

2005/2024: El Ciudadano ¡Símbolo de la prensa independiente en Chile!

El Ciudadano · 23 de marzo de 2024

Acompáñanos en un viaje a través del tiempo para descubrir cómo este medio se ha convertido en un referente de comunicación sin ataduras, desafiando las normas establecidas y defendiendo la libertad de expresión.



Por **Mauricio San Cristóbal**

En su 19° aniversario, proponemos una reflexión que explora posibles simbolismos asociados a este medio, los cuales podrían posicionarlo como un símbolo de las comunicaciones independientes en la sociedad chilena. Este análisis se basa en un repaso de datos, episodios ilustrativos y fenómenos ocurridos a lo largo de su existencia. Estos eventos los relacionamos con aspectos teóricos de la comunicación para plantear esta perspectiva. Es importante destacar que esta postura no pretende

ser una investigación o un análisis definitivo, sino más bien un enfoque posible dentro del contexto mediático chileno durante casi las últimas dos décadas.

La Unión, **13 marzo de 2005**. En la Plaza de Armas una mujer observa a un joven con periódicos en la mano. Levanta el brazo y le dice “oye, ven” y le hace una pregunta a Bruno Sommer, quien vocea el diario:

—¿Por qué dice que en ese diario están las noticias que no cuenta la televisión?

—Porque los canales **protegen intereses** de grupos económicos y no cuentan lo que realmente ocurre en el país. Pero no se saldrán con la suya. Ya les llegará su hora ije, je, je! —contesta el periodista y fundador del diario, con esa carcajada de enfado que denota cuando algo le inquieta.

—Deme uno —responde la mujer.



Este redactor (a la izquierda) y Bruno Sommer en el rol de ‘canillitas’ vendiendo periódicos en Valdivia (octubre, 2005).

Esa mañana soleada de marzo, no obstante, la expresión del muchacho pasa inadvertida entre los murmullos de las personas que ocupaban los asientos del espacio público y los balbuceos de los curiosos que se acercaban a la persona que compró el ejemplar. El primer número, que valía \$150, daba

a conocer un triste realidad comunal: el trabajo infantil en el campo y la ciudad. Aquella situación era una de las que fastidiaba a Sommer, quien toma aliento y sigue voceando los periódicos.

El resultado de la primera jornada de El Ciudadano en las calles fue sorprendente. El periodista junto a un grupo de colaboradores, vendieron los 800 ejemplares de 12 páginas que se imprimieron. **Se agotó.** Meses atrás, el comunicador nunca pensó que ese sería el corolario de la publicación quincenal que hacía tiempo estaba planeando.

Primera edición de El Ciudadano (a la izquierda) y otras de sus inicios.

—¿Te vienes a trabajar a La Unión? Tenemos oficina frente a la plaza y un equipo de 2 periodistas y un diseñador. Además dejaremos de imprimir en la imprenta chica de Osorno, pues estamos negociando para hacerlo en una rotativa offset de Talca. Con eso aumentamos el tiraje, ya que estamos circulando en Río Bueno también —me dice Sommer a través del celular en septiembre de ese mismo año. Acepto la propuesta y fijo mi residencia en La Unión.

Todo fue sobre ruedas. A diciembre se sumaron dos comunas más a la circulación: **Lago Ranco** y **Valdivia**.

En febrero de 2006, el **quincenario** se vendía a través de la agencia de La Nación en las 12 comunas, en ese entonces, de la Provincia de Valdivia, hoy Región de Los Ríos.

Además, el tiraje aumentó a 5 mil ejemplares y se abrió una oficina en la ciudad del río Calle Calle. Llegó el primer equipo de practicantes al periódico que en aquel tiempo tenía como slogan “**La Mirada Local**”.

En marzo de 2006 ocurre un hecho relevante: Se estrena el lema “**Noticias que importan**” (que se usa hasta los días de hoy) en la edición 20, cuyo número fue dedicado al inicio del primer mandato de Michelle Bachelet.

Luego de este episodio, el medio ya era popular en toda la zona gracias al sitio web y al impreso, por lo que de a poco comenzó, como un ser vivo, a crecer y a pedir más páginas, recursos, logística y cerebros para su desarrollo.

Después de un breve paso con una oficina en **Puerto Varas**, que permitió ampliar la distribución a esta ciudad más Puerto Montt, en 2006 El Ciudadano comienza a ser distribuido en **Santiago**.

—Vamos luchando de chico a grande. Ahora nos convertimos en el **primer medio** escrito de la historia nacional que desde regiones viene a conquistar la capital —explica Sommer a un ejecutivo de Consumers International, organización que apostó por este medio para promocionar sus actividades en Chile.

El Ciudadano comenzó a ser distribuido en los kioscos de Santiago durante 2006.

Sin embargo, esta “naturaleza” de El Ciudadano lo que realmente buscaba era la **circulación** en todo Chile. Y esto se cristalizó dentro del mismo año. Al mes de comenzar a transitar en la capital también el impreso debutó en **Valparaíso**, en cuyas calles destacaron al poco tiempo la formación de brigadas que “voceaban” el quincenario y otras publicaciones locales de corte alternativo. Luego, la edición 31 circularía desde **Arica a Puerto Montt** y la número 34 lo haría en todo el territorio nacional. Esto gracias al convenio con la desaparecida agencia de distribución ligada a los suplementeros y a La Nación, **Vía Directa**.

Durante este proceso El Ciudadano arrendó una oficina en Santiago, que estaba situada en José Manuel Infante 1956, Ñuñoa, y además comienza a ser un **referente nacional** de la conservación del medioambiente, de la defensa de los derechos de los pueblos originarios y de los trabajadores e igualmente de la problematización de la realidad posmoderna desde las organizaciones sociales.

Ahora bien, si proponemos a El Ciudadano como un **símbolo** de la comunicación independiente en la sociedad chilena es necesario precisar qué entendemos por ‘símbolo’ y ‘comunicación independiente’.

Según estudiosos de la semiótica de la comunicación, como Umberto Eco (1998) y otros expertos en semiología, un símbolo, en líneas generales, es una forma particular de **signo que condensa**

múltiples significados, es público y orienta nuestras acciones. Funciona como un punto de convergencia para diversas dimensiones de sentido, y son estos diferentes estratos de significado, sus simbolismos, los que estamos proponiendo explorar.

Línea de tiempo que grafica las ediciones impresas del medio desde su fundación en 2005.

Para ilustrar estas ideas, consideremos el ejemplo de la Plaza de la Dignidad en Santiago. A lo largo del tiempo, este espacio ha adquirido **múltiples significados para la sociedad chilena**, y muchos de estos persisten hasta hoy. Por ejemplo, antes era un lugar de celebración, pero tras el estallido social se convirtió en un espacio de manifestación. También se le conoce con otras denominaciones, como Plaza Italia o Plaza Baquedano. Para los militares, puede representar un lugar de honor para un héroe del Ejército, mientras que para los estudiantes es un espacio de protesta, y para otros es un lugar que refleja la diversidad. Basta con observar la cantidad de banderas que representan diferentes movimientos y que se congregan en este espacio durante las manifestaciones.

El componente sobre la **programación de nuestras acciones** está asociado a que un símbolo incita a la acción. Me traslado a la plaza. Llevo la máscara antigases. Utilizo ropa adecuada según mi ideología. Me juntaré a cierta hora con miembros de la organización. Realizo llamadas telefónicas para coordinar acciones, canto consignas en el lugar, creo pancartas...por nombrar algunas.

A su vez, El Ciudadano asume la postura de que la comunicación es un tipo de comportamiento, una conducta, no un simple sentido. La comunicación mueve a los sujetos o usuarios a la acción. **Es acción**

que comunica acción. Es transaccional. En resumen, y para lo que nos compete acá, concebimos a la comunicación humana como un proceso de interacción mediado por símbolos.

Por otro lado, la idea de **independencia** se refiere a que el medio posee una opinión propia e independiente. Es independiente de los grupos económicos y la política. También está asociada al concepto de que el medio nace como respuesta a la hegemonía del duopolio mediático en Chile. Todo esto promoviendo un discurso que persigue devolver el poder al individuo y que busca empoderar a nuevos grupos, enfatizando en que cada uno cuenta y que somos importantes y mucho más capaces que lo que puede hacer un montón de billetes o una maquinaria partidista.

La idea de **independencia** se refiere a que el medio posee una opinión propia e independiente. Es independiente de los grupos económicos y la política.

Según lo expuesto hasta aquí, en el caso de El Ciudadano, proponemos algunas **dimensiones de sentido** para considerar al medio como símbolo. En su origen se trata de un periódico de perfil comunal para los habitantes de La Unión. Luego, la circulación en todas las comunas de la provincia de Valdivia (hoy Región de Los Ríos), implicó una resignificación de su sentido pues pasa a ser un medio de carácter regional tanto para la sociedad de éste territorio como para la santiaguina. Asimismo, cuando el impreso alcanza la distribución en todas las regiones del país proyecta otro significado: se transforma en un medio de cobertura nacional. Esbozaremos otro ejemplo de este tipo más adelante.

En cuanto a la programación de acciones basta con un ejemplo que ilustra muy bien este componente. Se trata de una [entrevista al actual Presidente de Chile, Gabriel Boric](#), concedida en 2022 a este medio. En el diálogo se le pregunta si en su época de dirigente era lector de El Ciudadano impreso. Esta fue la respuesta del mandatario:

–No solo leía El Ciudadano. **Más de una vez lo repartí afuera de los metros**. Me acuerdo que con las ediciones a veces quedaban algunos turros de ejemplares [en la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile, FECh] y con compañeros del Movimiento Autonomista, estudiantes autónomos, de lo que había sido gente que había militado en la Surda, salíamos a repartir. Muchas veces tratamos de imitar cosas que hacía El Ciudadano. Por ejemplo, me acuerdo que hicimos la revista **Mala Clase** desde la FECh. Tratamos de tener algún nivel de circulación nacional. Me acuerdo que cuando hicimos ese experimento en la FECh: fue una gran escuela periodística para muchos compañeros y compañeras y pensaba lo difícil que era para los medios independientes sostenerse porque el trato con suplementeros, kioscos, con la distribución, era imposible. Nosotros no pudimos sostenerlo [...]

Entrevista a Gabriel Boric durante junio de 2022.

Una ligera revisión de la respuesta de Boric nos revela la **programación de acciones** que gatilló el diario en sí mismo y otras personas:

- La lectura del impreso, acudir al Metro a repartir el periódico, la imitación de rasgos del medio (como la circulación), la creación de la revista como medio alternativo al consenso hegemónico, la

coordinación y organización con otros y otras para sostener la publicación, etc.

- Asimismo, la respuesta deja entrever que él también asume que El Ciudadano es un medio independiente, lo que reafirma el significado que proponemos.

Revisemos otras expresiones que reafirmarían la idea de este medio como símbolo del periodismo independiente.

En junio de 2008, el ícono del diario, un ciudadano sin rostro (alias ciudadano en la sala de redacción), es reemplazado por el actual cerebro.

Evolución del ícono de El Ciudadano entre 2005 y 2008.

—**¿Cuál es el sentido del cerebro para ustedes?** —pregunta un joven que está en medio del público asistente a un foro organizado por la Red de Medios de los Pueblos en Valparaíso.

—Esa imagen es como el corazón flechado, el amor por la razón y un llamado, un grito a que como sociedad despertemos ante tanto **abuso de poder** por parte de las élites hegemónicas —responde Sommer, tras hablar sobre cómo crear un medio de comunicación alternativo y la concentración de medios en Chile.

Luego de un tiempo, en el que estuvo ubicado en **Sazie 2161**, en 2014, las dependencias de El Ciudadano se trasladaron a **Loreto 260** en la comuna de Recoleta. Es allí donde prosigue su desarrollo, que esta vez tiene por objetivo consolidar su posición en el **periodismo digital** como medio independiente. Así, el medio ajusta el foco en las RR.SS y en el periodismo online. En ese camino, implementó un estudio de creación audiovisual y también nuevos cargos asociados a las redes. Tal fue el éxito que, a principios de 2016, el sitio registró peaks sobre el millón de visitas diarias y casi 3 millones de usuarios en Facebook. A nivel latinoamericano, El Ciudadano se posicionó como uno de los medios con mayor audiencia en Facebook, incluso superó a diarios europeos de más trayectoria como El Mundo y El País de España.

Parte del equipo periodístico que laboraba en Recoleta 260.

Ahora bien, sobre los simbolismos, los datos expuestos sugieren una dimensión de significado. Un simbolismo asociado a las comunicaciones independientes, puesto que el **significado del ícono** y la incursión en el periodismo digital como medio alternativo reafirmarían tal postura.

Actualmente, El Ciudadano está ubicado en Amanda Labarca 96, cerca de La Moneda.

Durante marzo de este año, **asume una mujer como directora**. Ella se erige como la **primera persona** de este género en desempeñar este cargo.

Así, este medio inicia su 19º aniversario. Acaba de comenzar su adultez y a pesar de que muchos lo creían imposible, el equipo ha logrado **mantener en pie** un medio de circulación nacional impreso y cumplir 19 años en constante desarrollo, cuya tarea ha sido tan espinosa como reconfortante.

Con todo, El Ciudadano establece desde su origen una diferencia con la prensa tradicional debido a su perfil asociado al periodismo o comunicación independiente en un contexto dado de la sociedad chilena. Sin embargo, sabemos que es necesaria una investigación formal para considerarlo un símbolo de esta categoría en Chile. Sólo hemos señalado un enfoque posible para refrendar dicha fenomenología. Quizá sea trabajo para una tesis...mientras tanto, podemos aspirar a decir que este medio desde su inicio surgió como un **faro de comunicación independiente en Chile**, desafiando la narrativa política convencional y la dictadura de los medios que pertenecen a grandes conglomerados y que predicen intereses empresariales.

Eco, U. (1998). Semiótica y Filosofía del Lenguaje. Ed. Lumen, Barcelona.

Fuente: [El Ciudadano](#)