

ALFONSO SALGADO MUÑOZ\*

UN DIARIO AL SERVICIO DE TODO EL PAÍS.  
VENTA Y DISTRIBUCIÓN DEL PERIÓDICO COMUNISTA  
*EL SIGLO* EN CHILE (1940-1948)

---

RESUMEN

Este artículo examina la distribución y venta del periódico comunista *El Siglo* durante la década de 1940, para evaluar su alcance y masividad y se concluye que este llegó a vender alrededor de treinta mil ejemplares diarios; que el 40-50 % de la tirada se vendía en Santiago; que el 50-60 % restante se concentraba en otras localidades del valle central; y que la distribución estuvo fuertemente condicionada por la extensión territorial y la infraestructura de transporte del país. Más allá de las particularidades del caso, estos hallazgos cuestionan la idea de una prensa realmente nacional a mediados del siglo pasado. La mayor parte de la información ha sido recabada de los mismos ejemplares del periódico, complementada con otras fuentes externas.

**Palabras clave:** Chile, siglo XX, prensa, publicaciones periódicas, medios de comunicación, difusión, comunismo, Partido Comunista

ABSTRACT

This article examines the distribution and sales of the communist newspaper *El Siglo* during the 1940s, in order to evaluate its reach and mass circulation, and concludes that it sold around thirty thousand copies a day; that 40-50% of the circulation was sold in Santiago; that the remaining 50-60% was concentrated in other localities of the central valley; and that distribution was strongly conditioned by the territorial extension and transport infrastructure of the country. Beyond the particularities of the case, these findings question the idea of a truly national press in the middle of the last century. Most of the information has been gathered from the newspaper copies themselves, complemented by other external sources.

**Keywords:** Chile, twentieth century, press, periodicals, media, diffusion, communism, Communist Party

Recibido: junio de 2023

Aceptado: enero de 2024

---

\* Doctor en Historia por Columbia University. Lecturer, Columbia University.  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6649-4291> Correo electrónico: [as3918@columbia.edu](mailto:as3918@columbia.edu)

El sábado 31 de agosto de 1946, en vísperas de las elecciones presidenciales en las que Gabriel González Videla obtendría la primera mayoría, los encargados del diario comunista *El Siglo* celebraron el sexto aniversario de su periódico –y, de paso, apuntalaron la campaña de su candidato, González Videla– imprimiendo 134 956 ejemplares<sup>1</sup>. Con ello, no solo superaron su propio récord de tirada, sino que se convirtieron, al menos por un día, en el periódico de mayor venta en el país<sup>2</sup>. La decisión de producir tanta cantidad de ejemplares, que eran impresos en la capital y distribuidos a través de diferentes medios de transporte, era el resultado de una extensa campaña previa de coordinación logística y promoción del número en cuestión. Sin embargo, su distribución debió sortear obstáculos logísticos, financieros y también de naturaleza política, dada la turbulenta relación de los comunistas con el Gobierno de turno, que entonces lideraba el vicepresidente Alfredo Duhalde. En efecto, no todos los ejemplares impresos llegaron a su lugar de destino. La Línea Aérea Nacional impidió el despacho de 8 076 ejemplares destinados al norte del país, en lo que los encargados del periódico catalogaron de “un abuso y un acto de intervención electoral sin precedentes”<sup>3</sup>. Estos sucesos plantean una serie de preguntas. ¿Cuántos ejemplares del periódico se imprimían de manera regular? ¿Cómo se distribuían? ¿Qué tan frecuentes eran los problemas de transporte y los abusos de las autoridades? ¿Quiénes leían al vocero de los comunistas?

Este artículo examina la distribución y venta de *El Siglo* en los años cuarenta, intentando responder a estas y otras preguntas. El marco cronológico de nuestra investigación está dado por la regularidad del periódico durante esta, su primera época de vida, que va desde agosto de 1940 hasta julio de 1948. La relación del Partido Comunista de Chile

---

<sup>1</sup> “134.956 ejemplares lanzó ayer El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 1 de septiembre de 1946, p. 10. Sobre la relación entre los comunistas y Gabriel González Videla, véase Carlos Huneeus, *La Guerra Fría chilena: Gabriel González Videla y la Ley Maldita*, Santiago, Debate, 2009; y Jorge Rojas Flores, *Años turbulentos. Los comunistas durante el Gobierno de Gabriel González Videla, 1946-1952*, Santiago, Ediciones Biblioteca Nacional, 2022.

<sup>2</sup> Según el prestigioso anuario *Editor and Publisher*, *El Mercurio* acostumbraba a vender por entonces setenta mil ejemplares los días de semana y 105 000 los fines de semana. Entre los diarios editados en la capital, le seguían *El Diario Ilustrado* (57 940), *Las Últimas Noticias* (45 000), *La Segunda*, *La Nación* y *Las Noticias Gráficas* (cada uno con cuarenta mil), *La Opinión* (35 000), y *El Imparcial*, *La Hora* y *Las Noticias de Última Hora* (cada uno con veinticinco mil). En otras ciudades del país destacaban *El Mercurio de Valparaíso* (40 000), *El Sur* (38 000) y *La Patria* (35 000), los dos últimos de Concepción. Véase: *Editor and Publisher, International Year Book Number for 1948*, New York, Editor & Publisher Co., 1948, pp. 340-341. Según el anuario referenciado, *El Siglo* acostumbraba a vender 35 000 ejemplares diarios, lo que lo posicionaba como el octavo diario más leído del país, junto con los ya nombrados *La Opinión* y *La Patria*. Las cifras en cuestión nos dan una idea estimada de la tirada de los periódicos del país, pero no pueden considerarse confiables, pues se basaban en los reportes de las mismas empresas periodísticas y no en auditorías externas. La mayoría de los periódicos chilenos de la época parecen haber declarado una tirada mayor a la efectiva –a veces bastante mayor– con el objeto de atraer publicidad. De hecho, según nuestras estimaciones, *El Siglo* vendía entonces alrededor de treinta mil ejemplares, y sabemos que *La Hora* vendía 12 159 ejemplares diarios. Juan Ricardo Couyoumdjian, Eliana Rozas y Josefina Tocornal, *La Hora, 1935-1951: Trayectoria de un diario político*, Santiago, Ediciones Universidad Católica de Chile, 2002, p. 46.

<sup>3</sup> “Intervención y abuso de la LAN: No despachó 8 mil ejemplares de nuestro diario que iban al norte del país”, en *El Siglo*, Santiago, 3 de septiembre de 1946, p. 1. Sobre la relación entre el PCCh y el Gobierno interino de Duhalde, véase Rojas Flores, *Años turbulentos...*, *op. cit.*, pp. 50-67.

(PCCh) con las diferentes autoridades gubernamentales, indudablemente condicionó la venta y distribución del periódico durante estos años, como se desprende de la anécdota mencionada arriba, pero no la determinó. De hecho, pese a las trabas que más de una vez le impuso la administración de Duhalde, quien estuvo a cargo del Ejecutivo entre enero y octubre de 1946, el tiraje del periódico parece haber mantenido su tendencia al alza. No fue sino hasta octubre de 1947, cuando González Videla destinó gran parte del poder coercitivo del Estado a silenciar a los comunistas, que la producción, venta y distribución de *El Siglo* se hizo insostenible. En general, las relaciones más o menos cordiales de los comunistas con los presidentes Pedro Aguirre Cerda, quien gobernó entre diciembre de 1938 y noviembre de 1941, y Juan Antonio Ríos, quien gobernó entre abril de 1942 y enero de 1946, y durante algunos meses con el mismo González Videla, permitieron que la empresa periodística *El Siglo* se expandiera y prosperara durante esta primera época, lo que se vio reflejado tanto en el aumento de sus ventas como en sus finanzas<sup>4</sup>.

Nuestro objetivo central es evaluar el alcance territorial y el grado de masividad que logró el órgano central de los comunistas. Para ello, analizaremos sus mecanismos de distribución, mapearemos la colocación de ejemplares a lo largo del territorio nacional y examinaremos las decisiones (empresariales, editoriales, políticas, etc.) que explican su alcance y masividad. En líneas generales sostenemos que *El Siglo* estuvo cerca de transformarse, pero no logró nunca convertirse del todo, en “un diario al servicio de todo el país”, para parafrasear una de sus consignas publicitarias. Las mayores dificultades radicaron, más que en abusos de las autoridades, que por lo general fueron superados, en la extensión territorial y la infraestructura de transporte del país, que hacían prácticamente imposible vender un número significativo de periódicos –producto cuyo valor depende, en no menor medida, de su actualidad– en zonas alejadas de su lugar de producción regular. Más allá de las particularidades de *El Siglo* y del aparato de prensa comunista, este caso de estudio nos obliga a matizar la idea de una prensa realmente nacional y de una esfera pública dominada por un puñado de periódicos editados en la capital, como *El Mercurio*, *La Nación* o *El Siglo*.

Es indudable que el PCCh logró forjar un aparato de prensa y propaganda poderoso en la década de 1940<sup>5</sup>. La tirada de *El Siglo* es decisora a este respecto. Mientras que el vespertino comunista *Frente Popular* (1936-1940) vendía alrededor de diez mil ejemplares antes de su desaparición, en agosto de 1940, el matutino *El Siglo*, que lo reemplazó, au-

---

<sup>4</sup> Sobre la historia del PCCh durante estos años, véase Andrew Barnard, *The Chilean Communist Party, 1922-1947*, thesis presented for the degree of Doctor of Philosophy, London, University of London, 1977, pp. 218-395. He abordado algunos de los aspectos financieros de la empresa periodística *El Siglo*, y del PCCh en general, durante estos años, en Alfonso Salgado Muñoz, “El Partido Comunista de Chile y la empresa periodística de *El Siglo*: Apuntes sobre sus orígenes y desarrollo”, en *Revista de Historia y Geografía*, n.º 40, Santiago, junio 2019, pp. 83-110; y Alfonso Salgado Muñoz, “Las finanzas del Partido Comunista de Chile, 1944-1946”, en *Cuadernos de Historia*, n.º 53, Santiago, diciembre 2020, pp. 353-379.

<sup>5</sup> Para un panorama más general de la evolución de la prensa comunista, véase Carla Rivera Aravena y Alfonso Salgado Muñoz, “Más que una improvisación. Cartografía de las estrategias periodísticas del Partido Comunista de Chile, 1930-1970”, en *Historia 396*, vol. 10, n.º 2, Valparaíso, julio-diciembre 2020, pp. 263-296.

mentó su tirada de manera sostenida durante su primera época de vida, llegando a imprimir alrededor de treinta mil ejemplares de sus números corrientes en 1946-1947, los que eran colocados desde Arica a Punta Arenas. Pero, como veremos, el 40-50 % de la tirada se vendía en la Provincia de Santiago, y la mayoría de los ejemplares restantes se distribuían entre otras cinco provincias: Aconcagua, Valparaíso, O'Higgins, Colchagua y Concepción. La distribución de ejemplares a lo largo del país estuvo muy condicionada por la red de ferrocarriles y el servicio de correos que, pese a su extenso alcance geográfico, conectaban a la capital de manera mucho más eficiente con las provincias de la zona central y centro-sur, y desincentivaban el envío al norte del cordón de Chacabuco y al sur del río Bío-Bío. Dadas estas circunstancias, el PCCh parece haber concluido que era mejor concentrar sus esfuerzos en la colocación de *El Siglo* en la zona centro y centro-sur, y promover el desarrollo y fortalecimiento de una prensa partidaria de naturaleza y alcance local en las urbes más pobladas del norte y sur del país.

Nuestros hallazgos brindan sustento empírico y cuestionan algunos de los supuestos de un conjunto de trabajos canónicos que, desde una perspectiva más bien abstracta y general, tienden a datar entre fines de la década de 1930 y 1940 el surgimiento de “diarios populares de masas” o “diarios populares de carácter nacional”, entre los cuales se destaca a *El Siglo*, *Las Noticias de Última Hora*, *Las Noticias Gráficas* y, más tarde, *La Tercera* y *El Clarín*<sup>6</sup>.

En lo que respecta al periodismo de izquierda y la representación de los sectores populares, en particular, Guillermo Sunkel ha subrayado la importancia de este período en el decaimiento o suplantación de la “prensa obrera”, caracterizada por una multiplicidad de iniciativas locales, de espaciada aparición y escasa regularidad, por el “diario de izquierda”, que habría adoptado ciertos elementos del modelo comercial y que, sin abandonar del todo la perspectiva clasista, habría buscado interpelar al público de masas, privilegiando temáticas nacionales (antes que locales o sectoriales) en un lenguaje nacional (antes que local)<sup>7</sup>. Nuestra contribución ahonda en esta veta analítica, presentando a *El Siglo* no solo como el vocero de un partido político, sino también como el producto de una empresa periodística moderna y bien administrada, que utilizó un entramado de recursos humanos, tecnológicos y materiales para autofinanciarse e influir en la opinión pública, tanto en el período estudiado como en décadas posteriores. Nuestra investigación sugiere que no basta con analizar el discurso o, incluso, la materialidad de estos periódicos, sino que es necesario preguntarse por sus mecanismos de venta y distribución y, en última instancia, por sus lectores.

---

<sup>6</sup> Guillermo Sunkel, *Razón y pasión en la prensa popular. Un estudio sobre cultura popular, cultura de masas y cultura política*, Santiago, Ediciones y Publicaciones El Buen Aire, 2016; Eduardo Santa Cruz, *Análisis histórico del periodismo chileno*, Santiago, Nuestra América Ediciones, 1988; Eduardo Santa Cruz, *Prensa y sociedad en Chile, siglo XX*, Santiago, Editorial Universitaria, 2014.

<sup>7</sup> Sunkel, *op. cit.*, en especial el capítulo 2. Sobre la prensa obrera en Chile, véase Osvaldo Arias Escobedo, *La prensa obrera en Chile: 1900-1930*, Santiago, Ariadna Ediciones, 2009. Para una crítica de la idea de decaimiento o desaparición de la prensa obrera de Sunkel, véase Alfredo Riquelme, “Prensa sectorial y movimiento popular en Chile, 1958-73”, en Claudio Durán, Fernando Reyes y Carlos Ruiz (eds.), *La prensa: Del autoritarismo a la libertad*, Santiago, CERC e ILET, 1989.

En cierto sentido, nuestra investigación puede entenderse como un estudio de caso que, si bien examina un periódico de perfil marcadamente político, nos entrega pistas sobre el funcionamiento y la distribución de los grandes rotativos chilenos de la época y, de manera indirecta, sobre el lector y la densidad de la esfera pública<sup>8</sup>. No cabe duda de que la militancia comunista jugó un rol importante en la distribución de *El Siglo*, en especial en el caso de los números extraordinarios, como el reseñado al comienzo. Pero, si la dirigencia comunista logró montar un sistema de prensa bastante exitoso, no fue gracias a la movilización esporádica de la militancia, sino porque respondió de manera inteligente a la estructura del mercado periodístico y la infraestructura de transporte del país, y a que transformó a un puñado de militantes en trabajadores del periódico y agentes de venta por medio de una combinación de incentivos económicos y políticos.

Sabemos muy poco de la distribución de los periódicos de la época. En el documentado estudio sobre *La Hora*, que incluye información detallada sobre la evolución de su tirada, se le dedican apenas dos párrafos a este tema, pero pese a su parquedad, lo que estos sugieren sobre el sistema de repartición de *La Hora* (basado principalmente en el ferrocarril, con escasa utilización del avión y el barco a vapor) y la distribución geográfica de sus ventas (“se concentraban en Santiago, Rancagua, Curicó y, en general, en las capitales de provincia más cercanas”), tienden a apuntalar nuestras conclusiones sobre la estructura y el funcionamiento del mercado<sup>9</sup>. Además, la estrategia de la dirigencia comunista de concentrar sus esfuerzos en la colocación de *El Siglo* en el centro y centro-sur del país, y de apostar por periódicos locales en núcleos urbanos alejados del lugar de producción del diario, no dista mucho de la de otros conglomerados mediáticos chilenos. Algo similar hicieron, aunque a menor escala, los dueños de la Sociedad Periodística del Sur, quienes, desde su casa matriz en Valdivia, crearon o adquirieron medios en las ciudades de Concepción, Temuco y Osorno para intentar satisfacer una demanda de información noticiosa inmediata y de carácter más bien local. Sin ir más lejos, el conglomerado *El Mercurio*, el más poderoso del país, fundó y compró una gran cantidad de periódicos locales durante su historia, intentando satisfacer dicha demanda<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> Nuestro artículo complementa y complejiza los estudios históricos sobre la circulación y recepción de la prensa y los impresos en Chile que, si bien no son abundantes, muestra ya signos de crecimiento. Véase, por ejemplo, Claudia Castillo, “La fe en hojas ‘de a centavo’. Prensa católica en Chile, sus lectores y el caso de El Mensajero del Pueblo, 1870-1876”, en *Teología y Vida*, vol. XLIX, Santiago, 2008, pp. 837-874; Tomás Cornejo, *Ciudad de voces impresas: Historia cultural de Santiago de Chile, 1880-1910*, Ciudad de México/Santiago, El Colegio de México/Centro de Investigaciones Diego Barros Arana, 2019; Carlos Ossandón y Eduardo Santa Cruz, *Entre las alas y el plomo: La gestación de la prensa moderna en Chile*, Santiago, Lom Ediciones, 2001. En Argentina, véase, por ejemplo, Horacio Tarcus, *Marx en la Argentina. Sus primeros lectores obreros, intelectuales y científicos (1871-1910)*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2007.

<sup>9</sup> Couyoumdjian, Rozas y Tocornal, *La Hora...*, op. cit., pp. 213-215.

<sup>10</sup> Sobre el conglomerado *El Mercurio*: María Olivia Monckeberg, *Los magnates de la prensa: Concentración de los medios de comunicación en Chile*, Santiago, Penguin Random House, 2011, cap. IV; Osvaldo Sunkel y Esteban Geoffroy, *Concentración económica de los medios de comunicación*, Santiago, LOM Ediciones, 2001, pp. 36-39; y Patricio Bernedo y Eduardo Arriagada, “Los inicios de *El Mercurio* de Santiago en el epistolario de Agustín Edwards Mac Clure (1899-1905)”, en *Historia*, vol. 35, Santiago, 2002, pp. 13-33, disponible en: <https://doi.org/10.4067/S0717-71942002003500003>

La idea de una “prensa nacional” y de ciertos “periódicos nacionales”, de alcance nacional y cuya influencia les permitiría arrogarse la representación de la opinión pública, imaginada en términos globales, merece ser discutida. Los historiadores de Chile y América Latina parecen operar muchas veces bajo la premisa de que los grandes periódicos editados en las capitales eran, en su intención y en la práctica, medios nacionales, un estatus que pocos osarían asignarle a aquellos editados en otras ciudades, o a prensa de intenciones más modestas, cuyo estudio tiende en cambio a enmarcarse bajo el prisma de lo “sectorial” o lo “local”. Sin embargo, la información de la que disponemos nos obliga a ser cautos. En su documentado análisis de la prensa mexicana de mediados del siglo pasado, Benjamin T. Smith estima que la “gran prensa” (v.gr., *Excelsior*, *El Universal*, *Novedades*, etc.) rara vez vendía más del 20 a 25 % de sus ejemplares fuera de la capital, concluyendo que “los grandes [periódicos] nacionales eran en realidad periódicos de Ciudad de México”<sup>11</sup>. Algo similar parece haber ocurrido en Argentina, por mencionar otro de los países relevantes de la región, con un consumo de periódicos per cápita muy significativo. Los grandes periódicos editados en Buenos Aires en la década de 1940 (v.gr., *Crítica*, *La Prensa*, *El Mundo*, *La Nación*, etc.), que figuraban entre los más vendidos del continente, habrían colocado gran mayor parte de sus ejemplares dentro del radio urbano bonaerense, lo que, entre otras cosas, permitió la sobrevivencia de un puñado de periódicos exitosos en ciudades aledañas, como La Plata (v.gr., *El Día*) o cercanas, como Rosario (v.gr., *La Capital*)<sup>12</sup>.

Por último, este artículo pretende además realizar una contribución metodológica. Ofrece pistas y ejemplos concretos sobre cómo estudiar la venta y distribución de un periódico específico que, creemos, son de utilidad para el estudio de aquellas publicaciones periódicas de las cuales no se conservan archivos propios (que, en Chile, son la gran mayoría) y que preceden al surgimiento de encuestas de opinión y estudios sobre el mercado de las comunicaciones fiables (que, en Chile, datan de la segunda mitad del siglo XX). Si bien nuestra investigación se sirve ocasionalmente de fuentes externas, la mayor parte de la información ha sido recabada del análisis de los mismos ejemplares de *El Siglo*. Nuestra invitación es a posar la mirada no solo sobre los contenidos propiamente noticiosos de los periódicos, sino también sobre aquellas temáticas aledañas que tienden a pasar desapercibidas: elementos paratextuales, avisos de la administración, reclamos de lectores, juegos

---

Las aseveraciones sobre la Sociedad Periodística del Sur se basan en mi revisión de diversos números de *Editor and Publisher* (disponible en: [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Sociedad\\_Periodística\\_del\\_Sur](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Sociedad_Periodística_del_Sur) [fecha de consulta: 26 de abril de 2024]) y en escritos de Fernando Santiván, quien trabajó para varios periódicos de dicha sociedad (véase, en especial, “La Frontera, isla grande y maravillosa. En el vigésimo aniversario de la Sociedad Periodística del Sur”, en Archivo del Escritor, Biblioteca Nacional Digital de Chile (en adelante BNDCh), disponible en: <https://www.bibliotecanacionaldigital.gob.cl/bnd/623/w3-article-309088.html> [fecha de consulta: 26 de abril de 2024]). Sobre prensa regional: Enrique Andrade, “El periodismo en provincias”, memoria de prueba para optar al título de Periodista, Santiago, Universidad de Chile, 1961.

<sup>11</sup> Benjamin T. Smith, *The Mexican Press and Civil Society, 1940-1976: Stories from the Newsroom, Stories from the Street*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 2018, pp. 27-28.

<sup>12</sup> Estas impresiones sobre la prensa argentina, menos fundamentadas que para el caso mexicano, se basan en mi revisión de *Editor and Publisher*, en conversaciones con el historiador argentino Juan Buonuome y en mi lectura de James Cane, *The Fourth Enemy: Journalism and Power in the Making of Peronist Argentina, 1930-1955*, University Park, Pennsylvania State University Press, 2011, pp. 25-57.

y concursos, anuncios publicitarios, inserciones pagadas, etc. En general, nuestro llamado es a leer la prensa con un ojo en el emisor y otro en el receptor.

#### LA TIRADA Y EL PÚBLICO OBJETIVO

No se conservan series precisas ni confiables de datos sobre el tiraje de *El Siglo* durante la década de 1940, pero contamos con estimaciones de diversa procedencia y con alguna que otra cifra para números específicos, que nos permiten hacernos una idea de su evolución. Partiremos ofreciendo un panorama general del tiraje ordinario del periódico (es decir, de los números corrientes, impresos los días de semana), para analizar después el tiraje de las ediciones extraordinarias. Sostenemos que a fines de 1940 se imprimían entre quince y veinte mil ejemplares de los números corrientes, tiraje que creció muy lentamente durante los tres años siguientes y que comenzó a aumentar de manera más pronunciada hacia 1944-1945, hasta llegarse a treinta mil ejemplares en 1946-1947; por último, que a partir de octubre de 1947, cuando el Gobierno le declaró la guerra al PCCh, se experimentó un descenso vertiginoso. Estas aseveraciones se basan, principalmente, en cifras publicadas por el mismo diario, en dos informes del Federal Bureau of Investigation (FBI) y en ciertas inferencias sobre la base del tiraje de las ediciones extraordinarias, todo lo cual será analizado más abajo.

En 17 de noviembre de 1940, en el marco de la primera campaña para aumentar el tiraje, el periódico publicó una tabla que incluía información desagregada sobre la “venta actual” y el “número de militantes” del PCCh en veinte de las veinticinco provincias del país, con el objeto de estimular a los distintos órganos del partido a cumplir con la “cuota asignada” en la campaña. De esta información se desprende una venta total, para estas veinte provincias, de 17 638 ejemplares, buena parte de los cuales se vendían en Santiago (ocho mil ejemplares, o 45,36 % del total)<sup>13</sup>. La relación entre los números vendidos en Santiago y aquellos expendidos en el país en su conjunto se mantuvo bastante constante a lo largo del periodo, no así el total de ejemplares vendidos. Un informe del FBI del 16 de enero de 1945, que sintetiza información recopilada mayormente en 1944, incluye datos proporcionados por dos informantes secretos: el primero estimaba la circulación diaria del periódico en veinte mil ejemplares, de los cuales 8 500 (42,5 %) se distribuían en Santiago; el segundo, aseguró que Ricardo Fonseca, editor de *El Siglo*, le señaló a comienzos de 1944

<sup>13</sup> “Las cuotas de los Comités Regionales en la campaña por los cincuenta mil ejemplares de nuestro diario”, en *El Siglo*, Santiago, 17 de noviembre de 1940, p. 8. La información de la venta de ejemplares parece ser más o menos confiable (no así el número de militantes), y se condice con información aún más detallada de la venta del periódico en cuatro provincias (Coquimbo, Valparaíso, O’Higgins y Concepción) publicada en los días y semanas siguientes. “El plan de O’Higgins”, en *El Siglo*, Santiago, 19 de noviembre de 1940, p. 4; “El plan de Concepción”, en *El Siglo*, Santiago, 30 de noviembre de 1940, p. 4; “La campaña de circulación”, en *El Siglo*, Santiago, 8 de diciembre de 1940, p. 11; “Trabajadores comunistas de Coquimbo deciden doblar la venta de El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 25 de diciembre de 1940, p. 4.

que la circulación era de entre veinte mil y veintitrés mil impresos, y que en ocasiones había llegado a elevarse a 35 000<sup>14</sup>. Un informe posterior del FBI, del 29 de noviembre de 1945, entrega cifras más altas, aunque más dispares. Estas también provienen de dos informantes (no es posible saber si se trata de los mismos del informe anterior o no): el primero indicó que la circulación era de entre veinticinco mil y treinta mil ejemplares, mientras que el segundo dijo que iba de treinta mil a cuarenta mil<sup>15</sup>. Si bien hay que ser cuidadosos con estos guarismos, es posible sostener que hubo una tendencia al alza en la tirada de las ediciones ordinarias, que se condice con el alza del tiraje —más pronunciada y mejor documentada— de las extraordinarias.

Entendemos “ediciones extraordinarias” como un puñado de números del periódico publicados en fechas consideradas social o políticamente relevantes, que incluían más páginas y avisos comerciales de lo habitual, y cuya venta era anunciada y promocionada con semanas o meses de anticipación<sup>16</sup>. El tiraje de 46 200 ejemplares del primer número de *El Siglo* —largamente anunciado por el *Frente Popular* antes de su desaparición y por los organismos del PCCh— fue una valla difícil de superar durante los primeros años de vida del periódico, que ocasionalmente recordaba el logro, hablando indistintamente de 46 200 o cincuenta mil ejemplares<sup>17</sup>. Los encargados de *El Siglo* parecen haber logrado una tirada similar el 31 de agosto de 1942 (se vanagloriaron de haber vendido “50.000 ejemplares” y sostuvieron no haber podido “lanzar decenas de miles de ejemplares más porque la escasez del papel lo impidió”), pero solo declararon enfáticamente haberlo superado el 1 de mayo de 1944 (“el tiraje fue el más alto que ha tenido nuestro diario en todos los tiempos. Superó, incluso, al tiraje del primer número”)<sup>18</sup>. En efecto, fue solo a partir de 1944 que el tiraje de las ediciones extraordinarias comenzó a experimentar un aumento sustancial, alcanzando su cénit en 1946-1947: 67 598 ejemplares el 22 de junio de 1944, 80 612 el 31 de agosto de 1944, 134 956 el 31 de agosto de 1946 y 139 990 el 31 de agosto de 1947<sup>19</sup>.

<sup>14</sup> Federal Bureau of Investigation (en adelante FBI), “El Siglo”, 16 de enero de 1945, memorándum enviado por John Edgar Hoover a Frederick B. Lyon, 6 de marzo de 1945, en National Archives and Records Administration (en adelante NARA II), Record Group 59, Decimal File 1945-49, Box 5355.

<sup>15</sup> FBI, “El Siglo”, 29 de noviembre de 1945, memorándum enviado por John Edgar Hoover a Frederick B. Lyon, 15 de enero de 1946, NARA II, Record Group 59, Decimal File 1945-49, Box 5356.

<sup>16</sup> La cantidad de ediciones extraordinarias publicadas anualmente variaba año a año, pero puede distinguirse un núcleo de siete u ocho fechas de mayor importancia, conmemoradas regularmente: el día de los trabajadores (1 de mayo), el día de las glorias navales (21 de mayo), el aniversario del periódico (31 de agosto), las fiestas patrias (18 de septiembre), el aniversario de la Revolución bolchevique (7 de noviembre), la conmemoración de la muerte de Luis Emilio Recabarren (19 de diciembre), la Navidad (25 de diciembre) y, a partir de 1941, el ingreso de la Unión Soviética a la Segunda Guerra Mundial (22 de junio).

<sup>17</sup> “Aparición de El Siglo fue gran fiesta popular”, en *El Siglo*, Santiago, 1 de septiembre de 1940, p. 1. Al parecer, durante los primeros tres años de vida del periódico, las ediciones extraordinarias lograban con dificultades duplicar el tiraje de las ediciones ordinarias. Véase, por ejemplo, “En un 108 por ciento aumentó ayer la venta de El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 31 de mayo de 1943, p. 1.

<sup>18</sup> “50.000 ejemplares”, en *El Siglo*, Santiago, 1 de septiembre de 1942, p. 3; “¡Se agostó la edición!”, en *El Siglo*, Santiago, 2 de mayo de 1944, p. 1.

<sup>19</sup> Aviso sin título [“Homenaje a la Unión Soviética”], en *El Siglo*, Santiago, 14 de septiembre de 1944, p. 2; “134.956 ejemplares lanzó ayer El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 1 de septiembre de 1946, p. 10; “¡139.990 fue el tiraje de la edición de aniversario!”, en *El Siglo*, Santiago, 2 de septiembre de 1947, p. 6.



Los concursos, la publicidad y los avisos publicados en el periódico ofrecen pistas para entender el perfil social de los lectores, o al menos nos permiten indagar en el tipo de lectores que imaginaban los administradores del periódico y quienes publicaban avisos en este. En la publicidad de *El Siglo* se entremezclan productos dirigidos a hombres y mujeres. Eran muy frecuentes los anuncios de almacenes de ropa para hombres y mujeres, aunque parecen predominar las ofertas para ellos: “¡¡compañero!! hechuras” de ropa, por ejemplo, fue un anuncio habitual en los primeros años del periódico. Este sesgo de género se evidencia también en la regularidad con la que se publicitaban otros productos para varones, como las hojas de afeitar de las marcas Maluk y Águila o las argollas de matrimonio de la Casa Sostín.

Los encargados de *El Siglo* intentaron atraer publicidad comercial subrayando el carácter popular y masivo de su público, solo ocasionalmente aludieron a un sexo específico. En 1941, por ejemplo, invitaron a “industriales y comerciantes” a contratar publicidad de la siguiente manera: “Avisar en *El Siglo* es entrar en contacto con el pueblo. Su alta circulación, desde Arica a Magallanes, es garantía de éxito para los anuncios”<sup>20</sup>. El énfasis en la masividad y en la llegada del periódico a los sectores populares fue una constante en las estrategias de captación de publicidad, aunque, con el correr del tiempo, los encargados de la venta de anuncios publicitarios comenzaron a resaltar la transversalidad del público que leía *El Siglo*, con el objeto de convencer a potenciales patrocinadores de que sus avisos llegarían a sectores de mayor poder adquisitivo. Sirva de muestra un aviso de 1947:

“Las grandes masas obreras son las primeras en leer nuestro diario. Sí, pero *El Siglo* ha rebalsado este límite. Empleados, profesionales, comerciantes, industriales progresistas, son nuestros asiduos lectores. Todos en conjunto forman una legión de miles de lectores permanentes”<sup>21</sup>.

#### PRECIOS, INTERMEDIARIOS Y MECANISMOS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN

En las cifras del tiraje a las que aludimos a lo largo de este artículo incluimos todos los ejemplares que se imprimían de un número o edición específica, ya fuese que después se vendieran al público por ejemplar (a través de agentes de venta, suplementeros, brigadas de militantes, etc.) o se despacharan a los suscriptores. La venta diaria por pieza era fundamental en la difusión del mensaje de los comunistas y la solvencia del periódico. Esta abarcaba un público lector mucho más amplio que el de los suscriptores y era el principal pilar económico de la empresa. Las finanzas del periódico dependían de diversas fuentes de ingreso (ventas, suscripciones, publicidad, inserciones, campañas de recaudación de dinero,

<sup>20</sup> Aviso sin título [“Avisar en *El Siglo*...”], en *El Siglo*, Santiago, 5 de noviembre de 1941, p. 6.

<sup>21</sup> Aviso sin título [“En todas partes”], en *El Siglo*, Santiago, 25 de febrero de 1947, p. 4.

utilización del taller de imprenta para la producción de trabajos por encargo y periódicos de terceros, etc.), entre las cuales la venta por pieza parece haber sido la más relevante. En junio de 1944, el periódico dio a conocer sus problemas de financiamiento e inició una campaña para “obtener una mayor venta diaria, permanente”, e informó que la “principal fuente de entradas de la empresa es la venta diaria”<sup>22</sup>. En junio de 1947, los encargados volvieron a recalcar el punto, en un contexto de alzas de los costos de producción, que los había llevado a la decisión de aumentar el precio de las ediciones dominicales: los ingresos del periódico, señalaron, “son casi exclusivamente los de su venta diaria –pues nuestra cuota de avisos es muy inferior... a las de otros órganos de prensa”<sup>23</sup>.

Durante la mayor parte del periodo estudiado, *El Siglo* se vendió a un precio más bajo que el de otros periódicos de pretensiones nacionales, entre los que destacaban *El Mercurio*, *La Nación*, *La Hora* y *El Diario Ilustrado*, un conjunto que aquí denominaremos la “gran prensa”, aunque por lo general el vocero de los comunistas tenía menos páginas y esto abarataba su producción<sup>24</sup>. El objetivo era que *El Siglo* estuviera “al alcance de los más vastos sectores”, es decir imaginaba un público lector que incluía a la clase trabajadora<sup>25</sup>. *El Siglo* salió a luz pública en agosto de 1940, vendiéndose a \$0.60 el ejemplar, en tanto que la gran prensa se vendía a \$0.80 y el salario de un obrero en Santiago rondaba los \$15.00 - \$20.00 al día<sup>26</sup>. La diferencia se incrementó durante el primer semestre de 1942, cuando la gran prensa comenzó a venderse a \$1.00 y *El Siglo* mantuvo su precio original. La primera alza del periódico comunista ocurrió recién en mayo de 1943. A partir de entonces, la edición corriente comenzó a venderse a \$0.80 y la dominical a \$1.00. El siguiente incremento fue en febrero de 1945, cuando la administración decidió vender las ediciones corriente y dominical a un mismo precio: \$1.00 por ejemplar. Esto llevó a que su valor de venta se igualara, por un tiempo, con el de otros periódicos de la gran prensa. Dicha paridad no se prolongó demasiado, pues la mayor parte de la gran prensa comenzó a venderse a \$2.00 a mediados de 1946. *El Siglo* informó, orgulloso, que, si bien *El Mer-*

---

<sup>22</sup> “El Siglo reclama ayuda del pueblo para cubrir su financiamiento”, en *El Siglo*, Santiago, 13 de junio de 1944, p. 5.

<sup>23</sup> “Desde el 8 de junio valdrá \$2 El Siglo de los días domingos”, en *El Siglo*, Santiago, 1 de junio de 1944, p. 5. El análisis del rol del avisaje en el financiamiento de *El Siglo* sobrepasa los límites de este estudio, pero vale la pena dejar apuntadas algunas ideas. El porcentaje de la superficie del periódico dedicado a la publicidad pagada (incluyendo avisaje comercial, fiscal, clasificados, etc.) era efectivamente bajo si se compara con otros periódicos de la capital como *El Mercurio*, *La Nación* o *La Hora*. En sus primeros meses rondó entre 3 a 7 % y luego osciló entre 5 y 15 %. *La Hora*, en cambio, destinaba entre el 20 y 40 % de la superficie del periódico a la publicidad pagada en el mismo periodo. Couyoumdjian, Rozas y Tocornal, *La Hora...*, op. cit., pp. 218-220 y 300-301.

<sup>24</sup> Durante sus primeros meses de vida, las ediciones corrientes de *El Siglo* tenían doce páginas, pero en el período estudiado tendieron a oscilar entre ocho y diez, dada la escasez y carestía del papel, un problema que afectó a todas las empresas periodísticas del país. A modo de comparación, en agosto-septiembre de 1940, cuando comenzó a editarse *El Siglo*, los números corrientes de *La Nación* y *La Hora* tenían veinte páginas.

<sup>25</sup> “Una edición extraordinaria para el 25 de octubre”, en *El Siglo*, Santiago, 14 de septiembre de 1947, p. 8.

<sup>26</sup> Sobre los salarios de los obreros santiaguinos hacia 1940, véase Juan C. Yáñez, “Cuando los médicos hablaron de economía: Familia, salario y alimentación en Chile (1930-1950)”, en *América Latina en la Historia Económica*, vol. 26, n.º 2, México, mayo-agosto 2019, pp. 13-14, especialmente el cuadro 4.

*curio*, *La Nación*, *La Hora*, *El Diario Ilustrado* y *El Imparcial* habían subido sus precios, la administración había resuelto “mantener nuestro diario al precio de \$1 el ejemplar”<sup>27</sup>. La diferencia –bastante significativa– se prolongó hasta la desaparición del medio, en julio de 1948. Cabe aclarar que en junio de 1947 aumentó el valor de venta de la edición dominical a \$2.00, pero se mantuvo el de la edición corriente a \$1.00<sup>28</sup>.

El sistema de distribución y venta de ejemplares por pieza dependía de una serie de intermediarios, vinculados solo tangencialmente a la empresa, que era necesario coordinar y estimular, ya fuese por medios económicos o políticos. En líneas generales, podemos distinguir tres categorías de intermediarios: los *agentes de venta* (o simplemente agentes), que adquirirían la mayor parte de los paquetes con ejemplares que imprimía la empresa y que los vendían directamente al público o a los suplementeros que trabajaban en su radio de acción; los *suplementeros*, que adquirirían paquetes con ejemplares de los agentes de venta o de la administración, y que con posterioridad recorrían las calles voceándolos y vendiéndolos; y los *brigadistas*, término que agrupaba a una variopinta serie de militantes que cumplían roles más bien circunstanciales, como organizarse para vender el periódico los domingos o durante campañas específicas. Mientras que la motivación de los brigadistas era esencialmente política, los incentivos económicos jugaban un rol fundamental en la coordinación del trabajo de los agentes de venta (la mayor parte de los cuales eran militantes) y de los suplementeros (muchos de ellos no militantes).

Los agentes de venta eran, en la retórica de los encargados de *El Siglo*, “los vehículos entre la Empresa y el pueblo de Chile”. De su iniciativa dependía la venta del periódico a lo largo del país. La mayoría de ellos eran militantes comunistas que habían decidido dedicarse a la venta del periódico a tiempo completo o que combinaban dicha función con otras labores remuneradas. Varios parecen haber recalado en esta función tras abandonar “el fondo de una mina o la máquina de una fábrica”, ya fuese de manera voluntaria o forzosa<sup>29</sup>. Por lo general, trabajaban como agentes en el mismo lugar en que estaban radicados, aunque hay casos excepcionales, como el de Enrique Villanueva, exmarinero de la Armada, que comenzó como agente en la ciudad de Molina, luego desempeñó dicha función en el puerto de San Antonio y por último se hizo cargo de la agencia del campamento minero de Sewell, “promovido por nuestra misma empresa”<sup>30</sup>. La militancia de los agentes se atestigua en los datos biográficos que se conservan de algunos: Santiago Fierro, por ejemplo, era regidor en Curanilahue y secretario de organización del PCCh en

<sup>27</sup> “Encuesta sobre El Siglo de los domingos”, en *El Siglo*, Santiago, 25 de septiembre de 1946, p. 3.

<sup>28</sup> Todos los montos son en pesos chilenos. Cabe destacar que prácticamente todas las alzas reseñadas estuvieron precedidas de campañas de concientización (en torno a las dificultades materiales de la empresa) o de una suerte de discusión pública sobre el valor al que debiera venderse el periódico, que era obviamente dirigida y encauzada por los encargados de este. Esto le permitían a la administración justificar las alzas y presentarse como abierta y transparente.

<sup>29</sup> “Ante el aumento de páginas de El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 10 de marzo de 1944, p. 3. Véase, además, “Dejó la mina para dedicarse a la venta de su diario”, en *El Siglo*, Santiago, 14 de noviembre de 1943, p. 5.

<sup>30</sup> “El trabajo de los agentes de El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 31 de agosto de 1946, pp. 7 y 14.

la provincia de Arauco, mientras que Caciao Vargas era militante del PCCh y secretario del Sindicato de Campesinos de Tuleuma<sup>31</sup>.

Hacia 1946-1947, el periódico se vanagloriaba, como se aprecia en las imágenes 1 y 2, de contar con “315 agencias... a través de todo Chile”, en las grandes ciudades “y en los más apartados lugares de las minas, del campo y en las estaciones a lo largo del ferrocarril”<sup>32</sup>. Ahora bien, la distribución territorial de estas 315 agencias no era pareja; de hecho, por entonces “setenta agentes” trabajaban en la Provincia de Santiago<sup>33</sup>. La mayor parte de los agentes parecen haber operado desde quioscos o locales establecidos, aunque había otros itinerantes. Los encargados de *El Siglo* festejaban los sacrificios de estos últimos, como el “camarada Zamora”, que caminaba a diario diez kilómetros, cargando veinticinco ejemplares, para distribuirlos entre los leñadores de El Noviciado; o Aníbal Avendaño, que recorría “la zona de El Volcán, entre peñascos, por senderos casi impracticables, para llevar a distantes campamentos el diario”<sup>34</sup>.

#### IMÁGENES 1 Y 2



Fuentes: *El Siglo*, Santiago, 9 de enero y 12 de marzo de 1947, respectivamente.

<sup>31</sup> “Ante el aumento de páginas de *El Siglo*”, en *El Siglo*, Santiago, 10 de marzo de 1944, p. 3; “Un ejemplar más de venta es un voto más para el candidato popular, Gabriel González Videla”, en *El Siglo*, Santiago, 5 de agosto de 1943, p. 5; “Un activo agente de nuestro diario ha fallecido”, en *El Siglo*, Santiago, 8 de febrero de 1945, p. 6.

<sup>32</sup> El anuncio fue publicado, con ciertas variaciones, a finales de 1946 y a lo largo de 1947. Véase, por ejemplo, las Imágenes 1 y 2.

<sup>33</sup> “Mañana a las 17 horas se inaugura la Asamblea de Amigos de *El Siglo*”, en *El Siglo*, Santiago, 11 de abril de 1947, p. 7.

<sup>34</sup> “*El Siglo* en los campos”, en *El Siglo*, Santiago, 31 de agosto de 1941, p. 29. Véase, además, “Ejemplo de abnegación en la defensa de *El Siglo* nos da el Agente de Molina”, en *El Siglo*, Santiago, 7 de junio de 1942, p. 12.

El buen funcionamiento del sistema de distribución y venta dependía de la coordinación entre la empresa y los agentes. Estos últimos solicitaban los periódicos a la administración, generalmente vía telegrama, indicando la cantidad que requerían para los días o semanas siguientes. Para ello, debían estimar cuántos ejemplares era probable vender, ya sea al público general o a los suplementeros de la localidad. La empresa despachaba los ejemplares solicitados temprano por la mañana y los agentes se esforzaban por colocarlos todos, pero tenían la posibilidad de devolver aquellos que no lograban vender y recibir un reembolso, probablemente asumiendo un costo por ello. El pago de los ejemplares era posterior. Al terminarse la primera o segunda quincena del mes, la empresa calculaba el dinero que debía cada agente –sumando los ejemplares despachados y restando los devueltos– y enviaba una liquidación indicando el monto adeudado. Tras ello, los agentes disponían de ocho o diez días para remitir sus pagos a la administración. Quienes no cancelaban el dinero dentro del plazo estipulado eran suspendidos y se les dejaba de enviar ejemplares. Dada la naturaleza del vínculo, la empresa se empeñaba en que los agentes pagaran puntualmente las liquidaciones quincenales, aumentaran la cantidad de ejemplares solicitados y redujeran al mínimo las devoluciones, pero no eran infrecuentes los atrasos<sup>35</sup>. Esto podía deberse a problemas de comunicación o despacho, a la irresponsabilidad de los agentes o las dificultades de la venta al público. La mayor parte de los agentes parecen haber vendido los ejemplares recibidos al contado, pero algunos diseñaron sistemas de crédito en sus propias localidades, los que no siempre eran respetados, forzando a los agentes a correr con los gastos y hacerse cargo de las deudas con la administración<sup>36</sup>.

Por lo general, los agentes compraban paquetes con decenas o centenares de ejemplares a la empresa, pagando cerca del 70 % del precio de venta por ejemplar, el que luego vendían al público general (al precio de venta) o a los suplementeros (a un precio que se situaba entre el valor al cual los agentes lo habían adquirido y el de venta al público). En noviembre de 1941, por ejemplo, el periódico emprendió una campaña para aumentar el número de agentes informando “que el diario se da a 0.42 [centavos] para vender a 0.60”, es decir, al 70 % del importe de venta<sup>37</sup>. La relación entre el costo de compra para los agentes y el monto de venta al público general parece haberse mantenido constante a través del tiempo, pese a las variaciones en el precio de venta a lo largo de los años. En noviembre de 1943, por ejemplo, *El Siglo* publicó una entrevista con un militante de San Miguel que venía habitualmente a las oficinas a adquirir ejemplares que luego vendía por las calles de su comuna, quien contó que esto le dejaba “utilidades de 24 centavos [por ejemplar] los días de trabajo y 30 centavos los días domingo”, lo que corresponde también al 70 %, ya que por entonces las ediciones regulares se vendían al público a ochenta centavos y

<sup>35</sup> El periódico acostumbraba a publicar listas con los agentes morosos, para recordarles la deuda y presionarlos a cancelarla. Ocasionalmente, amenazaba con reemplazarlos con otros agentes, aunque esto implicaba romper un vínculo de confianza y forjar otro nuevo, igualmente incierto. La empresa también recurría a incentivos positivos, celebrando a los puntuales y ofreciendo premios a quienes vendían más ejemplares de las ediciones extraordinarias.

<sup>36</sup> Véase, por ejemplo, el caso de Lota: “Cómo aumentar el tiraje de El Siglo en Lota”, en *El Siglo*, Santiago, 16 de agosto de 1943, p. 3; “Lota”, en *El Siglo*, Santiago, 30 de noviembre de 1945, p. 6.

<sup>37</sup> “Se crean nuevas agencias de El Siglo en todo el país”, en *El Siglo*, Santiago, 15 de noviembre de 1941, p. 4.

las dominicales a un peso<sup>38</sup>. A veces, cuando la administración intentaba colocar entre sus agentes y lectores un nuevo suplemento, que se vendía por separado, se ofrecían precios de compra más atractivos para los agentes<sup>39</sup>.

Los suplementeros, por su parte, estaban vinculados a la administración del periódico de manera menos directa. A diferencia de los agentes, que por lo general eran militantes comunistas que vendían exclusivamente *El Siglo*, los suplementeros eran trabajadores que adquirían ejemplares de distintos periódicos para su venta al público general, vinculándose para ello con los distintos agentes y negociando directamente con ellos el precio de compra de ejemplares, ya sea de manera individual o colectiva. El sindicato de suplementeros de Rancagua, por ejemplo, tuvo una difícil negociación con los agentes de periódicos en 1943, pues algunos de estos, que adquirían diarios y revistas de la capital “con un mínimo de treinta por ciento de descuento” (es decir, el mismo convenio que ofrecía la empresa *El Siglo* a sus agentes), insistían en venderles ejemplares a los suplementeros con “el trece por ciento” de descuento del precio de venta al público y no querían “dar a los suplementeros el veinte por ciento” de descuento que estos demandaban. Al parecer, los agentes de *El Siglo* (Guillermo Franco, quien era a su vez presidente del sindicato de suplementeros), *La Hora* (Elena Palma, que importaba también “varias revistas argentinas”) y *Ercilla* (un tal Barrientos) estaban dispuestos a acceder a la demanda de los suplementeros, pero los agentes de otros periódicos y revistas se negaban a ello. Como sugiere este caso, la frontera entre los agentes y los suplementeros que voceaban *El Siglo* era a veces difusa<sup>40</sup>.

La administración del periódico se esforzó por tejer vínculos con los suplementeros, en especial con aquellos de Santiago. Estos tenían la oportunidad de adquirir paquetes con ejemplares en las oficinas del periódico y ahorrarse así el pago a los agentes. Durante el primer año de *El Siglo*, la administración organizó más de un sorteo entre los suplementeros santiaguinos, uno de los cuales se celebró en el marco de una gran fiesta en su honor<sup>41</sup>. Estas iniciativas tenían por objeto granjearse la simpatía de los “leales y abnegados colaboradores” de un gremio cuyos miembros eran considerados meros “instrumentos de dar ganancias” por otras empresas periodísticas<sup>42</sup>. Los agasajados tendieron a reciprocarse estos gestos. El Sindicato Profesional No. 2 de Suplementeros de Santiago, por ejemplo, “acordó cooperar en todo lo que sea posible, a objeto de que el diario del pueblo *El Siglo*

<sup>38</sup> “Vengo a buscar tarjetas para la venta de *El Siglo*”, en *El Siglo*, Santiago, 23 de junio de 1943, p. 3.

<sup>39</sup> “Suplemento agrario *El Siglo*”, en *El Siglo*, Santiago, 19 de noviembre de 1941, p. 5.

<sup>40</sup> “Persecución a los suplementeros hacen algunos agentes de diarios y revistas”, en *El Siglo*, Santiago, 23 de junio de 1943, p. 7. Sobre el trabajo y la organización sindical de los suplementeros en Chile desde una perspectiva histórica de mayor duración, véase Jorge Rojas Flores, *Los suplementeros. Los niños y la venta de diarios. Chile, 1880-1953*, Santiago, Ariadna Ediciones, 2006.

<sup>41</sup> “Para todos los suplementeros que venden *El Siglo*”, en *El Siglo*, Santiago, 1 de noviembre de 1940, p. 10; “*El Siglo* premiará a sus suplementeros”, en *El Siglo*, Santiago, 8 de mayo de 1941, p. 2; “Los canillitas serán festejados hoy por el personal de *El Siglo*”, en *El Siglo*, Santiago, 7 de septiembre de 1941, p. 11.

<sup>42</sup> “Los canillitas serán festejados por *El Siglo* el día de su aniversario”, en *El Siglo*, Santiago, 18 de agosto de 1941, p. 3.

llegue a todos los organismos de la clase obrera<sup>43</sup>. Su lealtad fue puesta a prueba durante las persecuciones y censuras de las que fue víctima el periódico. En los convulsionados días posteriores a la masacre de la Plaza Bulnes, que tuvo lugar el 28 de enero de 1946 y radicalizó fuertemente la postura de los comunistas contra el Gobierno interino de Alfredo Duhalde, la administración del periódico celebró la valentía de los suplementeros, informando que, gracias a su trabajo y el de los jóvenes comunistas, habían logrado vencer “la torpe represión policial” y vender, “solamente en Santiago”, 32 000 ejemplares de un número que atacaba duramente al Gobierno. Ahora bien, esta lealtad y heroísmo no debe exagerarse: las ganancias que era posible obtener de la venta de un número controversial ayudan a explicar la determinación de quienes lo vocearon, y el hecho de que los comunistas hayan tenido que movilizar también a sus huestes indica que no todos estaban dispuestos a correr el riesgo<sup>44</sup>.

#### LOS SUSCRIPTORES

Si bien la mayor parte de los ejemplares se vendían por pieza, para *El Siglo* —como para todo periódico— era importante contar con una buena base de suscriptores. A diferencia de quienes lo adquirirían a través de agentes de venta o suplementeros, los suscriptores se comprometían a ser lectores regulares del diario y no era necesario convencerlos todos los días de comprarlo. Además, la información que estos entregaban al momento de suscribirse (nombre, dirección, etc.) facilitaba su retención posterior. *El Siglo* intentó captar suscriptores ofreciendo planes de distinta duración y facilidades de pago, además de organizar concursos y rifar premios. Por regla general, la estrategia de la administración consistió en esforzarse por vender o colocar planes de suscripción de un año, seis meses o tres meses. Estos planes ofrecían una pequeña ventaja económica para quienes se suscribían en comparación a quienes compraban a diario los ejemplares, siendo mayor el ahorro mientras más larga fuese la duración del plan<sup>45</sup>. La idea de establecer planes de menor duración

<sup>43</sup> “Sindicato Profesional de Suplementeros acuerda impulsar la venta de El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 13 de diciembre de 1940, p. 8.

<sup>44</sup> “El Siglo vive rodeado del cariño del pueblo”, en *El Siglo*, Santiago, 20 de febrero de 1946, p. 3; “Investigaciones secuestró ayer miles de ejemplares de El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 2 de febrero de 1946, p. 3. Sobre la masacre de Plaza Bulnes, el PCCh y el Gobierno interino de Duhalde, véase Rojas Flores, *Años turbulentos...*, *op. cit.*, pp. 50-67; Alfonso Salgado Muñoz, “La familia de Ramona Parra en la Plaza Bulnes: Una aproximación de género a la militancia política, la protesta social y la violencia estatal en el Chile del siglo veinte”, en *Izquierdas*, n.º 18, Santiago, abril 2014, pp. 128-145; Alfonso Salgado Muñoz, “El tribunal está abierto para críticas y autocríticas”. Luchas de poder y radicalización del Partido Comunista de Chile, 1945-1946”, en *Historia*, n.º 51, vol. 1, Santiago, 2018, pp. 165-200, disponible en: <https://doi.org/10.4067/s0717-71942018000100165>; y Viviana Bravo Vargas, “Chile no va hoy a la fábrica: Protesta obrera y represión política en el verano de 1946”, en *Izquierdas*, n.º 35, Santiago, septiembre 2017, pp. 199-232.

<sup>45</sup> En un comienzo, cuando el ejemplar se vendía todos los días a \$0.60, la suscripción trimestral era de \$54, la semestral de \$105 y la anual de \$200, lo que da un ahorro aproximado de \$0.60 para el suscriptor trimestral,

para atraer a un mayor número de suscriptores estuvo rondando desde un comienzo, pero hubo pocas iniciativas al respecto, tal vez por considerar que sería poco práctico y que desincentivaría la colocación de suscripciones de mayor duración<sup>46</sup>.

La colocación o venta de estos planes no implicaba que los suscriptores pagasen la cuota completa al momento de contratar la suscripción. Obviamente, los encargados de *El Siglo* incentivaban que se pagara el dinero por anticipado, porque esto le daba mayor liquidez a la empresa y facilitaba la planificación<sup>47</sup>, pero la mayoría de los suscriptores parece haber pagado una cuota inicial al suscribirse y el resto a medida que transcurría el tiempo. Los encargados del periódico reconocieron tempranamente la falta de liquidez de sus lectores y los instaron a suscribirse al periódico a pesar de ello. En septiembre de 1941, por ejemplo, se publicó el siguiente anuncio: “¿Ud. no tiene el dinero para el pago inmediato de una suscripción anual, semestral o trimestral? No importa. Llame a nuestro teléfono y le enviaremos el diario desde mañana mismo. Hemos encontrado la forma de pago más económica y práctica”<sup>48</sup>. La decisión de estimular la venta de suscripciones en cuotas, a sujetos que quizás no contaban con los fondos para pagarlas regularmente, trajo aparejados ciertos inconvenientes. No parece haber sido infrecuente que los suscriptores se atrasasen en sus pagos, lo que obligaba a la administración a enviarles circulares recordándoles su compromiso y suspender momentáneamente el despacho del periódico<sup>49</sup>.

A pesar de los esfuerzos por conseguirse un buen número de suscriptores, las expectativas de la administración se vieron constantemente defraudadas, por lo que esta tuvo que depender de la venta diaria de ejemplares en mayor grado aún de lo esperado. Una pista al respecto se desprende de dos campañas para aumentar el tiraje del periódico lanzadas a inicios de noviembre de 1940, es decir, a los pocos meses de su aparición pública: la primera, que tuvo mucha cobertura en el periódico, buscaba “aumentar a 50 mil ejemplares la circulación del diario”; y la segunda, que en cierto sentido complementaba la primera, buscaba alcanzar “la suma de 5 mil suscripciones” al 19 de diciembre, cuando se

---

\$4.20 para el semestral y \$18.40 para el anual. A mediados de 1944, cuando el ejemplar comenzó a venderse a \$0.80 de lunes a viernes y a \$1 los domingos, la suscripción trimestral pasó a ser de \$72, la semestral de \$140 y la anual de \$260, lo que da un ahorro aproximado de \$3.40, \$10.80 y \$41.60, respectivamente. A inicios de 1945, cuando todos los ejemplares se vendían a \$1, la tarifa trimestral subió a \$84, la semestral a \$164 y la anual a \$324, lo que implica un ahorro aproximado de \$7, \$18 y \$50, respectivamente. Para realizar estos cálculos, he supuesto que tres meses se componen de 91 días (trece de ellos domingos), seis meses de 182 días (veintiséis de ellos domingos) y un año de 364 días (52 de ellos domingos). Todos los montos son en pesos chilenos.

<sup>46</sup> Algo de esto puede colegirse de un sistema de suscripción que se promocionó por un corto tiempo, entre fines de 1942 e inicios de 1943, y que permitía que los potenciales suscriptores eligieran “la duración de su propia suscripción, siempre que sea superior a un mes”, pero que los obligaba a calcular el costo de la suscripción por su propia cuenta, utilizando una fórmula engorrosa y sin descuentos. “A los lectores de provincias”, en *El Siglo*, Santiago, 7 de noviembre de 1947, p. 14.

<sup>47</sup> Véase, por ejemplo, aviso sin título [“Subscriptor”], en *El Siglo*, Santiago, 26 de noviembre de 1940, p. 6.

<sup>48</sup> Aviso sin título [“67207”], en *El Siglo*, Santiago, 7 de septiembre de 1941, p. 14.

<sup>49</sup> Véase, por ejemplo, aviso sin título [“A Ud.”], en *El Siglo*, Santiago, 20 de febrero de 1942, p. 10. Lo mismo sucedía con *La Hora*. Couyoumdjian, Rozas y Tocornal, *La Hora...*, op. cit., p. 214.



conmemoraba la muerte del fundador del partido<sup>50</sup>. La coincidencia de ambas campañas nos permite plantear que los encargados del periódico tenían la expectativa de captar una suscripción por cada nueve o diez ejemplares vendidos. Al mismo tiempo, los datos que se publicaron en el marco de dichas campañas nos permiten postular que la razón entre las suscripciones y las ventas diarias era, por aquel entonces, más cercana a 1:13 o 1:14 que a 1:10 o 1:9<sup>51</sup>. Es indudable que ambas campañas fracasaron. Pese a la retórica grandilocuente del periódico, que en algunos momentos aseguró vender cincuenta mil ejemplares diarios, sabemos que durante sus mejores años la tirada apenas se empinó sobre los treinta mil, y los datos publicados en el marco de estas campañas nos inducen a pensar que, incluso en aquellos años, los suscriptores con dificultad fueron tres mil<sup>52</sup>.

La publicación de algunas listas de suscriptores –en el marco de una campaña posterior– nos ayuda a hacernos una idea del perfil de estos e, indirectamente, de sus lectores –asunto que analizaremos con mayor detención con posterioridad–. De una muestra de 420 suscripciones, 391 parecen corresponder a individuos y veintinueve a organizaciones colectivas o personas jurídicas<sup>53</sup>. De los 391 individuos en cuestión, sabemos el sexo de 383 con cierto grado de certeza: 350 (91,38 %) eran hombres y solo 33 (8,62 %), mujeres<sup>54</sup>. A pesar de esta marcada disimilitud, es probable que el porcentaje de lectoras haya sido algo más alto de lo que nos sugiere el análisis cuantitativo de las suscripciones, pues, como veremos más adelante, hay evidencia que así lo sugiere, y no puede tampoco descartarse que los suscriptores de sexo masculino compartieran el periódico con sus parejas o familiares. Sin ir más lejos, la temprana inclusión de una página de la edición dominical dedicada a las mujeres y los niños apunta en dicho sentido. En lo que respecta a las veintinueve organizaciones o personas jurídicas suscritas, la mayoría eran organizaciones de trabajadores (sindicatos,

<sup>50</sup> Las citas corresponden a “Sindicatos se interesan por tomar en sus manos la difusión del diario El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 10 de noviembre de 1940, p. 4; y “Trabajo de emulación en las comunas para aumentar ventas”, en *El Siglo*, Santiago, 13 de noviembre de 1940, p. 4.

<sup>51</sup> En el marco de ambas campañas, *El Siglo* informó a sus lectores de la “venta actual” del periódico en veintidós de las veinticinco provincias del país y de la progresión en el número de suscripciones de Santiago. Esto nos permite comparar el número de ejemplares que se vendían en la Provincia de Santiago (“8.000”, a mediados de noviembre) con el número de suscripciones de la misma provincia (“587”, al 15 de noviembre). “Las cuotas de los Comités Regionales en la campaña por los cincuenta mil ejemplares de nuestro diario”, en *El Siglo*, Santiago, 17 de noviembre de 1940, p. 8; “La campaña por 50 mil ejemplares”, en *El Siglo*, Santiago, 23 de noviembre de 1940, p. 4.

<sup>52</sup> La proporción entre ventas diarias y suscripciones parece haber sido similar en el caso de *La Hora*, lo que nos sugiere que estamos ante un rasgo característico del mercado de periódicos de la época y no una peculiaridad de *El Siglo*. Couyoumdjian, Rozas y Tocornal, *La Hora...*, *op. cit.*, pp. 213-214.

<sup>53</sup> La muestra se basa en todas las listas de tres o más suscriptores publicadas entre el 13 de septiembre y el 28 de noviembre de 1941, aunque cabe señalar que siguieron publicándose listas similares, con cierta regularidad, hasta mediados de febrero de 1942. He omitido aquellos casos que se repiten en más de una lista, basándome tanto en el nombre como en la dirección de envío.

<sup>54</sup> Es probable que el porcentaje efectivo de mujeres haya sido aún menor, puesto que no era infrecuente que los suscriptores registraran la suscripción a nombre de uno de sus hijos. Por ejemplo, en el marco de la campaña analizada, se informó que “Doña Magali Pino, de 6 meses de edad... ha visitado El Siglo, con el fin de tomar una suscripción”, sin siquiera indicarse el nombre de sus progenitores o parientes. “Sólido eslabón en la cadena de suscriptores”, en *El Siglo*, Santiago, 12 de septiembre de 1941, p. 10.

federaciones, etc.), y había también un buen número de empresas, las que parecen remitir, a su vez, a los trabajadores que laboraban en ellas. Esto se condice con los esfuerzos del periódico por tejer vínculos con los trabajadores y estimular la suscripción de los sindicatos<sup>55</sup>. Es interesante notar que, en las listas de suscriptores publicadas, se cuelan a veces nombres de sujetos e instituciones que poco tenían que ver con el comunismo, como la Embajada de Estados Unidos, la Dirección General del Trabajo o el Ministerio de Tierras y Colonización, lo que aporta una idea de la capacidad del periódico para posicionarse en la esfera pública y captar la atención de los poderosos.

La logística de las suscripciones corría por un carril paralelo al de la venta diaria, a cargo de una unidad interna de la empresa llamada “Servicio” o “Sección de Suscripciones”. Este servicio contaba con oficina y teléfono propios, en el edificio de la administración, y con un número indeterminado de agentes de suscripciones a su cargo, que se dirigían a los domicilios de quienes visitaban la oficina o telefoneaban demostrando interés. En un comienzo, este servicio concentró gran parte de sus esfuerzos en captar suscriptores. El 12 de noviembre de 1940, por ejemplo, el periódico informó que recorrían las calles de la capital “más de 50 contratadores de suscripciones”<sup>56</sup>. En lo que respecta a la distribución de los ejemplares a los suscriptores, la administración parece haber montado su propio sistema de reparto en la capital, con el objeto de garantizar “un despacho rápido y seguro a primera hora”, aunque es probable que para ello subcontratara a transportistas con experiencia en el rubro<sup>57</sup>. En las ciudades y pueblos de provincia, en cambio, la empresa dependía del Servicio de Correos y Telégrafos del Estado que, por un monto fijo –bastante bajo, pues la distribución de periódicos era subvencionada por el Estado– se encargaba de llevar los ejemplares a través de los medios de transporte público que conectaban la capital con el resto del país<sup>58</sup>.

---

<sup>55</sup> Véase, por ejemplo, “Aumentar tirada de El Siglo, tarea de los sindicatos”, en *El Siglo*, Santiago, 1 de diciembre de 1940, p. 12.

<sup>56</sup> “Se intensifica la campaña por 50 mil ejemplares diarios de El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 12 de noviembre de 1940, p. 4.

<sup>57</sup> “A nuestros suscriptores”, en *El Siglo*, Santiago, 13 de agosto de 1941, p. 6. Durante la existencia del periódico hubo más de un intento por reorganizar el sistema de reparto para hacerlo más eficiente, y se publicaron varios avisos solicitando a los suscriptores que informaran de los retrasos y deficiencias del servicio.

<sup>58</sup> Sobre la normativa que regía el funcionamiento del Servicios de Correos y Telégrafos durante el periodo estudiado, véase Ministerio del Interior, Ley 4.402, Santiago, 8 de octubre de 1928, disponible en: <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=24711>; y Ministerio del Interior, Ley 7.392, Santiago, 31 de diciembre de 1942, disponible en: <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=25536> [fecha de consulta: 6 de mayo de 2024].

## LOS LECTORES Y LA DISTRIBUCIÓN DE EJEMPLARES EN SANTIAGO

Para tener una idea más precisa del público lector en la capital, hemos sistematizado y georreferenciado información proveniente de un concurso semanal organizado por *El Siglo* y Vitalmin Vitaminado (un alimento nutritivo para bebés e infantes, muy popular en la época) entre el 12 de marzo y el 31 de diciembre de 1946, de cuyos premiados sabemos el nombre y el lugar de residencia. El total de premios repartidos –incluyendo recompensas en dinero y en especies– supera los mil<sup>59</sup>. Para simplificar, hemos georreferenciado solo aquellas residencias que aparecen en listas de premiados publicadas en dos o más días y que remitan dichas residencias a un mismo individuo (las repeticiones de individuos premiados fueron frecuentes), a un grupo familiar (lo que también fue frecuente) o a individuos que, sin estar necesariamente emparentados, habitaban en el mismo conjunto habitacional. Esta selección, que arroja un total de 142 residencias en lo que entonces era el Departamento de Santiago, permite concentrar nuestra atención en individuos (y conjuntos de individuos) que concursaron más de una vez y que pueden considerarse lectores frecuentes del periódico –al menos, durante el año de la muestra<sup>60</sup>–.

El mapa 1 ofrece una vista panorámica de la ciudad de Santiago, sobre la base de un plano de mediados de siglo<sup>61</sup>, y dentro de sus contornos están incluidas 140 de las 142 residencias georreferenciadas; las dos que no se incluyen están localizadas hacia el suroccidente, en Puente Alto y San José de Maipo.

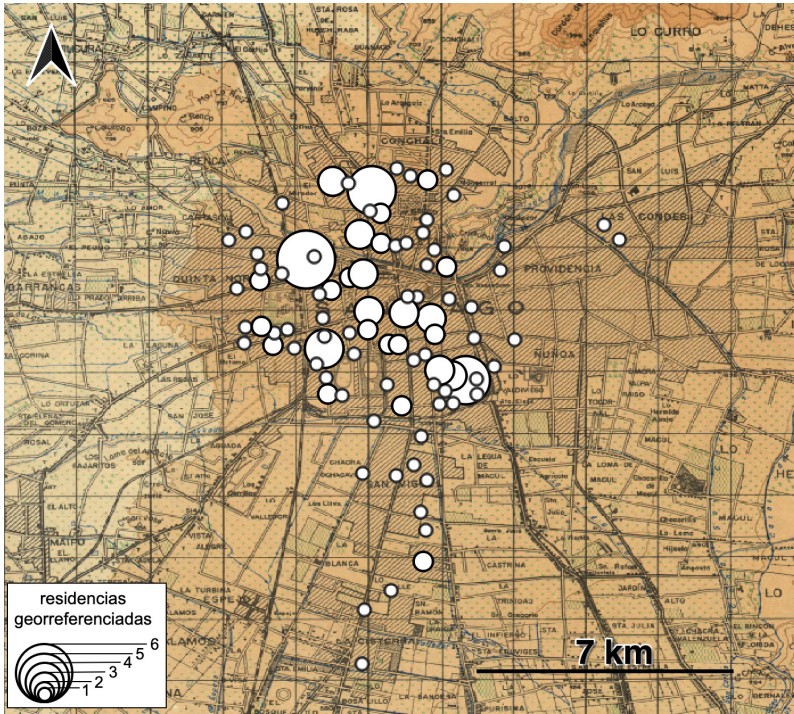
---

<sup>59</sup> En general, el concurso parece haberse atraído a un público transversal en términos de clase social. Sin embargo, no puede descartarse que los lectores de mayor poder adquisitivo hayan estado menos interesados en participar que aquellos de bajos ingresos, dado que el dinero repartido no era mucho y, por ende, que estén subrepresentados en nuestra muestra. El monto de los premios en dinero tendió a aumentar durante el año analizado: mientras que al comienzo los premios iban por lo general de \$50 a \$10, a fines de año estos iban por lo general de \$100 a \$30. En mayo, se empezaron a distribuir también paquetes de Vitalmin Vitaminado, lo que aumentó considerablemente la cantidad de premiados. Todos los montos son en pesos chilenos.

<sup>60</sup> Para georreferenciar las direcciones utilicé QGIS, Google Maps, dos planos de Santiago que incluyen nombres de calles (uno data de 1939 y el otro de 1943) y una nómina de las calles para el reparto de correspondencia (de 1944). DAK, “Moderno y práctico plano de Santiago con libro índice de calles, pasajes, etc.”, 1939, en Mapoteca, BNDCh, disponible en: <https://www.bibliotecanacionaldigital.gob.cl/bnd/631/w3-article-156914.html>; DAK, “Plano de Santiago: con índice de calles, plazas, pasajes, citées, galerías, etc. y vistas de la ciudad”, 1943, en Mapoteca, BNDCh, disponible en: <https://www.bibliotecanacionaldigital.gob.cl/bnd/631/w3-article-311984.html> [fecha de consulta: 5 de junio de 2023]; y Ferrocarriles del Estado, *Nómina de calles para el reparto a domicilio en las ciudades de Santiago, Valparaíso y Viña del Mar*, Santiago, Talleres Gráficos de los Ferrocarriles del Estado, 1944.

<sup>61</sup> Instituto Geográfico Militar, “Santiago - San Bernardo - Maipo”, 1950, en Mapoteca, BNDCh, disponible en: <https://www.bibliotecanacionaldigital.gob.cl/bnd/631/w3-article-157583.html> [fecha de consulta: 5 de junio de 2023].

## MAPA 1

*Distribución geográfica de lectores de El Siglo en la ciudad de Santiago, 1946*

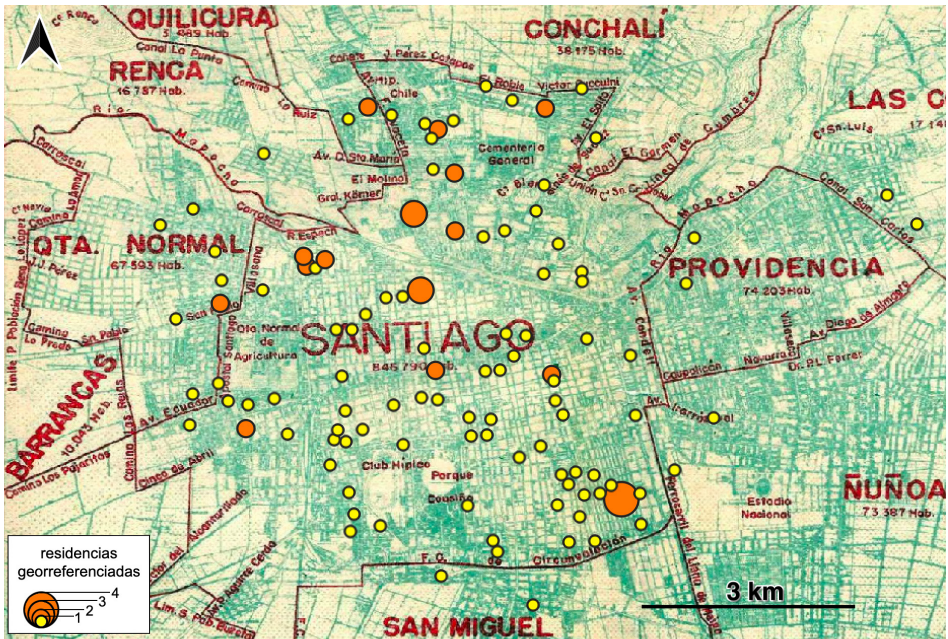
Fuente: Elaboración propia, sobre la base de los listados de ganadores del concurso Vitalmin Vitaminado.

El mapa 2 se enfoca en una zona más pequeña de la capital –las comunas de Santiago, Quinta Normal y Providencia en su totalidad, y ciertas zonas de Conchalí, Quilicura, Renca, Barrancas, Maipú, San Miguel, Ñuñoa y Las Condes– basándose en un plano de 1947, que incluye los límites de las comunas y la cantidad de habitantes de estas al 31 de diciembre de 1946<sup>62</sup>. Dentro de los contornos de dicho mapa están incluidas 129 de las 142 residencias georreferenciadas; las que no se incluyen están localizadas en Puente Alto, San José de Maipo, La Cisterna y la zona sur de San Miguel. La mayoría de las residencias premiadas estaban localizadas dentro de los límites de lo que entonces era la municipalidad o comuna de Santiago, la más poblada de la capital, con 846 790 habitantes. De las 142 residencias georreferenciadas, 106 están localizadas dentro de los antiguos límites de dicha comuna<sup>63</sup>.

<sup>62</sup> El plano de 1947 fue publicado en Facebook por Patricio Lazcano Campino, el 22 de septiembre de 2013, disponible en: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10201973106279730&set=gm.455131491267675&type=1&theater> [fecha de consulta: 5 de junio de 2023].

<sup>63</sup> Los límites de las comunas y la población de cada una de ellas se basan en el plano original, de 1947, que a su vez remiten a información proveniente de la Dirección General de Estadísticas al 31 de diciembre de 1946. Cabe señalar que en ese entonces la comuna de Santiago era más extensa de lo que es en la actualidad, pues

## MAPA 2

*Distribución geográfica de lectores de El Siglo en la ciudad de Santiago, 1946*

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de los listados de ganadores del concurso Vitalmin Vitaminado.

Tal como se aprecia en el mapa 2, el periódico parece haberse vendido y leído en toda la comuna, pero se aprecia una mayor concentración de residencias premiadas en los alrededores de la Alameda (en especial los barrios República, Ejército y Almagro); los alrededores del río Mapocho (especialmente los barrios Balmaceda y Patronato); los alrededores de Avenida Independencia (tanto hacia el Hipódromo Chile como hacia el Cementerio General); y la zona sureste de la comuna (en especial el barrio Bogotá). Esto contrasta, por ejemplo, con la escasa cantidad de residencias premiadas en la zona suroeste de la comuna (es decir, al oeste de la calle Exposición, porque hay un buen puñado de residencias en las cercanías del Club Hípico). Si bien la existencia de núcleos importantes de lectores en los alrededores de Avenida Independencia y en la zona sureste de la comuna nos sugieren un público lector de extracción popular, la distribución más o menos equitativa de lectores a lo largo del eje poniente-oriental en los alrededores de la Alameda (que, en cierto sentido, corría paralelo al eje socioeconómico bajo-alto), y la escasa cantidad de residencias premiadas en el suroeste de la comuna, otra zona de extracción popular, nos obligan a ser cautos. En general, puede decirse que el periódico parece haber atraído un

---

incluía tres circunscripciones que hoy son comunas por derecho propio: Estación Central, Independencia y Recoleta (aunque esta última abarca una parte significativa de la antigua comuna de Conchalí).

público lector de extracción predominante media y baja en la comuna de Santiago, pero, con la información disponible, no es posible hilar mucho más fino, ni ser tampoco taxativos.

En las comunas aledañas o pericéntricas, solo dos parecen haber tenido un número significativo de lectores: al poniente, la comuna de Quinta Normal (dentro de cuyos límites hay ocho residencias georreferenciadas); y al sur, la comuna de San Miguel (dentro de cuyos límites hay otras ocho). Ambas eran comunas bastante pobladas (Quinta Normal tenía 67 593 habitantes y San Miguel, 76 999), de extracción social popular, aunque no por ello homogéneas: ambas entremezclaban barrios de clase media y trabajadora, aunque estos últimos eran mayoritarios. La composición socioeconómica del público lector del periódico que se deduce de esta información –*grosso modo*, un público de extracción media y baja– parece verse confirmada por la existencia de algunas residencias premiadas en otras dos comunas de extracción social popular, algo menos pobladas que las discutidas arriba: cinco residencias en La Cisterna (entonces de 24 750 habitantes) y seis en Conchalí (con 38 175 habitantes). Por otro lado, esta impresión se ve reforzada por la escasez de residencias georreferenciadas en dos comunas pericéntricas de composición más bien acomodada, aunque heterogéneas: solo dos residencias en Providencia (74 203 habitantes) y dos en Las Condes (17 148 habitantes). Algo similar sucedía con Ñuñoa (73 387 habitantes), donde se entremezclaban barrios de clase media y poblaciones obreras, y que solo cuenta con dos residencias georreferenciadas en nuestra muestra. La heterogeneidad social de las comunas en cuestión no debe subestimarse, lo que nos obliga a ser cautos en nuestras conclusiones<sup>64</sup>.

La distribución geográfica de los ejemplares de *El Siglo* en la capital no puede explicarse solo a través de la composición social de las comunas reseñadas. Nuestro análisis sugiere que es menester tomar también en consideración otros factores, entre los que cabe destacar dos, parcialmente relacionados entre sí: la distancia que mediaba entre Moneda 716 –el taller donde se producía e imprimía el periódico– y las residencias premiadas; y las redes de distribución del periódico. La relevancia de la distancia se evidencia, por ejemplo, en la preponderancia de residencias georreferenciadas en barrios más bien cercanos a la comuna de Santiago en las comunas pericéntricas de Providencia, Ñuñoa, Las Condes, Quinta Normal, Conchalí y, en menor medida, San Miguel. En otras palabras, las residencias premiadas no están distribuidas de manera homogénea al interior de estas comunas, sino que tienden a estar localizadas en barrios más bien cercanos al límite con Santiago o incluso en zonas fronterizas, como es el caso de más de una de las residencias georreferenciadas en Conchalí. Las redes de distribución del periódico parecen haber influido otro tanto. Desde el comienzo, por ejemplo, la empresa se preocupó de montar agencias de venta en las comunas de Quinta Normal y San Miguel, lo que parece haber redundado en la cantidad –más bien alta– de hogares premiados en dichas comunas. Asimismo, el bajo número de lectores en Maipú o La Florida, que eran de una extracción similar a Quinta

---

<sup>64</sup> *Ibid.*

Normal y San Miguel, parece explicarse por una mezcla de baja densidad poblacional, lejanía del lugar de producción del periódico y precariedad de las redes de distribución que, por regla general, tendían a debilitarse mientras más lejos se estaba de Moneda 716.

El concurso de Vitalmin Vitaminado es también de alguna utilidad para continuar indagando en torno al sexo de los lectores de *El Siglo*. Como señalamos, la mayor parte de los suscriptores del periódico eran hombres, pero el panorama que se desprende de los ganadores del concurso es muy diferente. De los 176 individuos que fueron premiados en más de una ocasión, ochenta eran hombres (45,45 %) y noventa mujeres (51,14 %); no ha sido posible identificar el sexo de los seis restantes<sup>65</sup>. En otras palabras, el concurso parece haber atraído a un público transversal en términos de género, ligeramente más femenino que masculino. Esto puede explicarse, en parte, porque los premios en especies eran, probablemente, más anhelados por las mujeres: paquetes de alimento para bebés e infantes, entre otros. Los encargados del concurso estaban conscientes de la composición de género de los concursantes, e intentaron estimular aún más la participación femenina<sup>66</sup>. Aun cuando la muestra de 176 individuos no sea representativa de los lectores del periódico, la inclusión de concursos de esta naturaleza en las páginas del periódico nos habla de las iniciativas de los comunistas por atraer al público femenino. Creemos que esas iniciativas fueron exitosas, y que los lectores de *El Siglo* eran más heterogéneos en términos de género de lo que se desprende del análisis de los suscriptores.

#### LOS LECTORES Y LA DISTRIBUCIÓN DE EJEMPLARES A LO LARGO DEL PAÍS

Para hacerse una idea más concreta de la distribución geográfica de los lectores de *El Siglo* a lo largo y ancho del país, hemos sistematizado y graficado en el mapa 3 información correspondiente al “Club de Niños de El Siglo”, una iniciativa emprendida por el periódico en el último tercio de 1946 con el objeto de conocer y estimular a los más pequeños de sus lectores y, de paso, fidelizar a sus padres o parientes, que eran quienes seguramente compraban o estaban suscritos al diario. En mayo de 1947, tras varios meses anunciando la creación del club y publicando cupones para inscribirse, se dio a conocer una lista de 358 socios, que contenía el nombre y la localidad de residencia de 357 de ellos. Hemos

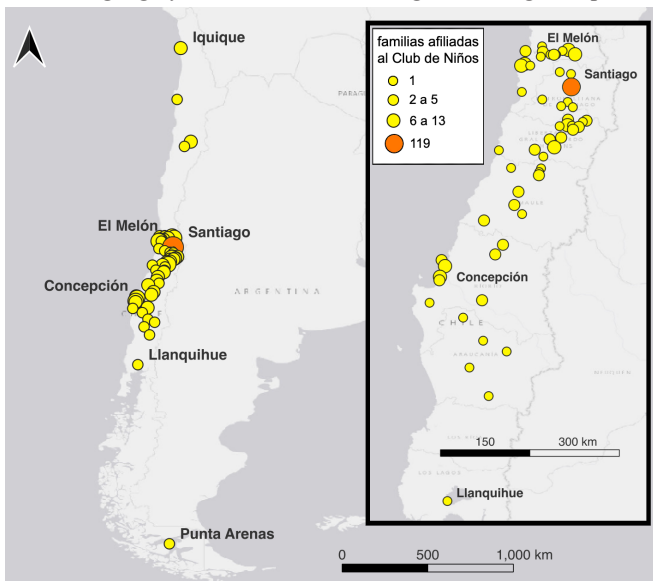
<sup>65</sup> Contabilizamos solo aquellos nombres repetidos en más de una lista de premiados y que remiten a una misma residencia (es decir, solo aquellos nombres que se repiten al menos una vez en la muestra de 142 residencias georreferenciadas). Cabe señalar que entre los 176 individuos identificados algunos parecen estar repetidos, pues sus nombres están incluidos en más de una de las residencias, ya sea porque se mudaron en el transcurso del año o porque estaban vinculados a más de uno de estos hogares.

<sup>66</sup> Por ejemplo, con ocasión del concurso semanal que coincidió con la Navidad de 1946 decidieron incluir, además de los premios habituales, dos muñecas, para ser sorteadas exclusivamente entre mujeres. Al parecer, la estrategia rindió frutos, pues recibieron un récord de 6 342 cupones, lo evidencia la popularidad que llegó a tener el concurso. “Esta era la solución de las Frases Hechas: A las mechas dijo un pelado”, en *El Siglo*, Santiago, 24 de diciembre de 1946, p. 7.

asumido que aquellos que residían en la misma localidad y que tenían el mismo apellido eran hermanos o parientes, y hemos decidido contabilizarlos como una sola unidad familiar, lo que nos da un total de 279 (posibles) familias a lo largo del país, 276 de las cuales hemos podido localizar geográficamente con cierto grado de certeza. Si bien esta decisión metodológica tiende a subestimar el peso relativo de Santiago en la muestra –pues es probable que varios de los niños de apellidos repetidos que residían en la capital no hayan estado emparentados– ha sido menester proceder de esta manera pues un número no menor de familias inscribieron a dos o más de sus miembros<sup>67</sup>.

MAPA 3

Distribución geográfica de lectores de *El Siglo* a lo largo del país, 1947



Fuente: Elaboración propia, usando la lista de socios del Club de Niños de *El Siglo*.

La información, graficada en el mapa 3, permite sacar varias conclusiones. En primer lugar, se confirma que una proporción muy sustancial de ejemplares de *El Siglo* eran vendidos en Santiago. La capital era, por lejos, la ciudad en que más se leía el órgano nacional de los comunistas y de las 279 familias que tenían uno o más miembros inscritos en el Club de Niños, 119 (42,65 %) residían allí o en sus alrededores. De tomar como referencia

<sup>67</sup> “Lista de socios”, en *El Siglo*, Santiago, 11 de mayo de 1947, p. 4; “Lista de socios”, en *El Siglo*, Santiago, 18 de mayo de 1947, p. 4; “Lista de socios”, en *El Siglo*, Santiago, 25 de mayo de 1947, p. 4.



los 357 socios –de los que se indica la residencia– como individuos no emparentados, la proporción aumentaría aún más, pues 167 (46,78 %) de ellos residían en la capital<sup>68</sup>.

En segundo lugar, y no obstante el vasto alcance territorial del periódico, la información sistematizada demuestra que la inmensa mayoría de los ejemplares eran colocados en las zonas central y centro-sur. Pese a los esfuerzos por estimular la formación de agencias a lo largo del país, un porcentaje muy bajo de los ejemplares llegaba efectivamente a los extremos norte y sur del país. Puede afirmarse que la colocación de *El Siglo* se concentraba esencialmente en el valle central, *latu sensu*, siendo muy escasa la penetración del periódico en las ciudades ubicadas al norte del cordón de Chacabuco (exceptuando el valle del Aconcagua) y al sur del río Bío-Bío (exceptuando la Cuenca del Carbón). En términos más concretos, puede decirse que la circulación del periódico se concentraba en seis de las veinticinco provincias en las que entonces se dividía el territorio nacional, cinco de ellas en la zona central (Aconcagua, Valparaíso, Santiago, O'Higgins y Colchagua) y una en la zona centro-sur (Concepción). Que el periódico tuviese un número importante de lectores en la Provincia de Concepción y en la cuenca carbonífera en particular, pese a su distancia de la capital, no debiese ser una sorpresa para quienes tienen cierta noción del electorado comunista y de los esfuerzos partidarios por difundir su mensaje en la zona<sup>69</sup>. Lo que sí puede parecer inesperado es la alta proporción de ejemplares que se vendían en las provincias de Aconcagua, O'Higgins y Colchagua, donde el peso electoral del PCCh era moderado o, incluso, bajo.

En tercer lugar, la distribución geográfica del periódico parece explicarse no tanto por la mayor o menor presencia de militantes, simpatizantes o votantes comunistas –aunque sin duda esto también juega un rol, como se desprende de la situación de la cuenca carbonífera– como por la distancia entre las ciudades en que residían dichos individuos y la capital, que condicionaba la hora en que llegaba el periódico y, por consiguiente, la relevancia del producto que este ofrecía. Durante el periodo en cuestión, *El Siglo* parece haber llegado el mismo día de su publicación a solo nueve o diez de las veinticinco provincias del país<sup>70</sup>. El ferrocarril era, a este respecto, fundamental. Más adelante analizaremos con detención el asunto, analizando las ventajas y desventajas de dicho medio de transporte. Por el momento, baste con señalar que de las cerca de cincuenta localidades del valle central –reiteramos,

<sup>68</sup> Huelga advertir, eso sí, que en la categoría de Santiago he agrupado a quienes declararon dicha ciudad como lugar de residencia, a quienes señalaron una comuna, subdelegación o localidad específica de la capital e, incluso, a quienes indicaron un pueblo o a ciudad aledaña, englobándolos bajo la categoría actual del Gran Santiago. En la mayor parte de los casos, la lista indica “Santiago” a secas y solo en algunos se menciona una comuna, subdelegación o localidad específica (a saber: nueve socios y siete unidades familiares, distribuidos entre Barrancas, Maipú, Conchalí y la estación Santa Elena), o un pueblo o ciudad aledaña (es decir, dos socios, no emparentados, en Puente Alto).

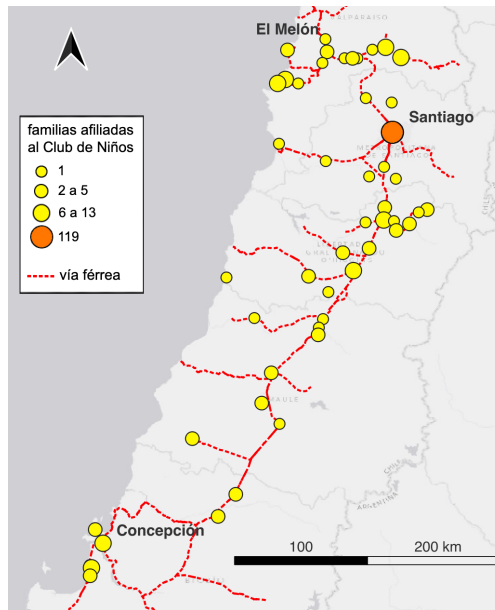
<sup>69</sup> Véase, por ejemplo, Jody Pavilack, *Mining for the Nation: The Politics of Chile's Coal Communities from the Popular Front to the Cold War*, University Park, Pennsylvania State University Press, 2011.

<sup>70</sup> “Venta en brigadas los domingos”, en *El Siglo*, Santiago, 4 de enero de 1945, p. 10. El texto en cuestión dice lo siguiente: “Valparaíso, Aconcagua, Santiago, O'Higgins, Colchagua, Curicó, Talca, Linares y Ñuble, son las provincias a donde *El Siglo* llega el mismo día”. Ahora bien, es probable que el periódico también llegara también el mismo día de su publicación a la Provincia de Maule, aledaña a las de Talca, Linares y Ñuble.

*latu sensu*— incluidas en la muestra, solo cuatro (Valdivia de Paine, Huelquén, Bucalemu, Auquenco) o cinco (de incluirse Colina, localizada a unos kilómetros de la estación del mismo nombre) no estaban vinculadas directamente a una estación de ferrocarril, y todas tenían pocos lectores. Para graficar esto, en el mapa 4 hemos superpuesto la información del Club de Niños sistematizada arriba por sobre las vías férreas existentes, enfocándonos en lo que aquí hemos estado llamando el valle central. Obviamente, la mayoría de los pueblos y ciudades de dicho valle estaban conectados al ferrocarril, pero es también decidir que aquellos que no lo estaban, por lo general, no tenían afiliados al Club de Niños (*v.gr.*, Placilla, Casablanca y Curacaví).

MAPA 4

*Distribución geográfica de lectores de El Siglo y vías férreas del valle central, 1947*



Fuente: Elaboración propia, sobre la base de la lista de socios del Club de Niños de *El Siglo*.

Las conclusiones precedentes se ven reforzadas al comparar la información sistematizada arriba con la correspondiente a la distribución geográfica de la militancia y el electorado comunista, y de la población chilena en general. En lo que respecta a la militancia, los datos más relevantes para el periodo<sup>71</sup> proceden de un informe del FBI escrito en el contexto del XIII Congreso Nacional del PCCh, celebrado en diciembre de 1945, y que registra la cantidad de militantes con sus cuotas al día, en veintidós de las veinticinco

<sup>71</sup> De los que tenemos conocimiento.

provincias del país<sup>72</sup>. En cuanto al votante comunista, lo más útil y cercano en el tiempo son las elecciones municipales de abril de 1947, en las cuales el PCCh obtuvo una de sus votaciones más altas<sup>73</sup>. Para facilitar la comparación, la tabla 1 sistematiza información de: 1) la distribución de los lectores –o, mejor dicho, de los compradores– del periódico, estimada sobre la base de las 279 familias que tenían uno o más hijos inscritos en el Club de Niños y un tiraje cercano a los treinta mil ejemplares; 2) la distribución de los militantes antes del XIII Congreso, exceptuando las tres provincias para las que no contamos con información fiable; 3) los votos obtenidos por los candidatos comunistas en las elecciones municipales de 1947; y 4) la población chilena, según el anuario de la Dirección General de Estadística de 1947<sup>74</sup>.

TABLA 1  
*Lectores, militantes y votantes comunistas, c.1945-1947*

Provincia	1) El Siglo		2) Militantes		3) Votantes		4) Población	
	#	%	#	%	#	%	#	%
Tarapacá	216	0,72	1 190	4,37	4 225	4,63	109 260	1,96
Antofagasta	108	0,36	2 430	8,92	9 162	10,05	168 840	3,03
Atacama	324	1,08	1 400	5,14	2 007	2,20	83 231	1,49
Coquimbo	0	0,00	2 336	8,57	4 332	4,75	241 110	4,32
Aconcagua	1 398	4,66	550	2,02	1 771	1,94	116 114	2,08
Valparaíso	3 117	10,39	2 505	9,19	6 757	7,41	502 720	9,01
Santiago	13 548	45,16	6 260	22,97	26 667	29,24	1 734 103	31,09
O'Higgins	3 549	11,83	1 160	4,26	3 775	4,14	210 879	3,78
Colchagua	1 827	6,09	465	1,71	1 375	1,51	136 990	2,46
Curicó	216	0,72	490	1,80	977	1,07	89 038	1,60
Talca	645	2,15	601	2,21	2 477	2,72	159 189	2,85
Maule	324	1,08	n/a	n/a	939	1,03	60 701	1,09
Linares	324	1,08	210	0,77	1 243	1,36	126 515	2,27
Ñuble	645	2,15	350	1,28	1 303	1,43	222 648	3,99
Concepción	2 151	7,17	3 220	11,81	9 510	10,43	354 720	6,36
Arauco	108	0,36	1 070	3,93	2 884	3,16	67 557	1,21
Biobío	429	1,43	190	0,70	1 750	1,92	124 899	2,24
Malleco	324	1,08	174	0,64	910	1,00	154 346	2,77
Cautín	216	0,72	750	2,75	2 747	3,01	322 053	5,77
Valdivia	0	0,00	890	3,27	2 796	3,07	207 031	3,71

<sup>72</sup> FBI, "Thirteenth National Congress of the Communist Party of Chile", 22 de enero de 1946, memorandum enviado por John Edgar Hoover a Frederick B. Lyon, 13 de febrero de 1946, NARA II, Record Group 59, Decimal File 1945-49, Box 5356.

<sup>73</sup> Dirección General de Estadística de Chile, "Elección ordinaria de municipalidades efectuada el 6 de abril de 1947", en *Política, administración y justicia. Año 1947*, Santiago, n.p., 1949.

<sup>74</sup> Dirección General de Estadística de Chile, "Población según Censo de 1940 y final calculada en 31 de diciembre de 1947, superficie y densidad por provincias y departamentos", en *Demografía y asistencia social. Año 1947*, Santiago, n.p., 1951.

Provincia	1) El Siglo		2) Militantes		3) Votantes		4) Población	
	#	%	#	%	#	%	#	%
Osorno	0	0,00	200	0,73	888	0,97	110 446	1,98
Llanquihue	108	0,36	415	1,52	848	0,93	116 418	2,09
Chiloé	0	0,00	n/a	n/a	426	0,47	89 860	1,61
Aysén	0	0,00	n/a	n/a	338	0,37	19 590	0,35
Magallanes	108	0,36	400	1,47	1 097	1,20	49 622	0,89
Indeterminado	324	1,08	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Total	30 009	100	27 256	100	91 204	100	5 577 880	100

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 1 muestra un marcado contraste entre las diversas fuentes de información, evidenciando la sobrerrepresentación de Santiago y de las otras cuatro provincias de la zona central (Aconcagua, Valparaíso, O'Higgins y Colchagua) en la distribución de *El Siglo*; la concentración de la venta del periódico en el valle central, *latu sensu*, pese a la importancia de las provincias del norte (Tarapacá, Antofagasta, Atacama y Coquimbo) y de ciertas provincias del sur (en especial Arauco) para el PCCh en términos electorales; y, de manera indirecta, la relevancia de la distancia de la capital y de las vías férreas como factores que ayudan a explicar la desigual distribución geográfica de los ejemplares del periódico.

Asimismo, la tabla 1 ayuda a entender quién adquiriría *El Siglo*. Si bien la tirada (alrededor de treinta mil ejemplares en 1946-1947) induce a pensar que este solo era comprado y leído por los militantes comunistas, ya que el número de miembros del PCCh (27 256 en veintidós de las veinticinco provincias del país) era similar, la información sintetizada en la tabla nos obliga a cuestionar esta suposición. En las cinco provincias de la zona central en las que se vendían la mayor parte de los ejemplares (Aconcagua, Valparaíso, Santiago, O'Higgins y Colchagua), había más sujetos que compraban el periódico que militantes comunistas. La cantidad de números vendidos en la Provincia de Colchagua casi cuadruplica a la de militantes y es, incluso, ligeramente superior a la de votantes comunistas. La Provincia de Colchagua es, sin embargo, una excepción. En las otras cuatro provincias (Aconcagua, Valparaíso, Santiago y O'Higgins) la cantidad de lectores es mayor que la de militantes, pero menor que la de votantes. Lo mismo ocurre con Talca, Linares, Ñuble, Biobío y Malleco, donde los lectores son más que los militantes, pero menos que los votantes. En el resto del país, la cantidad de lectores es menor que la de militantes y la de votantes comunistas. En general, puede concluirse que la adquisición y lectura de *El Siglo* no estaba restringida al núcleo de militantes, sino que, dependiendo del lugar de residencia, permeaba a un número más grande de sujetos, la mayoría de los cuales votaban o simpatizaban con el PCCh.

## EL FERROCARRIL, EL BARCO Y EL AVIÓN

En las páginas siguientes reconstruimos la travesía de los ejemplares del periódico a través de las principales vías de comunicación que, como dijimos, jugaban un rol fundamental en la estrategia de distribución del periódico a lo largo del país. Antes de emprender el viaje, es necesario recalcar que la travesía comenzaba en el mismo taller de imprenta de *El Siglo*, ubicado en Moneda 716, en el centro de la capital<sup>75</sup>. La rotativa agrupaba “en paquetes de a 100 ejemplares” las decenas de miles de diarios que imprimía cada hora; luego, estos eran reagrupados y empaquetados, con cáñamo y en cantidades disímiles, por los trabajadores de imprenta y distribución, dependiendo de su destino final. Entre las cinco y las seis de la mañana, los encargados del periódico trasladaban dichos paquetes, en automóviles de propiedad de la empresa, hasta las dos más importantes estaciones de ferrocarriles de la capital, Estación Mapocho y Estación Central (esta última, también conocida como Estación Alameda). De la primera, construida, como su nombre lo indica, a orillas del río Mapocho, partían trenes con destino a Valparaíso, mientras que de la segunda comenzaban un largo trayecto hacia el sur del país. La localización céntrica del taller de imprenta, sumado al hecho de que los automóviles que transportaban los ejemplares iniciaban su periplo muy temprano en la mañana, cuando las calles de la ciudad estaban parcialmente desiertas, hacía que el viaje hasta las estaciones Mapocho (ubicada a menos de 2 kilómetros de la imprenta) y Central (a poco más de 3 kilómetros) fuera relativamente breve<sup>76</sup>.

La distribución de *El Siglo* se basaba mayormente en el Ferrocarril del Sur (FCS), que iba desde Santiago —en concreto desde Estación Central— hasta Puerto Montt, y del cual se desprendían una decena de ramales que conectaban los pueblos y ciudades de la depresión intermedia (por donde corría el ferrocarril) con pueblos y ciudades de la cordillera o la costa; y el Ferrocarril de Santiago a Valparaíso (FCSV), que iba desde la capital —específicamente desde Estación Mapocho— hasta el puerto de Valparaíso, y del cual se desprendían otros ramales. En cambio, el extenso Ferrocarril Longitudinal Norte (FCLN), que se entroncaba con el FCSV en La Calera y llegaba hasta Iquique, tenía mucha menos relevancia en la estrategia de distribución del periódico.

El FCS jugaba un rol fundamental en la colocación del diario. Según nuestras estimaciones, los administradores del periódico despachaban por esta vía alrededor de cinco mil ejemplares en 1940 y más de diez mil en 1946-1947<sup>77</sup>. Si bien el FCS recorría una gran

<sup>75</sup> Sobre el taller de imprenta y las oficinas de Moneda 716, véase Salgado Muñoz, “El Partido Comunista de Chile...”, *op. cit.*

<sup>76</sup> “Cáñamo usado para El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 26 de noviembre de 1941, p. 5; “Investigaciones sequestró ayer miles de ejemplares de El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 2 de febrero de 1946, p. 3; “Sabotean la distribución de El Siglo en Oficina de Correos Chiguayante”, en *El Siglo*, Santiago, 25 de mayo de 1946, p. 8; “La rotativa de Horizonte: madre metálica de El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 31 de agosto de 1960, p. 8.

<sup>77</sup> “Las cuotas de los Comités Regionales en la campaña por los cincuenta mil ejemplares de nuestro diario”, en *El Siglo*, Santiago, 17 de noviembre de 1940, p. 8. Para las estimaciones de 1946-1947, nos estamos basando, principalmente, en la información del Club de Niños de El Siglo, mencionada arriba.

cantidad de provincias, la mayor parte de los números despachados por esta vía férrea eran vendidos en tres de ellas: O'Higgins, Colchagua y Concepción. En esta última jugaban un rol relevante los ramales que unían el FCS con la ciudad de Concepción (ramal Rucapequén-Concepción) y dicha ciudad con los pueblos mineros de la cuenca carbonífera (ramales Concepción-Curanilahue y San Rosendo-Talcahuano). Aun cuando *El Siglo* llegaba a Concepción “en la noche y a la zona del Carbón al día siguiente al mediodía”, los comunistas contaban allí con un público fiel<sup>78</sup>. En agosto de 1942, el periódico se vanaglorió de ser “el de mayor circulación en la zona carbonífera”, un logro que, de ser cierto, no era menor, ya que el vocero de los comunistas tenía que competir allí con otros diarios de pretensión nacional y también con *El Sur* y *La Patria* de Concepción, que llegaban mucho antes que los de la capital<sup>79</sup>. Pese a la anomalía que supone la alta concentración de ejemplares en la zona carbonífera, en general se aprecia una tendencia decreciente a medida que el FCS se aleja de la capital.

El FCSV también era relevante en la colocación de ejemplares, aunque no al mismo nivel que el FCS. Según nuestras estimaciones, la administración del periódico despachó regularmente unos cuatro mil ejemplares diarios por el FCSV. La cifra parece haberse mantenido más o menos constante durante el periodo estudiado, pese a la tendencia general al alza en la venta del periódico, discrepancia que se explica por el uso que se le daba al FCSV y el destino final de esas ediciones. Mientras que en 1940 la mitad de esos ejemplares eran redirigidos al norte una vez llegados a la estación de La Calera, donde el FCSV entroncaba con el FCLN, en 1946-1947 la inmensa mayoría de los cuatro mil periódicos eran consumidos en las ciudades conectadas al FCSV o a sus ramales<sup>80</sup>.

Una cantidad pequeña era vendida en las estaciones de los pueblos aledaños a Santiago (Colina, Polpaico, etc.); otra cantidad, bastante más sustancial –alrededor de un tercio de los ejemplares despachados por esta vía– era eventualmente desviada hacia la provincia de Aconcagua, por el ramal que unía la estación Llay-Llay con la de Los Andes, siendo adquiridos principalmente en las ciudades de San Felipe, Los Andes y Putaendo. El resto, seguía el trayecto del FCSV tras pasar por la estación Llay-Llay y la mayoría llegaba hasta las estaciones finales y eran adquiridos en Viña del Mar o Valparaíso, aunque otros eran comprados unos kilómetros antes en Las Vegas, Ocoa, La Calera, Quillota y Quilpué. Otros eran desviados antes de llegar a este último tramo, ya fuese en la estación La Calera, que entroncaba con el FCLN, o en la estación San Pedro, donde se iniciaba un ramal hasta Quintero, en donde también se vendían.

En comparación con el FCSV y el FCS, el FCLN, que cubría desde Iquique hasta La Calera (y, a través de esta última, se conectaba con Santiago), jugó un rol muchísimo menos relevante en la colocación de ejemplares. Hasta donde sabemos, los encargados de *El Siglo*

---

<sup>78</sup> “El Siglo hace 30 años”, en *El Siglo*, Santiago, 30 de agosto de 1970, s/p. En el mismo reportaje se dice que en la cuenca del carbón se vendían regularmente “1.800 ejemplares diariamente” en el periodo aquí analizado.

<sup>79</sup> “Sección especial de Lota y Coronel”, en *El Siglo*, Santiago, 1 de agosto de 1942, p. 3.

<sup>80</sup> “Las cuotas de los Comités Regionales en la campaña por los cincuenta mil ejemplares de nuestro diario”, en *El Siglo*, Santiago, 17 de noviembre de 1940, p. 8.

enviaban en un comienzo alrededor de dos mil ejemplares al norte por esta vía, los que eran consumidos mayormente en las provincias de Coquimbo y Atacama<sup>81</sup>. La cantidad de ejemplares enviados al norte por vía férrea no parece haber aumentado sustancialmente en los años siguientes y, una vez creado el periódico local comunista *El Siglo de Coquimbo* (que se editaba en La Serena y se distribuía en toda la Provincia de Coquimbo) en 1944, parece haber disminuido. La escasa relevancia del FCLN en la estrategia de distribución del periódico se debía, entre otras razones, a las grandes distancias entre los principales centros urbanos de la zona y a la naturaleza misma del ferrocarril en cuestión. A diferencia del FCSV y del FCS, el ancho de vía del FCLN era estrecho y, por ende, la velocidad a la que circulaban los trenes era significativamente más baja<sup>82</sup>.

En cierto sentido, la sola colocación regular del periódico en las localidades del norte por medio del FCLN puede ser considerada una hazaña. Sirva de muestra lo ocurrido en Coquimbo, ubicada a 395 kilómetros de la capital en línea recta. El primer número de *El Siglo*, del sábado 31 de agosto de 1940, estaba programado para llegar a dicha ciudad el domingo 1 de septiembre a las 10:30 de la mañana, y para festejarlo los comunistas de la localidad habían organizado un cóctel y montado una exposición sobre la trayectoria de la “prensa obrera”, de la cual *El Siglo* se declaraba heredero. Si suponemos que el primer número empezó a ser distribuido en Santiago a las 5:30 de la mañana del día anterior, estamos hablando de que se esperaba la llegada del periódico con un retraso de veintinueve horas. Para peor, el tren llegó “una hora después de la fijada en el itinerario” y sin ninguno de los ejemplares esperados<sup>83</sup>.

De manera ocasional, los encargados de *El Siglo* se sirvieron también de la Línea Aérea Nacional (LAN) para el envío de ejemplares al norte. Las ventajas de la aviación para la distribución de un producto cuya relevancia depende de su actualidad son indudables, máxime en el caso de un país con la extensión geográfica de Chile, la lentitud del FCLN y la baja densidad poblacional de la zona norte. Según un afiche promocional de la LAN, publicado en 1931, que indicaba los tiempos de viaje de distintos medios de transporte, el trayecto de Santiago a Antofagasta tomaba mucho menos tiempo en avión (nueve horas) que en ferrocarril (tres y medio días) o en barco a vapor (tres y medio días), y lo mismo corría para el trayecto subsiguiente de Antofagasta a Arica (cuatro horas en avión y uno y medio días en barco a vapor). Indirectamente, el afiche promocional confirmaba también la escasa eficiencia del FCLN, en especial cuando se le compara con el FCS. Mientras que el trayecto entre Santiago y Antofagasta –correspondiente a 1 087 kilómetros en vía recta– a través del FCLN demoraba tres y medio días, el de Santiago a Puerto Montt –que

<sup>81</sup> *Ibid.*

<sup>82</sup> Mientras que el FCSV y el FCS eran de “trocha” o “ancho indio” (1.676 milímetros), el FLN era de “ancho métrico” (1.000 milímetros).

<sup>83</sup> “Lo que fue el primer y único ejemplar de *El Siglo* en Coquimbo”, en *El Siglo*, Santiago, 5 de septiembre de 1943, p. 9.

sumaba 915 kilómetros en vía recta— a través del FCS, demoraba poco más de un día (veintiséis horas)<sup>84</sup>.

Conocemos algunos detalles de la estrategia de distribución de ejemplares al norte por vía aérea gracias a un par de artículos publicados en el periódico a fines de 1946, en los que se denunciaba un “sabotaje” por parte de la LAN, en el contexto de la intensa batalla por elegir a un nuevo presidente de la República. Uno de estos artículos —referenciado en la introducción— informaba que la compañía aérea había impedido el despacho de 8 076 ejemplares de la edición de aniversario, una cifra que puede parecernos abultada, pero que constituía un porcentaje menor (5,98 %) de una edición de altísima tirada, de la cual se imprimieron 134 956 ejemplares. Los periódicos no despachados, estaban “destinados a Antofagasta, Tocopilla, Copiapó, Freirina, Vallenar, Serena, Arica y Ovalle”. Este listado nos permite concluir que las paradas de los aviones en sus vuelos hacia el norte —que tenían por lo general como destino Arica, como en este caso, o Iquique— eran cruciales. Exceptuando Freirina, todas las ciudades listadas arriba contaban con aeródromos y eran paradas regulares en los viajes de la LAN al norte; y Freirina, la única de las ciudades que no contaba con aeródromo, se encuentra bastante cerca de Vallenar, que cuenta con aeródromo pavimentado<sup>85</sup>.

Los barcos a vapor eran utilizados con mayor regularidad que el avión para el despacho de *El Siglo*, pero las alusiones al respecto no abundan en el periódico y su relevancia en la colocación de ejemplares era escasa. A través de dichos barcos se transportaba solo un puñado de ejemplares, destinados a los principales núcleos urbanos del extremo sur del país. Estos llegaban varios días después de su aparición en la capital y la posibilidad de venderlos era, por ende, limitada. Un lector de *Avance*, el periódico local que editaban los comunistas en Punta Arenas, se quejó a mediados de la década de la ineficiencia del servicio de correos, señalando que los diarios llegaban “hasta con ocho días de atraso, como nuestro diario *El Siglo*”<sup>86</sup>. Dadas estas dificultades, no debe sorprendernos el patrón de distribución geográfica del periódico que hemos reseñado.

---

<sup>84</sup> Afiche reproducido en Alberto Fernández Donoso, *La aviación en Vallenar*, Dirección General de Aeronáutica Civil, Santiago, 2013, p. 12. Sobre los primeros años de la LAN, véase Diego Barria Traverso, “‘An absolutely Chilean institution’. Línea Aérea Nacional, Chile (1929-45)”, en *The Journal of Transport History*, vol. 40, n.º 1, Londres, 2019, pp. 8-24.

<sup>85</sup> “Intervención y abuso de la LAN: No despachó 8 mil ejemplares de nuestro diario que iban al norte del país”, en *El Siglo*, Santiago, 3 de septiembre de 1946, p. 1. Véase, además, “134.956 ejemplares lanzó ayer El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 1 de septiembre de 1946, p. 10; “En la LAN volvieron a sabotear El Siglo ¡Exigimos sanciones!”, en *El Siglo*, Santiago, 6 de septiembre de 1946, p. 1.

<sup>86</sup> “Mala atención en el correo”, en *Avance*, Punta Arenas, 31 de diciembre de 1944, p. 4.



## OBSTÁCULOS A LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN

A diferencia de la gran prensa, *El Siglo* y otros periódicos de ínfulas revolucionarias tenían que enfrentar una serie de escollos que entorpecían su distribución y venta al público. Como bien ha documentado Karen Donoso Fritz al estudiar los mecanismos de censura contra la prensa utilizados por Arturo Alessandri en la década de 1930, el Ejecutivo recurría a los tribunales para hacer valer su voluntad y regularmente movilizaba a miembros de los aparatos de seguridad para impedir la salida de ejemplares desde los talleres de imprenta de ciertos medios, incautar ejemplares en circulación, acosar a distribuidores e, incluso, destruir la maquinaria utilizada en la producción, como le ocurrió al aguerrido y controversial diario *La Opinión*, en julio de 1934 y septiembre de 1938<sup>87</sup>. Con excepción de esta última medida de fuerza, denominada “empastelamiento de imprentas” en el vernáculo de la época, *El Siglo* tuvo que soportar esta heterogénea panoplia de obstáculos y amedrentamientos en más de una ocasión durante la década de 1940, pese a que el Ejecutivo estuvo la mayor parte del tiempo en manos de autoridades de tinte frentepopulista.

En términos analíticos, puede distinguirse entre momentos de alta tensión política, durante los cuales el Gobierno central u otras autoridades relevantes utilizaban mecanismos legales y extralegales que hacían muy difícil la circulación de *El Siglo* a lo largo del país, y periodos más largos de distensión, durante los cuales las autoridades toleraban la circulación del periódico, pese a lo cual surgían de vez en cuando escollos de naturaleza más acotada. Los momentos de alta tensión política a los que aludimos se concentraron en ciertos meses de 1941 (durante el mandato de Pedro Aguirre Cerda) y de 1946 (durante la gobernanza interina de Alfredo Duhalde), tornándose frecuentes solo a partir de octubre de 1947, cuando la presidencia de Gabriel González Videla intentó por todos los medios silenciar al vocero de los comunistas, lo que llevó eventualmente a su desaparición en julio de 1948<sup>88</sup>. Durante estos momentos de alta tensión, la medida de obstaculización más efectiva era la colocación de miembros de Carabineros o Investigaciones frente a la sede del periódico para impedir la salida de los ejemplares. En ciertas ocasiones, el objetivo de las autoridades era impedir la circulación absoluta del periódico, durante uno o más días; en otras, las fuerzas de orden se contentaban con retrasar la circulación de los ejemplares por unas horas, demandando visar el número en cuestión, lo que obviamente afectaba las ventas.

---

<sup>87</sup> Karen Donoso Fritz, “‘Los zarpazos del León’: La censura política contra la prensa en el segundo gobierno de Arturo Alessandri. Chile, 1933-1938”, en *Revista Tiempo Histórico*, año 7, n.º 12, Santiago, 2016, pp. 109-134.

<sup>88</sup> La mayoría de las intervenciones estuvieron lideradas por el Ejecutivo, pero hubo un par en que la iniciativa provino de otras autoridades, como el Parlamento –enero de 1941–, o el alcalde de Santiago, quien, instrumentalizando la normativa sanitaria que regía la comuna –y, al parecer, con el beneplácito de la Intendencia de la Provincia de Santiago y el Ministerio del Interior– decretó la clausura de los talleres de imprenta del periódico por varios días, en mayo de 1941, provocándole a la empresa una “pérdida diaria superior a dos mil pesos”. Véase: “Ayer se levantó clausura a El Siglo solo para que inicie reparaciones”, en *El Siglo*, Santiago, 18 de mayo de 1941, p. 4.

Los comunistas intentaban superar las obstaculizaciones recurriendo a argumentos legales, ya que, sin mediar estado de excepción, la ley prohibía la censura previa; a la movilización de sus parlamentarios, quienes, además de reiterar las normativas vigentes ante los funcionarios de las fuerzas de orden y seguridad, intentaban hacer uso de su fuero para trasladar paquetes con ejemplares; y a la distribución clandestina de ejemplares por medio de militantes y suplementeros afines al periódico<sup>89</sup>.

Las intentonas de obstaculización daban lugar a una serie de escaramuzas y negociaciones, de cuyo resultado dependía la circulación del periódico. Sirva de ejemplo lo ocurrido el 1 de febrero de 1946, poco después de la masacre de la Plaza Bulnes, ya mencionada. En la madrugada de aquel día, las autoridades movilizaron a alrededor de cincuenta agentes de Investigaciones a la sede del periódico, para revisar el número en cuestión y, en caso de considerarlo necesario, impedir su distribución. Los primeros suplementeros congregados frente al taller de imprenta intentaron salir a vender el periódico cerca de las cinco de la mañana, pero los agentes los capturaron y les requisaron los ejemplares; “un vulgar atraco”, para utilizar las palabras de un reportaje de *El Siglo* publicado el día siguiente. El agente a cargo de la operación policial procedió entonces a revisar el número en cuestión, “en medio de las violentas protestas del diputado Damián Uribe”. Eventualmente, el agente se allanó a que la edición circulara y algunos suplementeros comenzaron a distribuirla por los alrededores, mientras dos automóviles, cargados de paquetes, partieron a las estaciones Mapocho y Central para su despacho al resto del país. Sin embargo, el agente que había visado la circulación del periódico fue desautorizado por sus superiores, quienes enviaron “otros sesenta agentes para impedir nuevamente la salida del diario”. Reforzados con este nuevo contingente, y con órdenes más explícitas, los efectivos de Investigaciones detuvieron a los suplementeros, requisaron ejemplares de quioscos aledaños y se trasladaron a las estaciones de ferrocarriles, donde se apropiaron de los paquetes que ya estaban montados en los carros de equipaje. Las huestes comunistas fueron reforzadas con la llegada de los diputados Humberto Abarca, Carlos Rosales y Óscar Baeza, y por el senador Guillermo Guevara, quienes cargaron varios paquetes en sus automóviles y, por lo general, lograron hacer respetar su fuero parlamentario. Guevara, por ejemplo, “entregó personalmente miles de ejemplares a los ferrocarriles para que fueran transportados al sur y a Valparaíso”. Cabe destacar que la travesía en el FCSV fue tan accidentada –incluyendo robos de paquetes en la estación La Calera y enfrentamientos entre comunistas y agentes de Investigaciones en la estación de cerro Barón– que los encargados del periódico le dedicaron un reportaje separado a la misma, en ediciones posteriores. Por su parte, algunos suplementeros y jóvenes comunistas, “en veloz carrera”, lograron burlar el cerco policial y distribuir otros muchos diarios<sup>90</sup>.

---

<sup>89</sup> Sobre la prominencia de la retórica comunista en defensa de las libertades públicas y el respeto de los derechos constitucionales, véase Rolando Álvarez, “El Partido Comunista de Chile en la década de 1930: Entre ‘clase contra clase’ y el Frente Popular”, en *Pacarina del Sur*, vol. 8, n.º 31, México, abril-junio 2017.

<sup>90</sup> “Investigaciones secuestró ayer miles de ejemplares de El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 2 de febrero de 1946, p. 3. Véase, además, “Investigaciones roba El Siglo en Valparaíso y Viña del Mar”, en *El Siglo*, Santia-

Los obstáculos para la distribución y venta de *El Siglo* no se limitaban a los momentos de alta tensión política ni emanaban solo de las autoridades centrales. En periodos de relativa calma y tolerancia, el vocero de los comunistas también debió superar una serie de trabas puntuales, interpuestas por un cúmulo de actores. Entre estos, cabe destacar a alcaldes y potentados locales. En Las Condes, por ejemplo, el encargado de la venta del periódico fue “perseguido y molestado, en una y otra forma”, durante octubre y noviembre de 1941, por el alcalde “Aníbal Quiroz Peralta, anheloso de impedir llegue a conocimiento de la población la serie de irregularidades y malversaciones que ha denunciado nuestro diario”<sup>91</sup>. Las trabas eran particularmente difíciles de sortear en pueblos o zonas rurales donde una misma persona concentraba poder económico y político. Sirvan de ejemplo los sucesos ocurridos en la pequeña localidad rural de Las Cabras, en octubre de 1940, cuyo alcalde, Carlos Fresno, falangista, quien era a la vez administrador de una de las haciendas de la zona, golpeó al vendedor del periódico, “le rompió los diarios y en su auto lo llevó a la comisaría, donde permaneció detenido varios días”<sup>92</sup>.

Como se desprende de algunas de las noticias citadas, no era fácil distribuir el periódico comunista en fundos, haciendas y otros lugares de acceso restringido. Además del precedente caso de Las Cabras, hemos encontrado denuncias contra dueños o administradores de fundos en Limache, Paine, Graneros y Lontué, algunos de los cuales habían prohibido la venta del periódico en el territorio de su propiedad o habían agredido a quienes lo vendían o portaban. Estas denuncias develan, por un lado, el interés de los encargados y agentes de *El Siglo* por colocar ejemplares entre los campesinos de la zona central y, por otro, la dificultad intrínseca de concretar dichos anhelos en un contexto social en donde buena parte del campesinado vivía o trabajaba en propiedades de terceros, la mayor parte de los cuales tenían simpatías conservadoras. Esta tensión no es baladí. Un sector numeroso de la población chilena de aquel entonces —especialmente en las zonas central y centro-sur— eran inquilinos radicados dentro de grandes haciendas o peones que trabajaban estacionalmente en ellas. Si *El Siglo* era leído de manera más asidua en las ciudades que en los caseríos, esto no se debía solo al contenido del periódico, la infraestructura de transporte del país o la red de distribución montada por los comunistas, sino también a los obstáculos para penetrar y difundir la palabra revolucionaria en el campo chileno<sup>93</sup>.

---

go, 4 de febrero de 1946, p. 2.

<sup>91</sup> “Alcalde de las Condes trata de impedir la venta de El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 3 de noviembre de 1941, p. 6.

<sup>92</sup> “Alcalde falangista golpeó a un vendedor del diario El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 11 de octubre de 1940, p. 10.

<sup>93</sup> “Asaltaron a vendedor de El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 12 de agosto de 1941, p. 7; “Un enemigo de la cultura del pueblo”, en *El Siglo*, Santiago, 20 de septiembre de 1941, p. 8; “No dejan vender El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 27 de septiembre de 1943, p. 4; “Amenazó a un campesino porque llevaba una hoja de El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 2 de febrero de 1947, p. 8. Sobre el proselitismo comunista en el campo durante estos años, véase Nicolás Acevedo Arriaza, *Un fantasma recorre el campo. Comunismo y politización campesina en Chile (1935-1948)*, Santiago, América en Movimiento Editorial, 2017.

Algo parecido ocurría en campamentos y centros mineros, lugares donde se concentraba un buen número de trabajadores sindicalizados y con simpatías de izquierda<sup>94</sup>. Los trabajadores de la minería eran un sector prominente en la retórica comunista y también en la sobrevivencia y prosperidad del periódico, como se deduce de la cantidad de ejemplares vendidos en los centros cupríferos de la zona central y en la cuenca carbonífera de la zona centro-sur, pero la distribución y venta de *El Siglo* en estos y otros centros mineros no estaba exenta de tensiones. El hecho de que algunas empresas fueran propietarias de las minas, los campamentos aldeaños e, incluso, las vías férreas –como ocurría, por ejemplo, con la estadounidense Braden Copper Co en la provincia de O’Higgins– tornaba la situación difícil, por decir lo menos. En mayo de 1944, por ejemplo, el corresponsal del periódico comunista en el populoso campamento minero de Sewell denunció que uno de los serenos del campamento dificultaba la labor del agente del diario: “El sábado recién pasado, hizo detener por carabineros a nuestro agente, sin causa justificada, en los precisos momentos que nuestro periódico llegaba al campamento”, lo que había entorpecido su venta y provocado un daño económico a la empresa. Esto llevó a que los encargados de *El Siglo* elevaran “la más enérgica protesta” ante la compañía, advirtiendo que el “régimen democrático nos da amplias garantías de libertad de palabra”<sup>95</sup>. La distribución del periódico parece haber sido aún más difícil en campamentos y centros mineros pequeños –donde los trabajadores tenían menos poder para imponer sus condiciones a la administración– o al menos eso es lo que se desprende de la publicación más o menos abundante de denuncias provenientes del mineral cuprífero de Altamira, en el desierto de Atacama, o del mineral aurífero de Rosario del Bronce, cerca de Petorca<sup>96</sup>.

Dada su relevancia en la estrategia de distribución de *El Siglo*, no debe sorprendernos que los servicios de correos y de ferrocarriles concentren una alta proporción de las denuncias de obstaculización publicadas en el medio. Por regla general, estas denuncias iban dirigidas tanto al público corriente como a las autoridades correspondientes, a las que se les llamaba a subsanar los escollos y castigar a los responsables. En septiembre de 1947, por ejemplo, el periódico denunció a Julio Zambrano Vivanco, “jefe de estación y a la vez de correos” en San Rafael, pues se había negado “en varias oportunidades a despachar *El*

---

<sup>94</sup> Sobre los niveles de sindicalización y simpatías políticas de los trabajadores de la minería, véase Alan Angell, *Politics and the Labour Movement in Chile*, London, Oxford University Press, 1972, pp. 46-47, 85, 143, 234-236 y 238-241; James Petras y Maurice Zeitlin, “Miners and Agrarian Radicalism”, en *American Sociological Review*, vol. 32, n.º 4, 1967, pp. 578-586. Véase, además, los siguientes estudios de caso sobre los trabajadores de la minería del carbón y del cobre: Thomas Miller Klubock, *Contested Communities: Class, Gender, and Politics in Chile’s El Teniente Copper Mine, 1904-1951*, Durham, Duke University Press, 1998; Pavilack, *Mining for the Nation...*, op. cit.; y Angela Vergara, *Copper Workers, International Business, and Domestic Politics in Cold War Chile*, University Park, Pennsylvania State University Press, 2008.

<sup>95</sup> “Tratan de entorpecer la labor de nuestro agente”, en *El Siglo*, Santiago, 18 de mayo de 1944, p. 4. Véase, además, “Por encima de las dificultades”, en *El Siglo*, Santiago, 11 de enero de 1942, p. 13.

<sup>96</sup> “Provocadores de San Fernando y Altamira persiguen a los vendedores de *El Siglo*”, en *El Siglo*, Santiago, 14 de diciembre de 1943, p. 4; “Firma Callejas prohíbe circulación de *El Siglo*”, en *El Siglo*, Santiago, 22 de febrero de 1946, p. 7; “Prohíben la entrada de *El Siglo* a Rosario del Bronce, Petorca”, en *El Siglo*, Santiago, 21 de marzo de 1946, p. 6.

*Siglo*". Al ser encarado por el agente y el corresponsal del periódico, Zambrano "se refirió en términos groseros al diario y amenazó con hacer apresar a estos dos representantes de *El Siglo*, si la publicación continuaba llegando a la localidad". Según el periódico, "la dirección de Ferrocarriles y del Correo" ya estaban en conocimiento del asunto, pero no había tomado cartas en el asunto<sup>97</sup>. Varias denuncias apuntan sus dardos contra jefes de estación o de sucursales del servicio de correos como Zambrano, pero la mayor parte se centran en el actuar de funcionarios de menor relevancia, cuyo rol en el engranaje del sistema de transporte y comunicaciones del país ponía en vilo la adecuada distribución y venta del medio de los comunistas. Desde San Fernando, por ejemplo, se denunció al mayordomo de patio de la estación de ferrocarriles, Luis Silva, quien "arbitrariamente impide a los suplementeros de *El Siglo* venderlo en los andenes", instándose al jefe de estación a "tomar medidas para evitar estas arbitrariedades de sus subalternos"<sup>98</sup>. En Sewell, el dedo acusador apuntó en una ocasión al "mozo del carro de equipajes, Salvador Pino", por negarse a entregar el periódico oportunamente "bajo pretexto que debe ser visado en bodegas"<sup>99</sup>.

La denuncia de Rosendo Neva, quien trabajaba como agente de *El Siglo* en una localidad indeterminada de la Provincia de Valdivia, al parecer no conectada directamente a la red de ferrocarriles, es particularmente interesante. Neva visitaba todos los días la oficina de correos de su localidad para recibir un paquete de diarios; "El chofer de la camioneta del Correo Postal me cobraba \$10 mensuales por traerme este paquete", explicó en su carta de denuncia, quejándose tanto del abuso inherente en el cobro como del maltrato del funcionario público, quien le faltaba el respeto cuando se atrasaba en el pago. "Ante este hecho reclamé al interventor del correo postal, quien me expresó que yo no debía pagar por la traída del paquete de diarios". Sus reclamos ante las autoridades del servicio postal parecen haber puesto fin a los cobros inescrupulosos, pero no así al maltrato, lo que lo llevó a denunciar el hecho ante la opinión pública, enviando para ello una carta a *La Región*, periódico que el PCCh editaba en la ciudad de Valdivia. De su carta de denuncia se deduce que, pese a que la normativa vigente estipulaba que los costes del transporte de publicaciones periódicas corrían por cuenta de las empresas periodísticas –que cancelaban un monto al entregar los paquetes a los funcionarios de correos– y del Estado –que subvencionaba el servicio– en la práctica, la relación entre funcionarios públicos y agentes de periódicos era bastante más arbitraria y transaccional<sup>100</sup>.

Este tipo de denuncias nos fuerza a considerar seriamente la posibilidad de que, pese a la retórica politizada y suspicaz de los comunistas, muchas de las trabas no se originaban en la animadversión política de los involucrados, sino en conflictos de naturaleza más pedestre o en las deficiencias de los servicios de ferrocarriles y correos. Algo de ello se

<sup>97</sup> "Jefe de Correos de San Rafael se niega a entregar *El Siglo*", en *El Siglo*, Santiago, 2 de septiembre de 1947, p. 4.

<sup>98</sup> "Provocadores de San Fernando y Altamira persiguen a los vendedores de *El Siglo*", en *El Siglo*, Santiago, 14 de diciembre de 1943, p. 4.

<sup>99</sup> "Por encima de las dificultades", en *El Siglo*, Santiago, 11 de enero de 1942, p. 13.

<sup>100</sup> "Carta al diario", en *La Región*, Valdivia, 27 de noviembre de 1947, p. 1.

desprende de una denuncia del agente de *El Siglo* en Molina, en noviembre de 1940, quien indicó que los ejemplares que debiesen haber llegado a esa ciudad para su distribución hace unos días, “por un descuido del personal del tren, pasaron de largo para el Sur”, y tuvieron que ser enviados de vuelta en el tren de la tarde, a una “hora ya inoportuna para venderlos”. Si bien el agente habló de un “descuido del personal”, el hecho de que el mismo problema hubiese ocurrido ya antes, lo hacía sospechar que quizás hubiese “algo de sabotaje en todo esto”<sup>101</sup>. Pese a las sospechas de agentes, corresponsales y periodistas, da la impresión de que muchos de los hechos denunciados se debían a que el sistema de transporte y comunicación del país dependía de una gran cantidad de actores, cuyo trabajo no era fácil de coordinar y cuyo nivel de eficiencia y grado de neutralidad era variable. En otras palabras, es probable que *El Siglo* haya sido víctima de persecución y obstáculos de naturaleza propiamente política y, también, de las deficiencias estructurales del sistema de distribución de misivas y encomiendas.

#### EL SIGLO Y LA PRENSA LOCAL COMUNISTA

La marcada concentración de la distribución de *El Siglo* en las zonas central y centro-sur del país, y en especial en las provincias de Aconcagua, Valparaíso, Santiago, O’Higgins y Colchagua, no debe ser interpretada como un fracaso, sino más bien, como el resultado de un significativo esfuerzo comunicacional por parte de los comunistas, relativamente exitoso, ante obstáculos difíciles de superar, impuestos por la distancia geográfica y la infraestructura de transporte del país, que tornaban difícil la venta de cualquier periódico de pretensión nacional –un producto cuya venta depende, en gran medida, de su actualidad– en localidades alejadas de su lugar de producción. Los dirigentes del PCCh eran conscientes de estos obstáculos, a los que se sumaban los escollos de naturaleza política reseñados arriba, y ensayaron distintas estrategias para difundir de manera eficiente su mensaje en todo el país. Así, se destaca la publicación de periódicos locales en núcleos urbanos alejados de la capital. Para Luis Corvalán López, entonces miembro de la redacción de *El Siglo*, la expansión y perfeccionamiento de la prensa partidaria demandaba la formación de un mayor número de corresponsales que colaboraran con el órgano central del PCCh y “la formación de nuevos periódicos en la región austral y en el Norte chico”<sup>102</sup>.

El comunismo chileno posea una admirable tradición de publicación de periódicos de naturaleza y alcance local, que se remontaba a los años del Partido Obrero Socialista y que se fortaleció a mediados de los años treinta, una vez que la militancia y el electorado

<sup>101</sup> “Descuido saboteador en la entrega del diario El Siglo”, en *El Siglo*, Santiago, 26 de noviembre de 1940, p. 10.

<sup>102</sup> Luis Corvalán López, “Hacia la formación de periodistas proletarios”, en *Principios*, Santiago, n.  15, septiembre de 1942, pp. 14-16.

del PCCh empezaron a crecer<sup>103</sup>. Por lo general, estos periódicos eran editados en núcleos urbanos donde se contaba con un buen número de militantes o simpatizantes, aunque estos periódicos eran distribuidos en dichas urbes y también en las localidades aledañas, con cierto recargo en el precio de venta, como ocurría por ejemplo con el diario comunista del puerto de Iquique, que era vendido en la pampa por unos centavos extra. Sin duda, una parte importante de los logros del PCCh durante el período estudiado se explica por esta portentosa tradición partidaria y la existencia previa de imprentas, algunas de ellas presentes incluso desde los años de Luis Emilio Recabarren. Sabemos que tanto el periódico comunista de Iquique como el de Antofagasta fueron editados –al menos a inicios de la década de 1940– en imprentas que el PCCh poseía hacía tiempo, y que habían sobrevivido a traslados y maltratos<sup>104</sup>.

El surgimiento y sobrevivencia de la prensa local comunista dependía de esfuerzos que eran a la vez locales y centrales. El carácter local de algunas iniciativas se evidencia, por ejemplo, en Puerto Natales, ciudad pequeña de poco más de seis mil habitantes, ubicada en el extremo sur del país, en donde un puñado de militantes logró, a fuerza y tesón, editar regularmente un periódico entre septiembre de 1938 y febrero de 1948, con el objeto de disputarle la hegemonía a los socialistas de la ciudad, que tenían mayor representación en la municipalidad y controlaban el principal sindicato de trabajadores. *Justicia*, el medio en cuestión, fue impreso en un comienzo a contrata, por una imprenta privada. Si bien en su primer número vinculó su aparición a una de las “consignas lanzadas por el Comité Central”, que instaba a los comunistas de la zona a publicar prensa local, el periódico tenía una naturaleza bastante artesanal y evidenciaba escasa conexión con el órgano central del PCCh (en ese entonces Frente Popular) en términos de estética y contenido noticioso<sup>105</sup>. En el otro extremo del espectro encontramos periódicos como *El Siglo de Coquimbo*, publicado en La Serena entre abril de 1944 y mayo de 1948, en cuya aparición y consolidación la dirección del PCCh parece haber invertido bastante esfuerzo y dinero, enviando a La Serena tanto maquinarias como personal calificado, y el cual a veces reproducía páginas completas del órgano central de los comunistas<sup>106</sup>.

<sup>103</sup> Arias Escobedo, *La prensa obrera...*, op. cit., pp. 81-108; Eduardo Devés, “La cultura obrera ilustrada chilena y algunas ideas en torno al sentido de nuestro quehacer historiográfico”, en *Mapocho*, n.º 30, Santiago, segundo semestre 1991, pp. 127-136; Rivera Aravena y Salgado Muñoz, “Más que una improvisación...”, op. cit.; Jorge Rojas Flores, “La prensa obrera chilena: El caso de La Federación Obrera y Justicia, 1921-1927”, en Olga Ulianova, Manuel Loyola y Rolando Álvarez (eds.), *1912-1920. El siglo de los comunistas chilenos*, Santiago, Universidad de Santiago de Chile, 2012.

<sup>104</sup> “¿Cómo adquiriría imprentas y locales Luis Emilio Recabarren?”, en *Qué Hubo*, Santiago, 20 de abril de 1940, p. 9; “Proposiciones sobre prensa del Partido Comunista de Chile”, en Olga Ulianova y Alfredo Riquelme (eds.), *Chile en los archivos soviéticos, 1922-1991. Tomo 3: Komintern y Chile, 1936-1941*, Santiago, DIBAM/CIBDA, 2017, vol. XLIV, p. 470.

<sup>105</sup> “Nuestra misión” y “Obstáculos vencidos por los comunistas”, en *Justicia*, Puerto Natales, 2ª semana de septiembre de 1938, pp. 1 y 2. El periódico en cuestión se llamó en un primer momento *Justicia* (1938-1941) y luego fue renombrado *Adelante* (1941-1948).

<sup>106</sup> “Un nuevo combatiente anti-nazi: El Siglo de Coquimbo”, en *El Siglo*, Santiago, 5 abril de 1944, p. 5; “Nuestra prensa en provincias”, en *El Siglo*, Santiago, 31 de agosto de 1946, p. 4; FBI, “El Siglo”, 16 de enero

La naturaleza de la relación entre la dirigencia partidaria y la prensa local comunista parece que experimentó una transformación significativa a fines de la década de 1930 e inicios de la de 1940, es decir, durante la misma coyuntura que llevó a la creación de *El Siglo*. En el XI Congreso del PCCh, realizado en diciembre de 1939, se tomó la resolución de traspasar todas las maquinarias y materiales de imprenta, que poseían los distintos organismos del partido, a una nueva sociedad anónima que habría de hacerse cargo de los periódicos editados en Iquique, Antofagasta y Concepción, y que designaría a los “Directores y Administradores de los diarios” en cuestión<sup>107</sup>. En la práctica, los bienes y la administración de dichos medios quedaron en manos de la sociedad comercial Barra y Compañía Limitada, que había sido fundada en agosto de 1936 para facilitar las operaciones del Frente Popular. La trayectoria de la sociedad en cuestión es difícil de rastrear, dada la naturaleza de los fondos notariales y las lógicas de funcionamiento del Archivo Judicial de Santiago, pero hemos encontrado evidencia que confirma que dicha sociedad actuó efectivamente como propietaria y administradora de las imprentas comunistas de Iquique, Antofagasta y Concepción y, años después, de las imprentas y periódicos de Valdivia y La Serena<sup>108</sup>. No debe extrañarnos, entonces, que a fines del periodo estudiado la agencia de inteligencia estadounidense, Central Intelligence Agency, consignara que la “prensa comunista en Chile se destaca por su alto grado de centralización [...] y por su excelente administración”, siendo Barra y Compañía Limitada la entidad que “posee y opera la mayoría de los periódicos oficiales del Partido Comunista en el país”<sup>109</sup>.

La tabla 2 sistematiza información de los periódicos comunistas que lograron cierta regularidad entre enero de 1941 y julio de 1948. Estos fueron editados en ciudades que estaban ubicadas fuera de las zonas central y centro-sur —donde se concentraba la distribución de *El Siglo*—. En concreto, estamos hablando de dos iniciativas editoriales vigorosas en el Norte Grande (en Iquique y Antofagasta); de otra iniciativa, solo ligeramente menos significativa, en el Norte Chico (en La Serena); de una sola iniciativa de importancia en la zona sur (en Valdivia); y de un puñado de iniciativas de menor relevancia en las zonas sur (en Cañete y Puerto Montt) y austral (en Puerto Natales y Punta Arenas) En otras palabras, en lugares donde *El Siglo* llegaba tarde y se vendía poco. Creemos que ello se debía no solo

---

de 1945, memorándum enviado por John Edgar Hoover a Frederick B. Lyon, 6 de marzo de 1945, NARA II, Record Group 59, Decimal File 1945-49, Box 5355.

<sup>107</sup> Partido Comunista de Chile, *Informes y resoluciones: Política parlamentaria, política municipal, cultura, prensa y propaganda*, Santiago, Ediciones del Comité Central del Partido Comunista de Chile, 1940, p. 35-36.

<sup>108</sup> Véase, por ejemplo, las escrituras públicas: “Mandato: Sociedad Barra y Cía. Ltda. a Justo Zamora”, 13 de junio de 1939; “Mandato: Barra y Cía. Limitada a Ramírez Eloy”, 8 de mayo de 1946; “Mandato: Barra y Cía. Limitada a Fonseca, Zacarías”, 8 de mayo de 1946; “Mandato: Barra y Cía. Limitada a Labaste, Guillermo”, 8 de mayo de 1946; y “Poder: Sociedad Barra y Cía. Limitada a Mac-Kay, Juan René”, 23 de diciembre de 1946; todos en Archivo Judicial de Santiago, notario Luis Azócar Álvarez. No hemos encontrado información que vincule directamente a Barra y Compañía Limitada con periódicos locales de menor envergadura, como el ya mencionado *Justicia* de Puerto Natales.

<sup>109</sup> Central Intelligence Agency, “Chile”, 1 de septiembre de 1947, en General CIA Records, p. II-6, disponible en: <https://www.cia.gov/readingroom/docs/CIA-RDP78-01617A001400100001-4.pdf> [fecha de consulta: 6 de mayo de 2024].



a la iniciativa y esfuerzo de los militantes de las ciudades mencionadas, sino al resultado de decisiones más o menos conscientes de la dirigencia partidaria, que buscaba satisfacer la demanda informativa de las ciudades en las que *El Siglo* llegaba tarde y, también, evitar que el órgano central del partido tuviese que competir con otros medios comunistas en las ciudades a las que sí era posible llegar a una hora prudente y vender un número razonable de ejemplares. Al respecto, es relevante constatar la ausencia de proyectos editoriales de largo aliento en Valparaíso, la segunda ciudad más populosa del país, y la desaparición de *Frente Popular* de Concepción —que, pese al alcance de nombre, era un periódico distinto al de la capital— en diciembre de 1940, a los pocos meses de creado *El Siglo*.

TABLA 2  
*Prensa comunista, 1941-1948*

Título	Ciudad	Números
<i>Frente Popular / El Despertar</i>	Iquique	2 241
<i>El Popular</i>	Antofagasta	2 202
<i>El Siglo de Coquimbo</i>	La Serena	1 536
<i>El Siglo</i>	Santiago	2 737
<i>El Progreso</i>	Cañete	88
<i>El Pueblo / La Región</i>	Valdivia	956
<i>La Senda</i>	Puerto Montt	101
<i>Justicia / Adelante</i>	Puerto Natales	319
<i>Avance</i>	Punta Arenas	233

Fuente: Elaboración propia.

Los fundamentos políticos y económicos de la peculiar geografía de la prensa comunista se pueden entender mejor al analizar lo ocurrido en Valparaíso, donde los intereses de los administradores de *El Siglo* chocaron con los de la dirigencia local comunista. Según un extenso informe del FBI sobre el comunismo en la Provincia de Valparaíso, del 4 de octubre de 1946, los dirigentes del Comité Regional del PCCh de la zona estaban interesados en editar su propio periódico y, para ello, solicitaron ayuda financiera al Comité Central e iniciaron conversaciones con la Sociedad Editora Italiana, dueña de la imprenta de *L'Italia*, periódico que había dejado de circular hacía corto tiempo. El Comité Central le había dado el visto bueno a la iniciativa del Comité Regional, aunque advirtiendo que su financiamiento dependía de la campaña de recaudación de fondos en la que en ese entonces estaba empeñado el partido en su conjunto. Sin embargo, la iniciativa de los porteños encontró oposición de parte de los encargados del órgano central: “Estos temen que, con una imprenta comunista al servicio de la Provincia de Valparaíso, *El Siglo* pierda unos 35 000 pesos (alrededor de 1 050 dólares estadounidenses) semanalmente, en ingresos por circulación”. Si bien no conocemos la decisión que terminó adoptándose —el hecho de que el periódico que anhelaban los comunistas porteños no haya visto la luz es llamativo, pero no puede considerarse concluyente— el informe del FBI es revelador. Este nos sugiere que las iniciativas de montar un periódico surgían muchas veces de los dirigentes locales, que

para transformarlas en realidad se requería del visto bueno y del financiamiento del Comité Central, y que los administradores de *El Siglo* a veces se oponían a estas iniciativas, sobre todo cuando estas amenazaban con minar las bases económicas de la empresa de la que estaban a cargo<sup>110</sup>.

### CONCLUSIONES

¿Qué es la nación? Según la definición predilecta de historiadores, antropólogos y científicos sociales, la nación es una “comunidad política imaginada como inherentemente limitada y soberana”<sup>111</sup>. Esta concepción, eminentemente cultural, nos interpela a indagar en torno al alcance y los contornos de una identidad social cuya fuerza y relevancia están determinadas, en no menor medida, por la comunión de lecturas y pensamientos. De manera más o menos directa, esta es también una invitación a prestar mayor atención a aquellos dispositivos que imaginaron y difundieron la imagen de tal comunidad, entre los cuales el mismo Benedict Anderson –quien acuñó la definición citada– asigna especial relevancia a la prensa periódica, y a seguir explorando el cruce entre el capitalismo, la imprenta y el lenguaje, que posibilitó imaginar comunidades de esta naturaleza. Creemos que las preguntas por el alcance, los contornos y el rol que cabe asignársele a la prensa en ello, son particularmente relevantes en un país de la extensión territorial y de la “loca geografía” de Chile. No cabe duda de que los editores de *El Siglo* –así como los de *El Mercurio* o *La Nación*– imaginaban hablarles a todos los chilenos, como se desprende del lema que da título a este artículo, “un diario al servicio de todo el país”, o del slogan con que el periódico salió a la luz: “una voz chilena al servicio de Chile”. Pero no por ello podemos suponer que sus escritos eran accesibles o estaban al alcance de todos sus connacionales.

Este artículo ha demostrado que los encargados de *El Siglo* se esforzaron porque este se vendiera desde Arica a Magallanes, como rezaba uno de sus anuncios. Para ello, decidieron ofrecerlo a un precio ligeramente inferior al de la gran prensa y montaron un sistema de distribución sofisticado, que coordinaba a un cúmulo de actores, incluyendo agentes de venta, suplementeros y, ocasionalmente, militantes. El proyecto periodístico de los comunistas fue, en cierta medida, exitoso. Si bien no logró disputarle la hegemonía al conglomerado de *El Mercurio*, *El Siglo* se transformó en uno de los periódicos más vendidos del país, alcanzando una circulación de treinta mil ejemplares hacia 1946-1947. Y esto, en un ambiente social y político de tolerancia parcial, donde el espíritu y el texto de la ley –que garantizaba la libertad de prensa– no siempre eran respetados. No obstante los

---

<sup>110</sup> FBI, “Partido Comunista de Chile (Communist Party of Chile), aka Partido Progresista Nacional (National Progressive Party)”, 4 de octubre de 1946, memorándum enviado por John Edgar Hoover a Jack D. Neal, 27 de enero de 1947, NARA II, Record Group 59, Decimal File 1945-49, Box 5356.

<sup>111</sup> Benedict Anderson, *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México, FCE, 1993, p. 23.

logros mencionados, la gran mayoría de los ejemplares de *El Siglo* se vendía en las zonas central y centro-sur del país y su público, de extracción social media y baja, esencialmente urbano y, creemos, en su mayoría simpatizaba o votaba por los comunistas.

Algunos de los factores que obstaculizaron el crecimiento e influjo del órgano central de los comunistas eran de naturaleza política, incluyendo aquí tanto las trabas interpuestas por autoridades como el mensaje y lenguaje del periódico, pero otros factores pueden considerarse estructurales, relacionados más bien con el mercado de periódicos y la estructura de transportes del país. Estos últimos parecen haber afectado a *El Siglo* y también al resto de los periódicos editados en la capital, y sugieren que la densidad de la esfera pública chilena de la época, y el poder de los periódicos que decían representarla, no era tan vigorosa como algunos imaginan.