



ASOCIACIÓN
NACIONAL
DE LA PRENSA
CHILE

Revista de la Asociación Nacional de la Prensa / N° 41

NUEVA IMAGEN ANP

Somos diferentes

OLIMPIADAS DE ACTUALIDAD

Nuevas regiones y más colegios en
competencia

RECUENTO 2010

XX Encuentro de Diarios
Regionales en Chillán

ESTUDIOS

Hacia dónde va la industria
de periódicos

MAYO 11

SUMARIO

01.

EDITORIAL

02.

CLIPS

04.

SEMANA DE LA PRENSA

06.

NUEVA IMAGEN ANP

12.

XX ENCUENTRO DE DIARIOS REGIONALES

16.

ANÁLISIS DEL VII BARÓMETRO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN

22.

OLIMPIADAS DE ACTUALIDAD

26.

MAGS 2011

28.

CLIPS

30.

ESTUDIOS DE LA INDUSTRIA

36.

CONCURSO DE LECTORES INFANTILES

38.

ENTREVISTAS

44.

HISTORIA DE LA PRENSA

AGENDA

MAYO

- 2-6 SEMANA DE LA PRENSA ANP SANTIAGO, CHILE
- 2 CONFERENCIA LIBERTAD DE EXPRESIÓN ANP – SIP / SANTIAGO, CHILE
- 5 LANZAMIENTO XI CONCURSO DE LECTORES INFANTILES ANP / SANTIAGO, CHILE
- 10 WAN-IFRA IBÉRICA 2011 WAN-IFRA / MADRID, ESPAÑA
- 11 LANZAMIENTO OLIMPÍADAS DE ACTUALIDAD 2011 ANP-INACAP. SEDE INACAP SANTIAGO SUR SANTIAGO, CHILE
- 15-17 CONGRESO MUNDIAL INMA INMA / NUEVA YORK, USA
- 19 SEMINARIO DISEÑAR PARA LAS NOTICIAS Y REVISTAS WAN-IFRA / PARÍS, FRANCIA

JUNIO

- 9-10 WAN-IFRA ITALIA 2011 WAN-IFRA / FLORENCIA, ITALIA
- 16-17 SEMINARIO TRABAJANDO EN UNA SALA DE NOTICIAS MULTIMEDIA WAN-IFRA / HYDERABAD, INDIA

JULIO

- 7 PREMIACIÓN PREMIO NACIONAL DE REVISTAS, MAGS FUNDACIÓN DE LA PRENSA HOTEL NOI / SANTIAGO, CHILE

ANP ASOCIACIÓN NACIONAL DE LA PRENSA CHILE
Carlos Antúnez 2048 »Providencia »Santiago »Chile
Teléfonos: 232 1004 | 232 1005 »Fax: 232 1006
www.anp.cl »email: info@anp.cl

Comité Editorial: Alvaro Caviedes, Andrés Alvarado, Sebastián Zárate
»Editora: Cecilia Valdés
»Periodista: Constanza Correa
»Diagramación: ELIAS & LABATUT
»Fotografía: Carlos Vera
»Impresión: Morgan Impresores-Gráficas Quilicura

EDITORIAL

Papel Prensa: *La Verdad*

Con este título, se presentó en Argentina el informe mediante el cual el Ejecutivo acusó a dos importantes diarios de ese país de haberse apropiado ilegalmente, durante el último gobierno militar, de la que hoy es la principal empresa proveedora de papel de periódicos detrás de la cordillera.

El hecho ha causado inquietud no sólo en su país de origen, sino también fuera de sus fronteras. En Argentina la preocupación va más allá de que el episodio se enmarque en la disputa que desde hace un par de años enfrenta a la familia Kirchner con el Clarín. En efecto, causan intranquilidad la gravedad de las acusaciones, el que la denuncia afecta directamente a otro importante diario como La Nación, el que se ponga en tela de juicio a la empresa que abastece a casi 3/4 de los medios argentinos y el que se anunciara el envío de un proyecto de ley para declarar de "interés público" la producción, distribución y comercialización del papel de diario. Para algunos analistas del país vecino, estos hechos son preocupantes tanto por el tono utilizado en la denuncia en contra de los directivos de los medios como por la posibilidad de que el Estado llegara a controlar la principal empresa proveedora de papel.

A su vez, fuera de las fronteras argentinas, el Gobierno de Estados Unidos y la Sociedad Interamericana de la Prensa (SIP) han expresado sus temores. La Asociación Nacional de la Prensa, haciéndose eco de esa inquietud tomó contacto con su par argentina para expresar su solidaridad e hizo, a través de su Presidente, una declaración pública en la que reafirma su compromiso con la libertad de expresión, opinión e información no sólo en Chile sino en el resto de la región.

En el trasfondo de las declaraciones de los diversos actores está, como es evidente, la preocupación por la posibilidad de que se vean afectadas las mencionadas libertades. La libre expresión se garantiza, precisamente, por la existencia de medios independientes cuya actividad no es entorpecida por

medidas administrativas o por restricciones económicas o legales. Sin embargo, no sólo las acciones directas pueden afectar la libertad de expresión. Tal como lo establece la Convención Interamericana de Derechos Humanos, ella no puede ser restringida tampoco por medios indirectos como podrían ser, entre otros, "el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos" (art. 13.1).

Por otra parte, la libertad de expresión envuelve una serie de principios como la libertad de la prensa, el derecho de los ciudadanos a estar informados, la libre iniciativa de los particulares y el resguardo de la propiedad privada de los medios de comunicación, el derecho de las empresas periodísticas a trabajar sin violencias ni presiones y la libertad editorial, por mencionar algunos. Todos ellos reconocidos en los Estatutos de la ANP como "fundamentales para la existencia del periodismo y sus instituciones, y para el progreso moral, político y social de la nación y la convivencia democrática". De este modo, asegurar la libertad de expresión supone una delicada labor que pasa por eliminar las restricciones directas o indirectas que afectan a los medios de comunicación y por hacer realidad los principios señalados. Cuando esto se hace bien, naturalmente se produce la difusión responsable de ideas y opiniones, lo que es indispensable para la formación de una sociedad democrática robusta. En ella, el intercambio de visiones diferentes y la madurez del debate contribuyen a la formación de la opinión pública y a la seriedad del control que ejerce la prensa, perdiendo sentido las llamadas verdades oficiales.

Argentina es un país de una larga y rica tradición en esta materia. Es por ello que, como señaló el Presidente de la ANP, se puede confiar "en que la actual situación será superada prontamente y de manera satisfactoria" de modo que sea salvaguardada la libertad de opinión y de expresión, el derecho a la información, la propiedad y la libertad editorial de los medios de comunicación.

CLIPS

» CAMBIOS EN LA ANP

A partir del 21 de febrero, Andrés Alvarado Ramírez asumió como nuevo gerente general de la ANP, en reemplazo de Ignacio Muñoz Ávalos, quien trabajó en la Asociación por casi seis años. Andrés Alvarado es Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile, trabajó durante siete años en Copesa y últimamente se desempeñó como subgerente de revistas. Antes, fue parte del área de control de gestión en la gerencia de operaciones de Entel. Actualmente cursa un MBA en la Universidad Adolfo Ibáñez.



Un nuevo secretario general asumió en reemplazo de Carlos Frontaura. Sebastián Zárata es abogado de la Universidad Católica de Chile, trabaja en la Facultad de Derecho de la UC, es Magíster en Derecho de la misma Universidad y recientemente se tituló como Doctor en Derecho de la Universidad de Bristol en Inglaterra. También es candidato a Doctor en Ciencia Política de la Universidad de Salamanca, España



» BANCO DE ENCUESTAS OFRECE MÁS DE 1500 ESTUDIOS GRATUITOS DE OPINIÓN PÚBLICA

Con la idea de fomentar la investigación periodística se creó un sitio web donde todas las personas pueden acceder a cifras, estudios y gráficos realizados por distintas instituciones sobre amplios temas de la realidad nacional. La Fundación Futuro cuenta con este Banco de Encuestas, el cual posee más de 1.500 estudios de opinión pública realizados desde el año 1985 hasta la fecha y provenientes de 140 instituciones, desarrollando así temáticas que reflejan nuestra identidad, nuestra cultura y nuestra forma de ver la vida. Este es un servicio gratuito y se encuentra disponible para toda la comunidad a través de la página web de la Fundación Futuro.

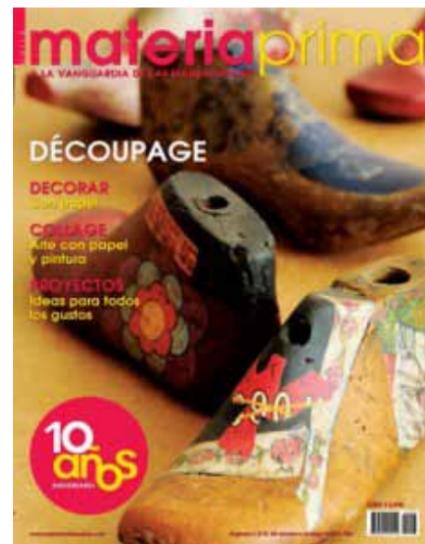
www.fundacionfuturo.cl

» CAMBIOS EN LA INDUSTRIA

En la empresa Gestión Regional de Medios hubo varios cambios en este 2011, ya que muchos directores de medios rotaron entre los diarios de la cadena. El nuevo director de La Estrella de Arica es Eduardo Campos y Patricio Vega es el nuevo director de La Estrella del Norte, La Estrella del Loa y La Prensa de Tocopilla. Juan Pablo Toro, ex director de El Mercurio de Valparaíso asumió como Editor General de Medios Regionales al igual que Juan Pablo Meneses. Pedro Urzúa, ex director de La Estrella de Valparaíso, fue quien ocupó el cargo de Toro. En La Estrella de Valparaíso quedó Carlos Vergara. El Diario Austral de Temuco también tiene nuevo director, Marco Salazar y en El Sur de Concepción, Mauricio Rivas se desempeña como nuevo director. Roberto Gaete asumió en El Llanquihue de Puerto Montt.

» NUEVO ASOCIADO DE LA ANP: REVISTA MATERIA PRIMA

"Materia Prima" es la nueva revista socia de la ANP. Con 10 años de experiencia en el rubro de las manualidades, han querido incorporarse a la ANP porque consideran "importante estar bajo el alero de esta asociación y no estar en el mercado como un ente solitario como lo éramos antes", señala la directora María Alejandra Ferrer. Agrega que ellos quieren aportar al crecimiento y desarrollo social de los medios escritos compartiendo su experiencia con el resto de la industria. Esta revista imprime 10 ediciones al año y circula todos los meses a excepción de febrero y diciembre. La directora ha tenido una carrera muy relacionada a las revistas, antes de asumir el cargo en Materia Prima, creó la revista Práctica de Paula. La página web de la revista es www.revistamateriaprima.com.



CLIPS

» PRESIDENTE DE LA ANP ASISTE A SEMINARIOS INTERNACIONALES

El 9 y 10 de marzo, más de 180 ejecutivos de medios de comunicación procedentes de 19 países, se reunieron en Bogotá, Colombia en la conferencia WAN-IFRA América Latina, donde se abordaron las oportunidades que brindan las nuevas plataformas de publicación como el iPad, los mejores caminos para desarrollar contenido multicanal y la manera de fidelizar a la audiencia en un entorno de medios cada vez más fragmentado. También se habló de temas como la libertad de expresión, el potencial de crecimiento en la región, las estrategias empresariales para el futuro y de la atracción de jóvenes lectores. A esta reunión asistió el presidente de la ANP Alvaro Caviedes quien compartió con las principales autoridades de la Asociación Mundial de Periódicos y las asociaciones de prensa regionales.

» MINISTRA VON BAER SE REÚNE CON DIRECTORES DE DIARIOS REGIONALES

El miércoles 4 de mayo, la ministra vocera de Gobierno, Ena von Baer, se reunirá con los directores de los diarios regionales asociados en un almuerzo ofrecido por la ANP en el Club de la Unión en Santiago. En la cita se abordarán temas de interés de la prensa de regiones como los diferentes fondos que existen para fomentar los medios de comunicación y para realizar estudios de lectoría.

» PERIÓDICOS DEL MUNDO CONMEMORAN EL DÍA MUNDIAL DE LA LIBERTAD DE PRENSA

La WAN-IFRA ofrece de forma gratuita a los periódicos de todo el mundo, contenidos editoriales y publicitarios para su publicación en el contexto del 3 de mayo fecha en que se celebra el Día Mundial de la Libertad de Prensa. El objetivo de esto es recordar a los lectores el papel central que desempeña la prensa libre en el desarrollo económico, cultural, social y político.

Editoriales, artículos de interés, ilustraciones y otros contenidos relativos al tema son parte del dossier que ofrece la WAN. El material fue realizado, en parte, por la Academia Sueca para el Premio Nobel de Literatura; Google; un conocido novelista tunecino; una periodista mexicana; un dibujante francés; entre otros. Especial énfasis pone la WAN en el material creado para los niños. Una serie de actividades van dirigidas a ellos para que tomen conciencia y aprendan de una forma diferente, utilizando el diario.

Semana de la Prensa

ENTRE EL 2 Y EL 6 DE MAYO LA PRENSA CELEBRA EN GRANDE



SEMANA DE LA PRENSA

Por segundo año los diarios y revistas del país se toman la Plaza de la Constitución para abrirse al público y mostrar las fortalezas de la prensa escrita nacional. Serán tres días de feria abierta en donde los transeúntes podrán acercarse a los stands, conocer en detalle cada uno de los más de 50 diarios y alrededor de 70 revistas asociadas a la ANP.

En el marco de esta Semana de la Prensa habrá diferentes actividades complementarias como una exposición de Fotografía de Prensa Regional, la Muestra de Fotografía de Prensa del Terremoto, un seminario relativo a temas comerciales de la industria, además de talleres y entrevistas realizadas por diferentes escuelas de periodismo de algunas universidades. Se realizarán también diferentes seminarios con temas de

relevancia tanto para la industria como para la sociedad civil, además se llevará a cabo el lanzamiento del tradicional Concurso de Lectores Infantiles que este año cumple once años de existencia.

EN CONMEMORACIÓN DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

Una invitación especial se le ha hecho al Presidente de la República, Sebastián Piñera, para que asista a la Semana de la Prensa y firme la Declaración de Chapultepec, documento creado por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) que se basa en el concepto de que "ninguna ley o acto de gobierno puede limitar la libertad de expresión o de prensa, sin importar el medio de que se trate".

Esto cobra especial importancia este 2011 ya que ha sido declarado como el año de la Libertad de Expresión por la SIP. Y es en el marco de estas celebraciones en el que se llevará a cabo este acto en la Plaza de la Constitución el día 3 de mayo, coincidiendo con la fecha elegida por las Naciones Unidas para conmemorar el Día Mundial de la Libertad de Prensa. Las máximas autoridades de la SIP viajarán a Santiago para participar de esta importante ceremonia.

En conjunto con esa institución, la ANP ha organizado una conferencia internacional de Libertad de Expresión que contará con la clase magistral del ex presidente de Uruguay, Julio María Sanguinetti, además de la ponencia de directores de medios de Latinoamérica y representantes chilenos.

PROGRAMA DE ACTIVIDADES

LUNES 2

8:30 – 13:00 Conferencia de Libertad de Expresión, Hotel Sheraton Santiago.
Invitado: Julio María Sanguinetti, ex presidente de Uruguay.

MARTES 3

11:00 Firma de la Declaración de Chapultepec, Presidente de la República, Sr. Sebastián Piñera E.; Plaza de la Constitución.
Inauguración de la Semana de la Prensa; Feria de Prensa Plaza de la Constitución.
Alvaro Caviedes, presidente de la Asociación Nacional de la Prensa (ANP).
Invitado: Gonzalo Marroquín, presidente de la Sociedad Interamericana de la Prensa (SIP).

13:00 – 20:00 Feria de Prensa, Plaza de la Constitución.

MIÉRCOLES 4

8:00 – 20:00 Feria de Prensa, Plaza de la Constitución.
10:00 – 18:30 Talleres organizados por universidades.

JUEVES 5

8:00 – 16:00 Feria de Prensa, Plaza de la Constitución.
8:30 – 11:30 Seminario ANP – ANDA, CasaPiedra.
12:30 – 13:30 Lanzamiento del XI Concurso de Lectores Infantiles.
Clausura de la Semana de la Prensa.
Invitados: Ministro de Educación, Joaquín Lavín.
Ministro de Cultura, Luciano Cruz-Coke.

VIERNES 6

11:00 – 12:30 Viernes de medios en la UC.
Exposición sobre la Libertad de Expresión, Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica.
Invitado: Alvaro Caviedes, presidente de la ANP.

Logo, revista y sitio web, los principales cambios que se estrenan este 2011

LOS CONCEPTOS QUE HAY EN ESTA NUEVA ANP

La Asociación Nacional de la Prensa inicia el 2011 con diferentes proyectos y nuevos desafíos. Justo cuando se apronta a cumplir 60 años de existencia, estrena una nueva imagen, dejando atrás la pluma azul para dar pasos a un nuevo estilo, incursionando en una tipografía más moderna con tonos rojos. Pero esto no es sólo un cambio de imagen, detrás del nuevo logo se esconden nuevos conceptos, nuevas ideas y una misión congruente a la época.

La industria de la prensa es tal vez una de las que más ha cambiado en este último tiempo. Las nuevas tecnologías han obligado a las empresas editoras de diarios y revistas a mirar más allá del papel y abrirse nuevos caminos y, por consiguiente, nuevas desafíos y oportunidades. Esta revolución digital abarca las más diversas áreas y plantea interrogantes que van desde incorporar nuevas estrategias de negocios, modelos comerciales, sistemas editoriales, integración de redacciones, contenidos multiplataformas, convergencia de

medios, incorporación de redes sociales. Todo esto hace que lo que antes era un diario o una revista, hoy sea una empresa de medios, mucho más abierta a los lectores, más participativa e inmediata y, sobre todo, más acorde a la realidad de los tiempos. Esta misma adaptación a es la que vive la Asociación Nacional de la Prensa

Es este contexto de múltiples y veloces cambios, el que genera una gran oportunidad para las empresas chilenas. La prensa escrita mundial sufrió bastante con la irrupción de lo digital, pero parece ser que eso abrió un nuevo espacio de investigación y de desarrollo en la industria. En este contexto surgen investigaciones de todo tipo, creaciones de nuevos modelos y cientos de casos de éxito que vale la pena conocer.

En este campo la ANP quiere dar un paso más allá. Como institución nos hemos propuesto entregarle a los asociados las herramientas necesarias para que conozcan, comparen y, si es posible, apliquen aquellas medidas que se han estado

implementando en diferentes medios en todo el mundo. Así como las entidades mundiales de diarios, de revistas y de medios en general han liderado el desarrollo de estudios, nosotros queremos fortalecer esta misión de entregar material con ese tipo de contenido a nuestros asociados.

Para eso hemos reforzado dos vías de comunicación existentes: nuestra revista ANP, que en esta edición además de presentar un cambio de gráfica acorde al nuevo logo, incluye más páginas con contenido diverso que incluye un detallado recuento de las actividades del año 2010, entrevistas a parte del equipo de la ANP y un análisis de las perspectivas tecnológicas y de negocio de la industria de la prensa.

Otro canal de difusión que se ha querido reforzar es el sitio web de la ANP, que hoy luce completamente renovado. El concepto detrás de este cambio fue crear una página que permitiera compartir más material y transformarlo en la principal vía de comunicación entre la ANP y sus socios. Para eso

se han creado diferentes secciones de acceso exclusivo para ellos con claves personales.

Además, se mantienen las ya tradicionales formas de interacción con nuestros asociados, que son: la Semana de la Prensa y la Cena de la Prensa, en años intercalados; y el Encuentro de Diarios Regionales, que se celebra todos los años. A eso se irán sumando paulatinamente diferentes conferencias, seminarios y talleres en distintos lugares y con diversidad temática.

Este nuevo desafío no lo enfrentaremos solos. Estamos conscientes de que para generar contenido y conocer las tendencias y vanguardias de la industria, es necesario estar constantemente estudiando y revisando lo que sucede en otros países. Es por esto que estamos dispuestos a generar alianzas estratégicas con universidades y otras entidades.

¿CUÁLES SON LOS DESAFÍOS PENDIENTES?

Alvaro Caviedes comenta su primer año como presidente de la ANP, además cuenta sobre los nuevos proyectos y proyecciones de la Institución. Por su parte, los dos nuevos integrantes del equipo, el gerente general y el secretario general, relatan desde su perspectiva qué es lo que viene.

ALVARO CAVIEDES, PRESIDENTE DE LA ANP

¿PODRÍAS HACER UN BALANCE DE ESTE PRIMER AÑO COMO PRESIDENTE DE LA ANP?

Ha sido un año tremendamente activo e intenso. Nos hemos propuesto abarcar los distintos aspectos que se relacionan con la prensa. Así, por un lado, nuestra asociación se ha hecho presente, cuando ha sido necesario, en pronunciarse en forma clara por la defensa de la libertad de expresión. De esta manera, hemos realizado diversos llamados y levantado voces de alerta reclamando por este derecho fundamental, sea que estas amenazas provengan dentro del país o en el extranjero. Hemos cumplido también nuestro compromiso social con la comunidad a través de dos programas educativos que buscan incentivar la lectura de niños y jóvenes. Para eso hemos involucrado a diferentes actores sociales que forman parte de la cadena educativa y comprometido fuertemente a los asociados a participar de ellos. Por último, cabe destacar que la ANP ha estado trabajando constantemente

para fomentar la industria y hacerla cada vez más desarrollada, competitiva y de calidad. Para tal efecto, se han realizado diferentes capacitaciones, talleres, cursos y encuentros. Es especialmente destacable el trabajo que desde hace un tiempo se viene realizando con las revistas para la materialización del primer premio nacional de revistas. En abril se lanzaron los premios MAGs con el fin de fomentar la industria de las revistas y para darle un espacio de divulgación a la labor que desempeñan.

¿CUÁLES SON LOS PROYECTOS QUE MÁS DESTACAS EN ESTE PERÍODO?

Si bien hemos tenido importantes avances, aún quedan cosas pendientes. Uno de los temas más urgentes tiene que ver con la evolución que se está produciendo en los medios de prensa a nivel mundial. La era digital ha irrumpido fuertemente y muchos diarios y revistas han sufrido en parte el proceso de adaptación. Es nuestra labor de ayudar y asesorar a nuestros asociados en la adaptación a estas nuevas tecnologías, y así lo hemos hecho. Creo que desde la ANP pueden surgir además estudios, ideas o proyectos conjuntos que ayuden a los medios a ver con más claridad las oportunidades que puedan aparecer. Queremos además seguir trabajando en nuevas ideas que nos permitan unir la prensa y la educación. Creemos que existen innumerables opciones y que la prensa puede realmente

contribuir al desarrollo educacional de este país. En particular queremos desarrollar proyectos de asesoría a los profesores, de manera que sean ellos quienes después entreguen las herramientas necesarias para que los alumnos aprendan a usar la prensa. En materia de educación somos muy ambiciosos y tenemos en carpeta muchos otros proyectos.

¿CUÁLES SON LAS TAREAS PENDIENTES?

Sin duda uno de los proyectos más destacados tiene relación con el tema educacional. Ya mencioné la motivación que nos dirige a concentrar nuestros esfuerzos en el tema educacional. En este sentido, las Olimpiadas de Actualidad y el Concurso de Lectores Infantiles son dos proyectos que considero más relevantes. Ambos se han ido consolidado, el primero en su tercera versión, mientras que el segundo ya cumple once años de existencia. Estamos llegando con los medios de prensa escrita a los colegios y hemos logrado que niños y jóvenes lean el diario y se interesen por lo que está pasando en su ciudad. Este año hemos expandido el alcance de las Olimpiadas a ocho regiones, lo que significa que más colegios podrán participar y más estudiantes tendrán acceso a los diarios y revistas.

ANDRÉS ALVARADO, GERENTE GENERAL DE LA ANP

¿CUÁL ES TU PROYECTO COMO NUEVO GERENTE GENERAL DE ANP?

El objetivo principal consiste en generar nuevos productos que entreguen un alto valor agregado tanto para nuestros asociados como para la comunidad en general. Así como nuestra misión tiene dentro de sus objetivos principales el defender y promover la libertad de prensa y expresión y el perfeccionamiento de la actividad periodística; hemos colocado especial foco en el desarrollo de nuevas iniciativas que fomenten, por una parte, la función social que desempeña la prensa y por otra, el desarrollo de la industria a través de la implementación de mejores prácticas y nuevos modelos de negocios.

Dentro del ámbito de la función social tenemos en carpeta la generación de una serie de proyectos que buscan apoyar en mayor medida el desarrollo educacional del país a través de la prensa. Hoy existen iniciativas importantes como las Olimpiadas de Actualidad y el Concurso de Lectores Infantiles, las cuales han demostrado ser un incentivo efectivo para mejorar la lectoría de niños y jóvenes. Es bajo este concepto de unión entre la prensa y la educación sobre el cual queremos trabajar e implementar iniciativas adicionales y que sean aplicadas en forma sucesiva sobre diferentes compo-

nentes del sistema educacional. Dentro de esta línea está proyectado en una primera etapa el desarrollar proyectos de asesorías a profesores con el objetivo de proporcionarles herramientas metodológicas por medio de las cuales puedan aprovechar al máximo los contenidos generados por diarios y revistas y que estos sean utilizados en forma activa en sus clases y por sus alumnos. Este es un trabajo que desarrollaremos conjuntamente con entidades del mundo gubernamental y académico de forma de generar proyectos replicables y escalables a nivel nacional.

En una segunda línea, nuestro foco estará puesto de manera importante en el fomento de la industria en términos de su desarrollo, competitividad y calidad. Tomando en consideración los cambios que hoy están enfrentando los medios con la aparición de nuevas tecnologías y plataformas de comunicación, nuestro objetivo como Asociación es ser capaces de investigar, analizar y leer cuales son las tendencias actuales de la industria y por medio de la generación de estudios y análisis de casos de éxito, presentar a nuestros asociados ideas que pueden ser replicables a nivel local y que generen un valor agregado relevante para ellos. Dentro de los ámbitos que trabajaremos destacamos entre otros, temáticas relacionadas a la generación de nuevos modelos de negocios, integración de contenidos editoriales en diversas plataformas, convergencia de medios, redes sociales y tendencias del consumo en los medios.

¿CUÁLES SON LOS DESAFÍOS FUTUROS?

Pienso que el desafío más importante para la prensa actual está en llevar adelante un proceso de adaptación, que responda a esta nueva realidad de la industria, de la forma más adecuada posible. En este sentido, nuestra Asociación se hace parte activa en este desafío y apunta a convertirse en un apoyo permanente para los medios y ser un facilitador de este cambio. A través de la presentación de estudios, nuevas ideas y la generación de proyectos conjuntos apostamos a proveer de herramientas útiles que permitan a nuestros asociados aprovechar las oportunidades derivadas de los cambios en la industria.

De esta forma y con el objetivo de alcanzar las metas descritas, se crea el Centro de Estudios ANP el cual tendrá por misión principal el liderar el desarrollo de estudios relaciona-

dos a la industria, la difusión de medidas exitosas que otros medios del mundo ya hayan aplicado y la prestación de asesorías a los distintos asociados.

Adicionalmente hemos reforzado nuestras diversas vías de comunicación. En primera línea, nuestra Revista ANP contemplará a partir de esta nueva edición secciones especiales donde se presentará todo el material de estudios desarrollado y las últimas novedades de la industria. Lo anterior se complementará con un nuevo Sitio Web, completamente renovado, el cual permitirá mantener contacto permanente con nuestros usuarios, además de proveer de información constante de todas las actividades que se están realizando. Por último, a los ya tradicionales encuentros presenciales con nuestros asociados, se desarrollarán nuevos seminarios y talleres temáticos que apoyaran la difusión de todo este material y permitirán la creación de nuevos puntos de encuentro donde los diversos actores de la industria puedan compartir experiencias y accedan a estas nuevas fuentes de conocimiento.

¿CÓMO PIENSAS ENFRENTARLOS?

Dentro de ANP contamos con un equipo humano de gran nivel y seguiremos perfeccionando nuestras capacidades y conocimientos con el objetivo de entregar el mejor servicio a nuestros asociados y a la comunidad.

Por otro lado, tenemos en carpeta la pronta materialización de una serie de alianzas estratégicas con universidades y otras instituciones públicas y privadas, las cuales nos permitirán desarrollar en una forma mucho más eficiente y rápida nuestros proyectos al contar con un mayor backup de recursos y expertise técnico. En este sentido, esperamos durante este año conformar una completa red de apoyo que estará puesta al servicio de nuestros usuarios.

Finalmente aspiramos a establecer un vínculo de comunicación mucho más permanente y directo con cada uno de los representantes de nuestros medios y personalidades relacionadas a estos; de forma que toda la generación de nuevos proyectos y actividades sean conocidos por los diferentes estamentos participantes con los beneficios que esto conlleva.

¿QUÉ SELLO QUIERES IMPRIMIRLE A ESTA ASOCIACIÓN?

Nuestro desafío es constituirnos en una organización que genere un valor agregado real para nuestros asociados y la co-

munidad, en el contexto de una industria que ha experimentado y está experimentando cambios profundos. Ser capaces de entregar a nuestros usuarios herramientas de calidad y que permitan aprovechar las oportunidades surgidas es un objetivo fundamental. Para esto aspiramos en constituirnos como una asociación tremendamente proactiva y a la vez cercana; siempre bajo un contexto de la generación permanente de actividades y contenidos relevantes y útiles.

Creemos positivamente que con lo anterior, aportaremos en forma relevante al desarrollo de la prensa y la industria y consecuentemente, lograr apoyar la importante función social que los medios cumplen para el país y la sociedad.

SEBASTIÁN ZÁRATE, SECRETARIO GENERAL DE LA ANP

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES DESAFÍOS EN TÉRMINOS LEGALES QUE PUEDE AFRONTAR LA INDUSTRIA EN UN FUTURO CERCANO?

Se puede decir que en la actualidad se presentan dos tipos de desafíos. El primero de ellos consiste en que todos los actores de la industria puedan afrontar cualquier política pública dentro de un contexto cambiante. Ello significa que, sin perder nuestra identidad, seamos capaces de adaptarnos a las transformaciones de la industria. Pero también implica que en el desarrollo de cualquier medida legislativa futura, nuestras autoridades sean lo suficientemente prudentes en entender que estamos en un período de cambios. La experiencia internacional muestra que en otros mercados que han experimentado transformaciones, como puede ser el caso de las telecomunicaciones, la regulación más exitosa ha sido aquella en que la intervención estatal se reduce para no interferir en la industria. La gran particularidad de la prensa es que cualquier política que intervenga en exceso afecta sensiblemente al régimen de libertad de expresión.

Un segundo desafío se relaciona precisamente con este último tema, con entender que en una democracia moderna la libertad de expresión representa un valor de primer orden. Se trata de algo que hemos escuchado en reiteradas ocasiones, pero que lamentablemente no siempre es entendido cuando uno ve lo que ocurre en algunos países del entorno. En nuestro país, no basta sólo con estar orgullosos de nuestra democracia, de nuestra apertura internacional, ni con el

ingreso a la OCDE. Todo esto nos impone la obligación de mantener una actitud activa de defensa los valores democráticos, siendo uno de los más importantes el contar con una prensa libre, vigilante, y que promueva el flujo de ideas al interior del país. Por eso es que estimo que temas como la causa del artículo 2.331 del Código Civil que se tramita ante el Tribunal Constitucional, o regulaciones legales que hagan referencia a los medios, merecen de toda nuestra preocupación y atención.

¿QUÉ PROYECTOS TIENES TÚ EN LA ANP?

Todavía estoy aprendiendo de la Asociación. Creo que siempre es necesario comprender la historia e identidad de una institución antes de comenzar a trabajar en nuevos proyectos. Sin embargo, me interesa que como ANP seamos capaces de ponernos a disposición de nuestros asociados y de otros actores en temas jurídicos relacionados con la industria. En tal sentido, creo que sería interesante elaborar estudios interdisciplinarios propios como ANP, y mantenernos al día con la regulación de la prensa en otros países. Creo que la ANP tiene un gran potencial de ser una fuente de información y debate de la industria.

XX Encuentro de Diarios Regionales - Chillán 2010

PRENSA REGIONAL SE REÚNE EN LAS TERMAS DE CHILLÁN

› Tres días duró el Encuentro de Diarios Regionales (EDR) y en él se realizó el Foro de Regionalización y Reconstrucción, la inauguración de la VI Muestra de Fotografía de Prensa Regional, una jornada de seminarios dedicados a la industria de la prensa y una Cena de Gala. A estos eventos asistieron diferentes autoridades, alcaldes y gobernadores de la zona.

Ya es una tradición, hace veinte años que la industria de la prensa regional se reúne en distintas ciudades del país con el objetivo de compartir experiencias, analizar temas comunes y discutir sobre las nuevas tendencias. En 2010, el diario anfitrión fue La Discusión de Chillán, quien junto a la ANP organizaron todas las actividades de los días 17, 18 y 19 de noviembre. Fueron más de sesenta personas entre directores, editores y periodistas de los distintos medios de prensa regional asociados a la ANP los que se congregaron en el XX Encuentro de Diarios Regionales.

La jornada se inició con el Foro de Regionalización y Reconstrucción, el cual se llevó a cabo en el Teatro Municipal de

Chillán con la asistencia del vicepresidente de la República, Rodrigo Hinzpeter. Él destacó la importancia de la prensa local y reconoció el valioso papel que cumplió tras el terremoto del 27 de febrero. El Ministro terminó señalando que todos los esfuerzos están conducidos a que esta sea la mejor reconstrucción de la historia de Chile. Terminada la intervención de Hinzpeter se inició el panel de especialistas dedicados a los temas de descentralización y regionalización. En él se mostraron cifras y constataron hechos. En el panel estuvo Jaime Torrealba de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Antonio Faundes, director del diario El Centro. Para finalizar el Foro, se realizó el panel sobre Prevención y Reconstrucción, donde los expertos Vicente Nuñez, director nacional de la Onemi; Francisco Ibieta, seremi de gobierno y

María Ignacia Arrasate, asesora técnica de Reconstrucción del Ministerio de Vivienda y Urbanismo respondieron a las interrogantes ¿cuánto hemos avanzado con la reconstrucción? ¿Cuáles son los principales desafíos para volver a levantar los pueblos más destruidos? y ¿cómo prevenir accidentes en casos de catástrofes?

Terminado el Foro, todos los asistentes al Encuentro se dirigieron al Centro de Extensión Alfonso Lagos de la Universidad de Concepción en Chillán para inaugurar la VI Muestra de Fotografía de Prensa Regional. Fueron aproximadamente cincuenta fotos las que llegaron a la ANP desde Arica a Punta Arenas reflejando diferentes situaciones y hechos noticiosos. La imagen de un peatón que fue atacado por cerca de una docena de perros en la Avenida Pedro Montt de Valparaíso fue la ganadora. La fotografía fue sacada por Gustavo Alvarado de El Mercurio de Valparaíso, quien fue aplaudido y galardonado por el presidente de la Comisión de Diarios Regionales, Ricardo Puga y el director de El Mercurio de Valparaíso, Juan Pablo Toro. Alvarado agradeció el premio y la oportunidad de asistir al Encuentro. En paralelo, y con motivo del terremoto del 27 de febrero, se armó otra muestra de fotos dedicada a las mejores imágenes captadas por los diarios y revistas nacionales sobre el terremoto, en ella se expusieron veintitrés imágenes que dieron cuenta de la magnitud del suceso. Ambas muestras estarán circulando durante todo el 2011 por las distintas ciudades del país.

SEMINARIO DE LA INDUSTRIA

El Hotel Termas de Chillán fue el epicentro del seminario. El 18 de noviembre se realizó una mañana de interesantes exposiciones sobre estrategias de marketing, la situación de los medios con respecto al nuevo escenario digital, la libertad de expresión en Latinoamérica y el aporte de los diarios en la educación. El primer invitado fue el brasilero Dissica Calderaro, director de Marketing y Planteamiento de A Crítica, Manaus, Brasil quien dedicó gran parte de su tiempo a mostrar novedosas publicaciones que han aparecido en el diario A Crítica con el objetivo de cambiar la percepción de sus lectores. En la segunda sesión, Juan Pedro García, director de Edgy S.A. habló sobre las estrategias que existen para enfrentar el escenario digital. Explicó que hoy han cambiado los procesos noticiosos, los procesos de consumo y las audiencias, por lo que los medios de prensa deben estar prepa-



El Ministro del Interior, Rodrigo Hinzpeter, señaló en el Foro que todos los esfuerzos están conducidos a que esta sea la mejor reconstrucción de la historia de Chile.

Dissica Calderaro, director de Marketing y Planteamiento de A Crítica, Brasil, dedicó su exposición a mostrar novedosas publicaciones que han aparecido en su diario con el objetivo de cambiar la percepción de sus lectores.

rados para este nuevo escenario que amenaza cada día con más fuerza. Luego fue el turno del ex secretario general de la ANP, Carlos Frontaura quien actualizó a los asistentes sobre el panorama latinoamericano con respecto a la libertad de expresión y temas legales específicamente de Venezuela, Argentina, Cuba, Ecuador, Bolivia, Honduras y Nicaragua. Estos dos últimos países son los que se han visto más amenazados legalmente. Para terminar la mañana de seminarios, la directora de EducarChile Ana María Raad explicó lo importante que son los medios para la educación. Invitó a los medios de prensa a dedicar secciones específicas de educación en sus páginas, motivó a los asistentes a crear alianzas sostenibles en el tiempo para desarrollar contenidos educativos.

En la noche de ese día se llevó a cabo la Cena de Gala del XX Encuentro de Diarios Regionales, donde el presidente de la ANP, Alvaro Caviedes y el alcalde de Pinto, Fernando Chávez manifestaron la valiosa labor que ejercen los medios regionales en cada una de sus ciudades, los cuales día a día elaboran un valioso contenido local, representando sensibilidades, realidades y visiones propias de cada localidad. Alvaro Caviedes dio cuenta a los asistentes del fuerte trabajo que está llevando a cabo la ANP en el ámbito de la educación y los proyectos que se están desarrollando. También asistió a la Cena Eduardo Durán, gobernador provincial de Ñuble; Sergio Zarzar, alcalde de Chillán; coronel Juan José Díaz, Comandante del Regimiento de Infantería Nº 9 "Chillán"; José Luis Becerra, subprefecto de la Policía de Investigaciones de Chile; Fernando Chávez, alcalde de la comuna de Pinto y Pablo Fritz, fiscal jefe de Chillán.

El viernes 19 de noviembre se firmó la Declaración de Chillán, documento en el cual los diarios de regiones manifiestan su sentir frente a temas que consideran de especial importancia. Los diarios regionales destacaron la necesidad de realizar en nuestro país un proceso de descentralización y regionalización profundo y vigoroso. En el cumplimiento de

este objetivo, se destacó la labor fundamental que cumplen los medios de comunicación social de carácter regional y, en especial los diarios debido a que ellos informan y comunican la realidad y los problemas locales. También los directores de medios regionales expresaron que una reconstrucción rápida y eficaz, como la que exigen las desastrosas consecuencias del terremoto del 27 de febrero pasado, puede constituirse en un punto de inicio para impulsar con decisión un proceso enérgico y extenso de descentralización y regionalización. En este sentido, desearon exteriorizar su convicción de que es extremadamente urgente que el Gobierno, con el irrestricto apoyo del Congreso, desarrolle un plan amplio e integrado de reconstrucción y regionalización. Además se agradeció la presencia de las autoridades que asistieron al XX Encuentro de Diarios Regionales, se dejó plasmada la preocupación por la forma en que se ha venido desarrollando el concurso de estudios sobre pluralismo en el sistema informativo nacional y el último punto tiene relación con la manifestación de solidaridad con los medios de comunicación social de los países del continente que han visto seriamente afectada su libertad de expresión durante el año 2010.

El Encuentro culminó con un almuerzo campestre ofrecido por el diario anfitrión La Discusión de Chillán.



1. Todos en el asado 2. Juan Pablo Toro, Gustavo Alvarado, Ricardo Puga 3. Ministro del Interior, Rodrigo Hinzpeter durante el Foro de Regionalización y Reconstrucción 4. Julio Manuschevich, Felipe Saavedra, Pedro Urzúa 5. Alejandro Toro, Lilian Berney, Sei-Yu Lee Huang, Pedro Lee 6. Andrea Serrano, Daniel Sepúlveda, Cecilia Valdés 7. Dissica Calderaro, Francisco Puga 8. Felipe Saavedra, Henry Monks, Carlos Ilabaca, Claudio Oyarzún 9. Manuel Massa, Fernando Cordero, Alvaro Caviedes, Víctor Hugo Rojas 10. Russel Cabrera, María Ignacia Arrasate, Francisco Ibieta y Vicente Nuñez

Análisis del VII Barómetro de Acceso a la Información

MEJORA EL ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE LOS PERIODISTAS

› Según los resultados del estudio, un 54,8% de los periodistas encuestados piensa que ha mejorado el acceso, por lo que las opiniones son favorables con respecto a este tema.

Durante los siete años que se ha llevado a cabo este estudio, el Barómetro se ha convertido en un referente nacional en cuanto a la transparencia de información otorgada por los organismos del estado, algunas empresas públicas y los partidos políticos. El estudio que organiza y coordina la Fundación de la Prensa con el apoyo de la Universidad Diego Portales y realizado por Adimark GFK contiene un valioso contenido porque muestra la percepción que tienen los periodistas sobre el acceso a la información pública.

En 2010 el estudio se llevó a cabo durante el segundo semestre y la muestra estuvo constituida por 347 periodistas de diferentes medios de todo el país, considerando a quienes

trabajan en radio, televisión y prensa escrita. La encuesta se realiza de manera online y evalúa el nivel de acceso a la información general y particular de 41 instituciones u organismos públicos sobre la base de tres dimensiones: disposición, confiabilidad o precisión y entrega oportuna de la información.

LANZAMIENTO DE RESULTADOS

El 30 de noviembre de 2010 se realizó la ceremonia de entrega de resultados, donde el presidente de Adimark, Roberto Méndez expuso los principales puntos de interés del estudio y luego un panel de expertos analizó los resultados. El panel fue moderado por el presidente de la Fundación de la Prensa, Carlos Schaerer y conformado por el ministro Secretario General de la Presidencia, Cristián Larroulet; el director del

RANKING GENERAL DE ACCESO A LA INFORMACIÓN (20 mejores)

Promedio de las tres dimensiones

	POSICIÓN RANKING 2007	POSICIÓN RANKING 2008	POSICIÓN RANKING 2009	POSICIÓN RANKING 2010
Carabineros de Chile	3	1	6	1
Ejército de Chile	15	14	12	2
Fuerza Aérea de Chile	19	8	10	13
Banco Central	1	6	3	4
Metro	14	22	7	5
Contraloría	17	9	4	6
Ministerio Público - Fiscalía	-	4	5	7
Banco Central	11	11	16	8
Policía de Investigaciones	3	2	2	9
Tribunal de Libre Competencia	2	3	9	10
Ministerio de Obras Públicas	24	13	21	11
Poder Judicial (Corte Suprema)	33	24	7	12
Min. de Transportes y Telecom		18	13	13
Codelco	31	26	22	14
Cámara de Diputados	6	17	24	15
Armada de Chile	8	10	14	6
Servicio de Impuestos Internos	10	12	15	17
Ministerio de Defensa	28	25	34	17
Senado	5	19	23	19
Ministerio de Economía	26	23	18	20

›› Figura 1

Diario Financiero, Guillermo Turner; el presidente del Consejo para la Transparencia, Raúl Urrutia y el director de la Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales, Andrés Azócar.

El ministro Larroulet en su exposición comentó la relevancia que el gobierno le está dando a la transparencia de la información. El Presidente del Consejo para la Transparencia, Raúl Urrutia, explicó que Chile tiene una cultura de secreto y es por eso que él considera “notable el comportamiento que han tenido los funcionarios públicos con respecto a la Ley de Transparencia”. Guillermo Turner, director del Diario Financiero, analizó los resultados del estudio desde el punto de vista de los periodistas y destacó la utilidad que tiene el uso de la Ley de Transparencia para una buena investigación, aunque aún hay muchos que no la utilizan. Por último, el director de la Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales coincidió con Turner y señaló que “los periodistas no están haciendo uso de la ley”, pero sí están teniendo acceso a la información a través de redes sociales.

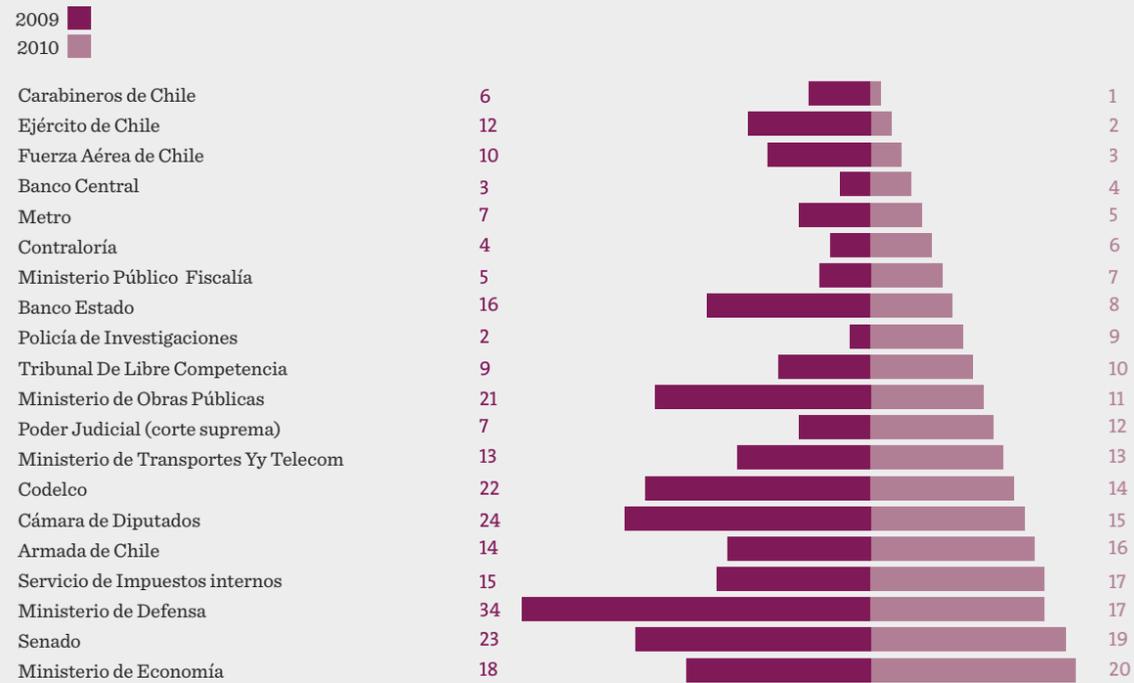
PRINCIPALES RESULTADOS 2010

Cada año estamos mejor en lo que a acceso de información se refiere. Los resultados del VII Barómetro de Acceso a la Información fueron especialmente de interés general porque fue la primera evaluación de este tipo para el nuevo gobierno. Según el estudio, la mejoría en acceso a la información se extiende al nuevo gobierno y a las empresas de servicios de utilidad pública. Las empresas públicas y empresas del estado presentan leves alzas en sus evaluaciones. Otros resultados demuestran que la Coalición por el Cambio recibe mejor evaluación en acceso de información frente a la Concertación. Entre los organismos de gobierno, el Ministerio de Obras Públicas es el mejor evaluado, mientras que el de Relaciones Exteriores es el que obtiene peores calificaciones.

El año pasado se encuestó sobre la cobertura noticiosa de algunos hechos que marcaron el 2010. Las acusaciones de abusos dentro de la Iglesia, obtuvieron la más baja evaluación en cuanto a acceso de información. El caso del terremoto y colusión de farmacias muestra que han existido dificultades de acceso a información pero que son relativamente menores.

RANKING GENERAL DE ACCESO A LA INFORMACIÓN (20 mejores)

Promedio de las tres dimensiones

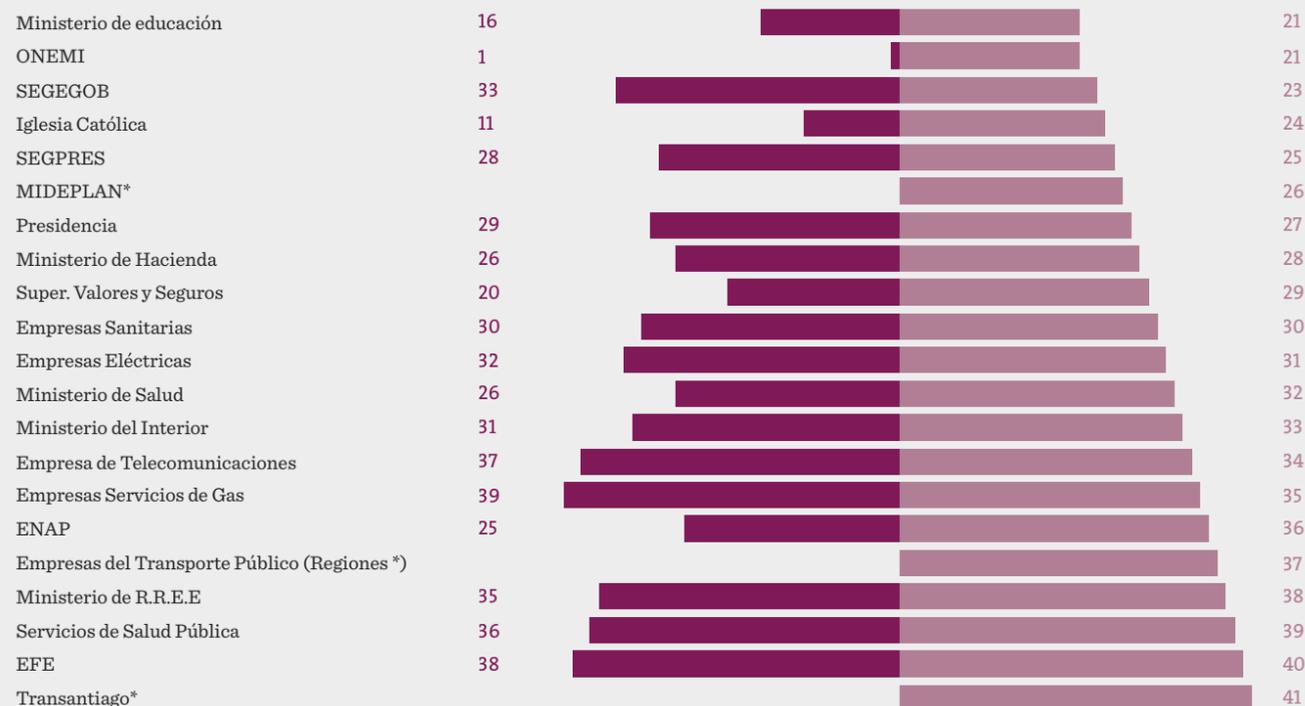


» Figura 2

RANKING GENERAL DE ACCESO A LA INFORMACIÓN (Puesto 21 al 41)

Promedio de las tres dimensiones

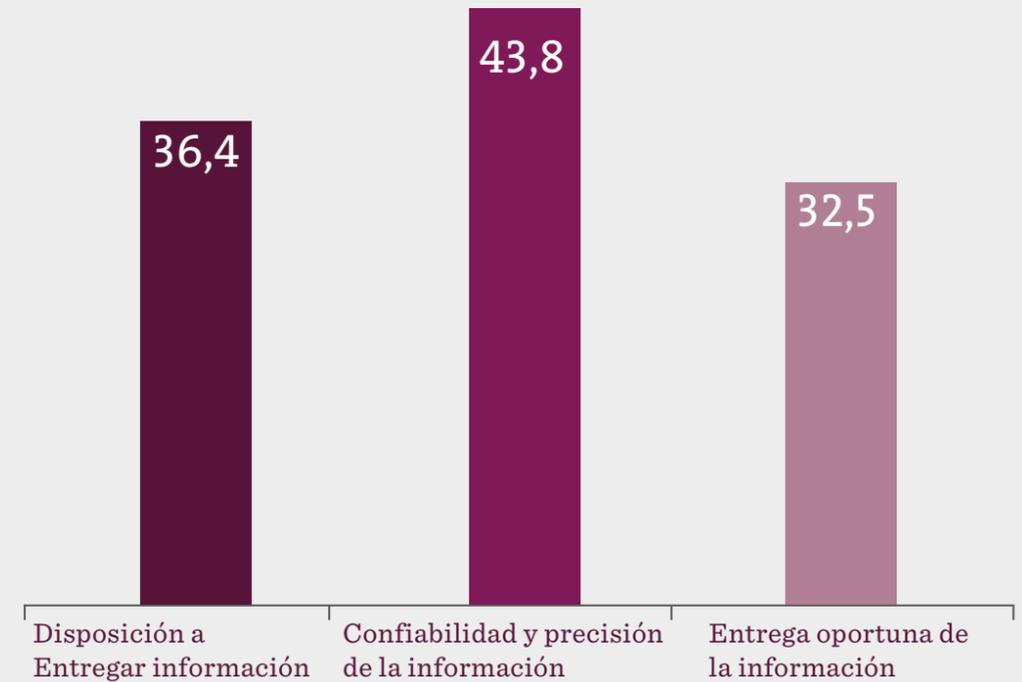
*Instituciones incluidas en el 2009



» Figura 3

PROMEDIOS DIMENSIONES 2010

% Evalúa con notas 6 y 7 la dimensión



Si analizamos los resultados por dimensiones, la institución más “dispuesta a entregar información” es Carabineros de Chile y la menos, la empresa de Ferrocarriles del Estado. Según la “confiabilidad y precisión de la información”, el Tribunal de Libre Competencia es el mejor evaluado, mientras que el peor es la empresa del Transantiago. Y por último, la institución que “entrega más oportunamente la información” es Carabineros y la menos, la empresa del Transantiago.

Así es que Carabineros es la institución que lidera el ranking general de Acceso a la Información, seguido por el Ejército de Chile y Fuerza Aérea de Chile (Figura 2). Las tres instituciones repuntaron varios puestos con respecto al año 2009, Carabineros se encontraba en la posición número 6, el Ejército de Chile en el 12 y la Fuerza Aérea de Chile en el 10 (Figura 1). Quienes fueron peor evaluadas fueron el Transantiago, EFE y Servicios de Salud Pública (Figura 3).

Y con respecto a la Ley de Transparencia, las evaluaciones caen si se les pregunta por la utilidad de ésta al momento de investigar. El 41% de los encuestados cuenta que ha hecho uso de ésta 1 a 4 veces en el año. En 2009, el 35% de los encuestados evaluaba con nota 6 o 7 la Ley de Transparencia,

en 2010 esto ha bajado debido a que el 23,3% la evalúa de forma positiva.

Año a año, la Fundación de la Prensa junto a la Universidad Diego Portales y Adimark GFK realiza este estudio que alerta a los organismos del Estado, al gobierno, a las instituciones públicas y a los partidos políticos de lo que piensan los periodistas de su disposición, confiabilidad o precisión y entrega oportuna de la información. Así, el Barómetro se ha transformado en un indicador necesario para conocer la opinión de quienes realmente manejan y dan a conocer la información. La idea es que los resultados del VII Barómetro de Acceso a la Información sean altamente conocidos por la sociedad para cooperar con la transparencia de nuestro país.

EVALUACIÓN DE OTROS PODERES DEL ESTADO E INSTITUCIONES EN GENERAL EN LOS SIGUIENTES ASPECTOS DEL ACCESO A LA INFORMACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO

% Evalúa con notas 6 y 7 la dimensión

Escala 1 a 7 / 1 pésimo y 7 excelente

Base: Quienes han contactado a cada institución

	DISPOSICIÓN A ENTREGAR INOFORMACIÓN	CONFIABILIDAD Y PRECISIÓN DE LA INFORMACIÓN ENTREGADA	ENTREGA OPORTUNA DE LA INFORMACIÓN	PROMEDIO
Carabineros de Chile	60,8	57,1	54,0	57,3
Ejército de Chile	50,0	64,7	47,1	53,9
Fuerza Aérea de Chile	51,9	55,6	50,0	52,5
Banco Central	51,0	64,7	39,2	51,6
Contraloría	45,5	63,4	35,6	48,2
Ministerio Público	47,6	54,2	41,6	47,8
Policía de Investigaciones	47,6	50,0	42,4	46,7
Tribunal De Libre Competencia	39,3	67,9	32,1	46,4
Poder Judicial (corte suprema)	37,8	53,2	37,8	42,9
Cámara de Diputados	41,6	42,7	39,9	41,4
Armada de Chile	35,6	49,5	38,6	41,3
Senado	41,9	43,8	36,9	40,8
ONEMI	41,2	39,2	37,9	39,4
Iglesia Católica	34,5	41,6	36,3	37,5



1. Cristián Larroulet, Andrés Azócar, Raúl Urrutia, Guillermo Turner 2. Ministro Secretario General de la Presidencia 3. Presentación Barómetro 2010 4. María Eugenia de la Fuente, Alvaro Caviedes, Jaime Bellolio 5. Roberto Méndez, Carlos Schaerer

REPORTAJE

ANP consolida su proyecto educativo

OLIMPIADAS DE ACTUALIDAD CONTINÚAN CON MÁS FUERZA EL 2011

Tras un exitoso 2010, el concurso se sigue ampliando. En 2011 se suman al desafío las regiones de Antofagasta y Biobío y la ciudad de Curicó se reintegra luego de un año de ausencia. ¡Bienvenidos!



Debido a la buena experiencia de los años anteriores, las Olimpiadas de Actualidad siguen creciendo y ahora serán cerca de 200 colegios los que participarán en este concurso que busca sumar cada vez más participantes y así conseguir que más jóvenes se interesen por la actualidad y se informen a través de los diarios. Es que lo que comenzó hace dos años como un plan piloto, hoy cobra cada vez más fuerza y con eso crece el entusiasmo de los colegios por ser parte de este concurso, y de los diarios y revistas de la ANP por organizarlo.

Durante el 2010 fuimos testigos de cómo algunos estudiantes, que poco o nada habían leído un diario, terminaron dominando temas de relevancia local y nacional, distinguiendo las causas y efectos de un hecho y siendo capaces de expresar al jurado esas ideas de forma coherente, con buena oratoria y excelente desplante. Fueron varios meses de difícil trabajo, y a pesar de sus obligaciones escolares, los concursantes se crearon un tiempo para sumergirse en las páginas de los diarios y revistas para informarse y prepararse para las distintas etapas de competencia.

De esta experiencia surgen valores como la perseverancia, la rigurosidad, el trabajo en equipo y sobre todo, el compromiso que asume el participante con su colegio, con sus compañeros, con sus profesores y con el concurso mismo. Ellos libremente deciden participar y entregar lo mejor de sí para dejar bien puesto el nombre de la institución a la que representan, para demostrar que ellos saben y que están bien informados.

Ese mismo compromiso lo asumen los diarios participantes, es un compromiso con su comunidad, con los jóvenes lectores en potencia, estudiantes ávidos de conocimiento. Son horas dedicadas a formular las preguntas y a participar activamente como jurado de la competencia. En la mayoría de los casos, son los propios directores de los diarios los que asumen esta responsabilidad, lo que refleja la importancia que ha adquirido este proyecto educativo al interior de los medios asociados.

UNA FINAL ELECTRIZANTE

Partieron 140 colegios de seis regiones del país pero fueron el Saint George de Santiago, el Rubén Castro de Viña del Mar

y El Salvador de San Vicente de Tagua Tagua quienes más se destacaron en sus ciudades y regiones y llegaron a la instancia final para demostrar quién era el equipo más informado.

Después de casi dos horas de una disputada competencia respondiendo preguntas de actualidad en base al contenido noticioso de los diarios y revistas asociados a la ANP, el colegio Saint George marcó la diferencia y se coronó campeón de estas Olimpiadas. Los representantes de la V y VI región empataron en la primera ronda de preguntas, lo que obligó a ir al desempate, finalmente fue el colegio de San Vicente de Tagua Tagua el que se quedó con el segundo lugar y los viñamarinos con el tercero. Los tres equipos llegaron muy bien preparados para esta final, mostrando un nivel parejo durante gran parte de la competencia, esto le hizo difícil la tarea al jurado, que hizo preguntas de diversas temáticas como política, economía, espectáculo e internacional. Quienes conformaron el jurado fueron: Alvaro Caviedes, ANP; Carolina Manríquez, Inacap; Lisette Araos, Telefónica; David Hevia, La Tercera; Carmen Figueroa, El Mercurio; Luis Fernando González, El Rancagüino y Cecilia Valdés, ANP.

La competencia se llevó a cabo en Inacap, auspiciador principal de las Olimpiadas y sede de la competencia en las diferentes regiones del país. Movistar también formó parte de esta actividad como auspiciador, modernos teléfonos celulares para los ganadores regionales y computadores para los ganadores finales fueron parte de los premios entregados por la telefónica. Representantes de ambas empresas formaron parte activa de la competencia siendo jurados en algunas fases.

El inicio de la jornada estuvo marcado por los discursos y las felicitaciones hacia los tres colegios finalistas. Dio la bienvenida José López, vicerrector Académico de Inacap quien expresó su alegría por haber tenido la oportunidad de acoger este concurso en las distintas sedes en Santiago y regiones. Luego fue la oportunidad de Andrés Wallis, director de Asuntos Corporativos de Telefónica Chile, quien se mostró muy conforme con los resultados que ha tenido este concurso. Finalmente fue el presidente de la ANP, Alvaro Caviedes quien destacó el enorme esfuerzo que han hecho los niños para llegar a esa instancia, además aprovechó la oportunidad para manifestar su orgullo por lo logrado en esta iniciativa y otras organizadas por la Asociación, enfocadas a fomentar la lectura en los niños y mejorar los niveles de educación.

Los ganadores se llevaron numerosos premios, entre ellos, medallas y trofeos entregados por la ANP, computadores do-

nados por Movistar, Ipod y MP4 regalados por Inacap, además de suscripciones y otros productos entregados por los diarios y revistas participantes. El colegio Saint George celebró el triunfo junto al rector de la institución, el padre José Esteban Ahumada, además de profesores y apoderados.

LAS OLIMPIADAS YA TIENEN UNA HISTORIA

En 2009 la ANP asumió el desafío de desarrollar una actividad que promoviera el fomento de la lectura en jóvenes de entre 8° básico y IV medio. Así, nació este concurso organizado por la ANP, la Fundación de la Prensa, junto a sus diarios y revistas asociados. Curicó y Talca fueron las ciudades elegidas para desarrollar el plan piloto, donde 24 equipos se enfrentaron con el objetivo de promover el interés de los estudiantes por conocer y estar al tanto de la actualidad local, nacional e internacional.

En 2010 participaron más de 140 colegios de las regiones IV, V, VI, VII, XII y RM. Los diarios y revistas que fueron parte de esta iniciativa son: El Día, El Mercurio de Valparaíso, El Observador, El Rancagüino, El Centro, La Prensa Austral, El Pingüino, La Tercera, El Mercurio y las revistas; Poder y Negocios, Ercilla, América Economía, Qué Pasa, Capital, City, Caras y Cosas. Se contó con el auspicio de INACAP, quien facilitó las sedes en todas las ciudades de competencia, además de premios para los clasificados de cada fase. Movistar también auspició el concurso y donó celulares y computadores para los ganadores. Además, el concurso fue patrocinado por el Ministerio de Educación y por la Comisión Bicentenario.

Para el 2011 ya son ocho las regiones comprometidas, ellas son la II, IV, V, VI, VII, VIII, XII y Metropolitana, lo que representa un total de 11 ciudades y más de 1600 alumnos. Los diarios asociados que participarán este año son: El Mercurio de Antofagasta, El Día de La Serena, El Mercurio de Valparaíso, El Observador de Aconcagua, El Rancagüino, El Centro de Talca, La Prensa de Curicó, La Discusión y Crónica de Chillán, El Sur y El Diario de Concepción, La Prensa Austral y El Pingüino de Punta Arenas, La Tercera, El Mercurio, Diario Financiero. Al igual que el 2010, este año se sumarán las revistas informativas de la ANP, ellas son; Poder y Negocios, Ercilla, América Economía, Qué Pasa, Capital, City, Caras, Cosas y Muy Interesante.



1. David Hevia, Carolina Manríquez 2. Colegio El Salvador 3. Colegio Saint George's 4. Gonzalo Toledo, Alejandro González, Andrés Wallis, Guillermo Edwards, Ricardo Puga 5. Hernán Barahona, Constanza Correa, Olivia Browne, Cecilia Valdés 6. José López, Carmen Figueroa, Ricardo Puga 7. Jurados: Luis Fernando González, Lisette Araos, Alvaro Caviedes, Cecilia Valdés, Carmen Figueroa, Carolina Manríquez, David Hevia



QUE NO TE CUENTEN EL CUENTO, INFÓRMATE Y CREA TU PROPIA OPINIÓN DE LO QUE SUCEDE EN TU PAÍS

Olimpiadas de Actualidad organizadas por los diarios
y revistas de Chile

www.olimpiadasdeactualidad.cl

Organiza:



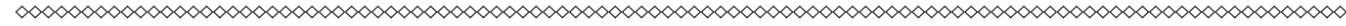
Auspicia:



Patrocina:



El Mercurio de Antofagasta, El Día, El Observador, El Mercurio de Valparaíso, El Rancagüino, La Prensa, El Centro, La Discusión, Crónica de Chillán, El Sur, Diario Concepción, La Prensa Austral, El Pingüino, La Tercera, El Mercurio, Diario Financiero, Revista Capital, Caras, Muy Interesante, City, Qué Pasa, América Economía, Cosas, Poder y Negocios y Ercilla.



Primer Premio Nacional de Revistas MAGS 2011

Las revistas asociadas a la ANP tendrán sus propios premios nacionales este 2011. Para el 7 de julio está programada la ceremonia que convocará a todas las editoriales y agencias para premiar los mejores artículos, las mejores imágenes y los mejores avisos publicitarios aparecidos en revistas durante el 2010 y hasta abril del 2011. Mags es el nombre que se le ha dado a este premio que pretende consagrarse como el principal evento anual de las publicaciones periódicas de Chile.

Estos premios están en pleno proceso de convocatoria, las postulaciones se abrieron el 15 de abril y permanecerán abiertas hasta el 15 de mayo del 2011. El objetivo es lograr que gran cantidad de revistas participen para demostrar la vigencia y la fuerza de esta industria en el país.

La idea surgió al interior de la Comisión de Revistas de la Asociación Nacional de la Prensa con el fin de reconocer el trabajo que día a día realizan periodistas, editores, fotógrafos, diseñadores y publicistas, además de generar una sana competencia y así presentar trabajos cada vez de mejor calidad. La gráfica de los Mags fue realizada por la agencia Prolam Y&R quien propuso una letra M elaborada en base a la técnica japonesa del origami, que consiste en el plegado de papel. La ceremonia de entrega de premios está fijada para el 7 de julio en el hotel NOI y promete ser una premiación con la elegancia y glamour que caracteriza a todas las revistas.

Para esta primera versión de los Mags, se han definido once categorías que se dividen en tres grupos: editorial / contenido; gráfica / diseño e imagen; avisaje / marketing. Las categorías son: mejor entrevista, mejor reportaje, mejor reportaje de investigación, mejor reportaje gráfico, mejor portada, mejor sitio web, premio a la innovación, mejor edición especial, mejor diseño y dirección de arte, mejor fotografía, mejor aviso publicitario.

Todas las postulaciones se realizarán a través del sitio oficial de los premios y se recibirán postulaciones de todas las revistas chilenas que quieran participar. La invitación también queda abierta a las agencias de publicidad que quieran presentar sus mejores trabajos realizados para estos medios. Este es el primer evento de este tipo en el país y pretende consolidarse como tal. Invitamos a todos a participar para que estos premios MAGs resulten tan exitosos que nos permitan generar una tradición anual y abrir un espacio más para las revistas nacionales.

Para conocer las bases y descargar todo el material gráfico disponible revise la página web www.mags.cl.



mags

PRIMER PREMIO NACIONAL DE REVISTAS

Las revistas de Chile se unen para premiar los mejores trabajos publicados en sus páginas. Si eres periodista, fotógrafo, diseñador o publicista, no puedes dejar pasar esta oportunidad.

Revisa las bases en www.mags.cl

Postulaciones abiertas entre el 15 de abril y el 15 de mayo.

ORGANIZA



AUSPICIA

NOI HOTELS



COLABORA



Periodistas de regiones asisten a seminario sobre América Latina



La ANP, la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de los Andes y el Instituto Democracia y Mercado, organizaron el seminario "América Latina Hoy" que convocó a once periodistas de diferentes diarios regionales asociados con el fin de entregar herramientas para el análisis y la construcción de opinión pública de la actualidad regional.

El foco de este encuentro estuvo puesto en las temáticas de contingencia que afectan tanto al continente como a nuestro país. Los encargados de llevar a cabo las diferentes exposiciones fueron destacados profesores, periodistas especializados, uniformados y diplomáticos.

Los asistentes tuvieron además la oportunidad de visitar las instalaciones de la Academia de Guerra, en donde el oficial del Estado Mayor del Ejército, el Coronel John Griffith expuso sobre las principales amenazas de seguridad a las que se ve enfrentado el país y mostró las instalaciones en donde se realizan los juegos de guerra. Al día siguiente, los periodistas asistieron al Ministerio de Relaciones Exteriores, ahí fueron recibidos por el subsecretario Fernando Schmidt, quien reconoció el importante rol que juegan las diferentes regiones en la conformación de una política exterior segura y pacífica con los países limítrofes.

Diarios Regionales buscan su estrategia digital

Estamos en una era digital que amenaza con cambiarlo todo, es una época marcada por la inmediatez de la información, las redes sociales y la participación ciudadana. En este contexto los diarios regionales asociados a la ANP vieron la necesidad de sumarse a ese cambio y replantearse cuál es el camino a seguir.

¿Dónde estás las audiencias?, ¿cuál es nuevo consumo de medios? y ¿cuál es el negocio ahora?, son algunas de las interrogantes que se pretenden responder en el taller digital a cargo de Edgy, empresa experta en desarrollo de estrategias digitales. Durante seis meses se reunirá con representantes de los diarios El Día, El Observador, La Prensa, La Discusión, El Centro y el Grupo GRM. Son seis sesiones presenciales en donde se abordarán temas como: el estado actual de los medios y se definirán las estrategias y los modelos de negocios

acorde a las nuevas necesidades. Es que en esta época, la estrategia digital debe ser parte de la estrategia general, así lo asegura Juan Pedro García, director de Edgy.

El taller tiene por finalidad desarrollar tres áreas: negocio, audiencias y marketing y en base a eso generar un plan de negocios que agrupe la función editorial, las audiencias y los clientes. La primera sesión se realizó en diciembre del 2010 generando grandes expectativas entre los participantes. Cada sesión cuenta con una parte expositiva y una de ejercicios, es precisamente esta segunda parte donde los asistentes interactúan entre sí formando ideas y respondiendo preguntas en base a sus propias inquietudes y experiencias. La segunda sesión está fijada para principios de marzo y el tema será: Modelos de negocios en el mundo digital.

GONZALO GILI

Director Ejecutivo Edgy S.A
Ingeniero Electrónico U.de Londres
Msc. Comunicaciones U. de Londres
20 años de experiencia
Ex Gerente Medios Interactivos Canal 13
Trabajo en la BBC de Londres
Ex Presidente IAB Chile
Profesor de Postgrados Comunicaciones en U.Chile y UC

JUAN PEDRO GARCÍA

Director Edgy S.A
Ingeniero Civil de Industrias UC
Msc. Comunicaciones U. de Londres
17 años de experiencia
Ex Director de Marketing de El Vocero de Puerto Rico
Ex Subgerente de Marketing de El Mercurio
Ex Director de Estrategia. Thinking Spain
MSc. Northwestern University en Integrated Marketing Communications
©Phd en Sociología Universidad Complutense de Madrid
Miembro fundador de Innovation Factory de la Universidad Católica de Chile
Profesor de Postgrados en Marketing en UC y UAI

Perspectivas tecnológicas, sociales y de negocio:

¿HACIA DÓNDE VA LA INDUSTRIA DE PERIÓDICOS?



The Daily es el primer diario exclusivo para iPad. Perteneciente a News Corp., fue lanzado el 2 de febrero de 2011. Más que un diario, sin embargo, The Daily es como una revista de publicación diaria.

Material preparado por Aldo van Weezel de la Universidad Los Andes (ver reseña del autor) para el centro de estudios de la ANP. En la nueva revista de la ANP se crea esta sección cuya finalidad es difundir diversos reportajes o notas de investigación que aporten un contenido útil para nuestros asociados.

Después de un par de años difíciles para los medios, pareciera que los nubarrones negros están quedando atrás con un 2011 que promete mejores resultados que el año anterior. Sin embargo, 2011 trae también incertidumbre respecto de dos temas que afectan a la industria cada vez en mayor medida. El primero de ellos es lograr ingresos en las plataformas digitales, especialmente en los sitios que cada diario posee en Internet. El segundo tema dice relación con una nueva especie en el reino de la tecnología de consumo: los tablets.

RENTABILIZAR CONTENIDOS EN INTERNET

El último informe "State of the News Media" del Pew Research Center muestra que la inversión publicitaria en Internet superó al gasto en la industria de periódicos en Estados Unidos. El problema es que no son los creadores de contenido quienes reciben la mayor parte de la inversión online, sino buscadores y agregadores de contenido. Ante estos cambios, Rupert Murdoch, presidente de News Corp., comenzó una cruzada cuyo objetivo era promover el cobro del contenido de medios disponible en Internet. En ese entonces, sólo los diarios financieros cobraban por sus contenidos. Los experimentos de cobro emprendidos hace ya

algunos años por The New York Times en Estados Unidos y El País en España no tuvieron buenos resultados. Los lectores parecían no estar interesados en comprar contenido en Internet, aunque fuera contenido exclusivo y de medios prestigiosos. El Wall Street Journal y el Financial Times, en cambio, hace tiempo ya que cobran a sus lectores exitosamente. Por supuesto, la realidad de estos diarios globales es muy particular.

En junio de 2010, Murdoch hizo honor a su prédica a favor del cobro de los contenidos y cerró tras un "muro de pago" los sitios de The Times y The Sunday Times, diarios tradicionales de la capital londinense. El acceso al sitio por un día cuesta una libra (aproximadamente \$770), mientras que el acceso por una semana sólo el doble de dicha cantidad (aproximadamente el equivalente a \$220 por día). Como resultado, el 90% de los usuarios dejó de visitar el Times y sólo 105.000 usuarios pagaron durante los primeros seis meses del nuevo sistema de cobro. Si uno juega con los números de esta operación es posible calcular que el Times vendió entre 5 y 6 millones de libras en acceso a su sitio, mientras la caída en el número de visitantes probablemente le significó perder entre 10 y 20 millones de libras en pu-

“En el modelo de negocio de las noticias, cobraremos a los consumidores por los contenidos en nuestros sitios. Los críticos dicen que la gente no va a pagar. Yo creo que sí, pero sólo si les damos algo que ellos encuentren valioso. Nuestros son suficientemente inteligentes para saber que no te dan algo por nada.”

Rupert Murdoch (Diciembre 2009)

blicidad. Aparentemente el negocio no estaría resultando beneficioso mientras los demás sitios de noticias a los que acuden los británicos sigan siendo gratuitos.

El New York Times lanzó nuevamente un “muro de pago” a comienzos de abril de este año. A diferencia del extinto TimesSelect, lanzado en 2005 y que cobraba por el contenido más exclusivo del diario, esta vez el sistema de cobro se basa en un número máximo de artículos gratuitos al mes (20 artículos para ser más exactos). Si el visitante alcanza el límite no puede seguir leyendo a menos que pague o espere hasta el próximo mes cuando su contador de artículos leídos vuelva a cero. Existe la posibilidad de leer sin límite si uno accede a través de redes sociales o búsquedas, lo que ha abierto la puerta a mecanismos para evadir el pago. Aunque es muy pronto para saber cómo este muro de pago va a afectar al New York Times, la aparente lógica del valor que cobra por una suscripción digital resulta bastante interesante. Dado que los ingresos de un diario dependen principalmente de la publicidad y la venta de ejemplares (tanto suscripción y quisco), es posible calcular un ingreso promedio por lector. Esta medida, que los operadores de cable y telefonía usan frecuentemente como ARPU (Ave-

rage Revenue Per User) para determinar la rentabilidad de los suscriptores, alcanza cerca de los 215 dólares por lector para el Times. Esta cifra contrasta con el ARPU de un usuario online debido a que los avisadores pagan mucho menos y el usuario no paga nada. Así, la diferencia entre el ARPU de un lector de la versión impresa y el lector online debiera aproximarse al valor de la suscripción digital.

EL IPAD Y LA LLEGADA DE LOS TABLETS

Si los usuarios de Internet están acostumbrados a los contenidos gratuitos, los usuarios de iTunes y la App Store de Apple están acostumbrados a pagar pequeñas cantidades por canciones, películas y aplicaciones para el iPhone. Así, la llegada del iPad en 2010 fue vista como la salvación por la industria de la prensa que al fin tendría un mecanismo para cobrar por su contenido. Más aún, las posibilidades multimedia del iPad excedían a los eReaders que se ofrecían en el mercado, que eran muy buenos para lectura de libros, pero carecían de colores, sonido y video.

La revista Wired fue una de las pioneras en el iPad, con una versión especialmente diseñada para el dispositivo móvil que incluía material multimedia extra. Por ese mismo mo-

10 TENDENCIAS PARA ESTE AÑO

Fuente: Elaboración Propia

1

› Contenidos Pagados

2

› Nuevos dispositivos de lectura

3

› Avanzar en la integración de las redacciones

4

› El efecto de la disminución de costos en la redacción

5

› Noticias hiperlocales y periodismo ciudadano

6

› Redes sociales y comunidades

7

› Modernización del departamento de ventas de publicidad

8

› Publicidad en móviles, apps y redes sociales

9

› Importancia del departamento de IT

10

› Medición de audiencias más allá del papel

tivo, la versión iPad aparecía con posterioridad a la versión papel y le permitió sumar hasta 32.000 números vendidos al total de 83.000 que ya vendía en quioscos (y las más de 700.000 suscripciones). Sin embargo, la compra era por número individual y no existían suscripciones. A mediados de febrero de este año, Apple anuncia la posibilidad de vender suscripciones por diferentes períodos de tiempo. El problema son las condiciones con las cuales venía el anuncio: Apple se queda con el 30% del precio de venta de la suscripción (tal como lo hace con todas las aplicaciones que vende), los compradores optan por compartir sus datos con la empresa editorial sólo si así lo quieren, y el precio de venta de la suscripción debe ser menor o igual al precio que se ofrezca en otro lugar (por ejemplo, en el sitio web del diario). Esto significa que si un diario vende una suscripción a la versión iPad en su sitio (donde no paga el 30% a Apple), debe ofrecer la misma suscripción a través de Apple a igual o menor precio. Además, probablemente nunca vea los datos del suscriptor perdiendo la posibilidad de acceder a éste para promociones o publicidad.

Aunque la mayoría de las empresas criticó las condiciones para la venta de suscripciones que impuso Apple, Bloom-

berg Business Week acaba de lanzar una app para vender ediciones digitales de su revista aceptando dichos términos. La revista cuesta 4.99 dólares en quioscos, mientras que la edición para iPad cuesta sólo 2.99 y contiene material adicional y actualizaciones. La revista Popular Science hizo lo mismo por su parte con un precio de venta de suscripciones un 25% menor para usuarios de iPad. En ambos casos, los suscriptores tienen acceso gratuito a la versión iPad.

Pero el iPad no es el único tablet en el mercado. Aunque llegó a tener un 95% del mercado en 2010, los tablets con el sistema operativo Android de Google lograron subir su participación desde el 2,3% a más del 22% hacia fines de 2010. Samsung, Motorola y Acer fabrican versiones de tablets que incluso podrían llegar a ser más baratas que el iPad. Analistas predicen que en 2011 se venderán 57 millones de tablets, cifra que aumentará a 171 en 2014.

ENTENDIENDO AL CONSUMIDOR DE CONTENIDOS DEL SIGLO XXI

La rentabilización de contenidos en plataformas digitales y la invasión de tablets no pueden ser entendidos sin considerar que el consumidor ha cambiado. Así como pensamos

7 TIPOS DE USUARIOS EN INTERNET

Fuente: Forrester

- 1 CREADORES** Publican un blog, tienen un sitio web, suben música y videos propios, escriben artículos e historias.
- 2 CONVERSADORES** Actualizan su status en redes sociales, actualizan Twitter.
- 3 CRÍTICOS** Ponen nota y comentan productos y servicios, comentan en el blog de otros, contribuyen a foros online, contribuyen en wikis.
- 4 COLECCIONISTAS** Usan RSS, votan por sitios web online, agregan tags a fotos.
- 5 SOCIALIZADORES** Mantienen un perfil en sitios de redes sociales, y emplean bastante tiempo en redes sociales como Facebook.
- 6 ESPECTADORES** Leen blogs, escuchan podcasts, ven videos de otros, leen foros, leen reviews y tweets.
- 7 INACTIVOS** Nada de los anterior.

que el consumidor está acostumbrado a la gratuidad en Internet, debemos considerar que posiblemente esté más dispuesto a pagar en plataformas móviles como es el caso de la App Store de Apple o tiendas similares para otros sistemas operativos. Asimismo, la publicidad se vuelve cada vez menos confiable para llegar a los consumidores. Mientras sólo un 14% confía en la publicidad, el 78% de los consumidores confía en las recomendaciones que obtiene a través de las redes sociales.

Las redes sociales representan un fenómeno que no se limita a los consumidores más jóvenes. De hecho, el uso de estas redes creció un 88% en usuarios entre 55 y 64 años entre abril de 2009 y mayo de 2010. Esto muestra la transversalidad de esta tecnología y por lo tanto lo importante que resulta para las empresas entender cómo invertir en ellas para obtener un mejor retorno. Los consumidores se van transformando en "consumnivosres" (una mezcla en inglés de las palabras consumidor y omnívoro), ya que no sólo consumen una variedad de contenidos, sino que también comentan dichos contenidos y redistribuyen sus opiniones y enlaces a los medios a través de Facebook y

Twitter. Estas recomendaciones pueden tener un efecto tan importante como el de un editor que decide qué va en la primera página de un diario.

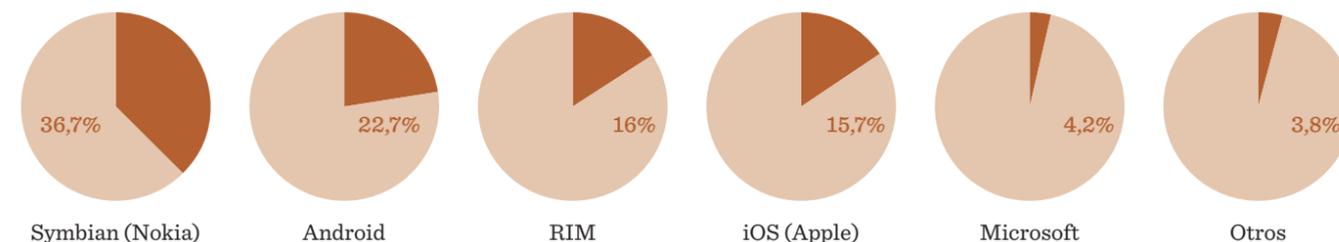
El estudio del comportamiento de los consumidores surge como una necesidad para los medios. El problema es que se requieren nuevas herramientas y modelos para detectar ese comportamiento más allá de reunir información demográfica, socio-económica y psicográfica (ver recuadro: 7 tipos de usuarios en Internet). Este desafío debe ser asumido tanto por los medios como por las empresas de investigación de mercados.

INNOVACIÓN, INNOVACIÓN Y MÁS INNOVACIÓN

La respuesta ante tanto cambio es desarrollar la capacidad de innovar. La innovación debe ser entendida como un proceso en el cual las ideas se convierten en realidad y resulta posible capturar el valor que generen. La creatividad por sí misma no es valiosa en una empresa a menos que esa creatividad pueda ser canalizada en el proceso de innovación que finalmente llevará las ideas al mercado para ser comercializadas.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE SMARTPHONES EN 2010

Fuente: Gartner



El desafío de convertirse en una empresa innovadora no es menor. La inercia de muchos años con un modelo de negocio rentable es fuerte. Pero es necesario cambiar esta cultura si se quiere sobrevivir en el mediano y largo plazo. Porque la innovación no es sólo a nivel tecnológico, sino que debe ir acompañada con un cambio en el modelo de negocios, incluyendo la proposición de valor, la cadena de suministros y el cliente final.

La innovación aparece constantemente como la característica más importante asociada con el éxito de una empresa. Sin embargo, entre las empresas más innovadoras no suelen estar los medios de comunicación. Esta situación es más grave en economías desarrolladas. Para nosotros, esto puede resultar una lección que no podemos dejar pasar. Aún estamos a tiempo de invertir en innovación para evitar que las empresas de tecnología sean las que a futuro dicten los términos de la industria. Por lo tanto, ¿hacia dónde va la industria de periódicos? La respuesta dependerá de la capacidad de innovar que sea capaz de desarrollar la industria mientras tenga tiempo.

SOBRE EL AUTOR

Aldo van Weezel es Director del Media Management and Transformation Centre Latin America, Facultad de Comunicación, Universidad de los Andes. Doctor en Administración de Empresas se ha especializado en la industria de los medios y presta servicios de consultoría en estrategia e innovación.

Este artículo se basa en su presentación en la reunión de la WAN-IFRA en Bogotá el 9 de marzo de 2011.

› e-mail: aldo.vanweezel@uandes.cl

› twitter: [@aldo_vw](https://twitter.com/aldo_vw)

RECUENTO 2010

Los niños premiados llegaron hasta el Centro Cultural Gabriela Mistral para recibir sus reconocimientos

MINISTRO DE CULTURA ENCABEZA PREMIACIÓN DEL X CONCURSO DE LECTORES INFANTILES

› María José Ríos Reyes de 10 años, Ignacia Andrea Picas Aguilera de 13 y Simón Burgos González de 8 años fueron los ganadores del primer, segundo y tercer lugar respectivamente.

Por décimo año consecutivo la Fundación de la Prensa con el apoyo de Nestlé, Minera Los Pelambres, EducarChile y la ANP organizaron este Concurso que da la posibilidad a niños de entre 6 y 14 años de todo el país a entrevistar a su personaje favorito de la actualidad nacional y luego ver sus entrevistas publicadas en los medios de todo el país. La iniciativa estuvo patrocinada por el Ministerio de Educación y la Comisión Bicentenario, quienes apoyan el objetivo de incentivar la lectura de diarios y revistas para así involucrar a los niños en la vida y el acontecer noticioso.

La premiación se llevó a cabo el jueves 11 de noviembre de 2010, a las 11.30 horas en el Centro Cultural Gabriela Mistral. Además, más de setenta niños, profesores y papás tuvieron la posibilidad de disfrutar de una visita guiada por el recién inaugurado edificio.

En el 2010 se recibieron alrededor de 4000 cartas de niños provenientes de diversas zonas del país. Los ganadores fueron María José Ríos Reyes de 10 años, quien entrevistó al ministro de Cultura, Luciano Cruz-Coke; Ignacia Andrea Picas

Aguilera de 13, niña no vidente que llegó hasta la oficina del Presidente de la República para hacerle las 10 preguntas con las que obtuvo el segundo lugar; y Simón Burgos González de 8 años quien entrevistó al escritor de cuentos infantiles, Mauricio Paredes. Este último no sólo accedió a que lo entrevistaran, sino que asistió también a la ceremonia de premiación de los niños.

El lanzamiento de la versión número once de este concurso se realizará el día jueves 5 de mayo en la Plaza de la Constitución, coincidiendo con la Semana de la Prensa. A la ceremonia han sido invitados representantes del Mineduc y del Consejo de la Cultura, ambos patrocinantes de esta iniciativa, además de representantes de las empresas auspiciadoras y colaboradoras.

SOCIALES › X CONCURSO DE LECTORES INFANTILES



1. Guillermo Turner, Paulina Bravo, Ignacia Picas 2. Alvaro Caviedes 3. Luciano Cruz Coke, Alejandra Wood, Felipe Conn 4. Autoridades 5. Javier Peña, Marcela Ceruti, Luis Ignacio Toro 6. Leandro Chihuaillán 7. Luciano Cruz-Coke, María José Ríos, Alvaro Caviedes 8. Roberto del Fierro, Simón Burgos, María Eugenia Goiri 9. Lucas Madariaga, Alejandro González y Nicolás Jeréz

1er Lugar › María José Ríos • 10 años, Colegio Orden de San Jorge, San Bernardo

Ministro Luciano Cruz Coke:

“El acceso a la cultura hoy es más entretenido”



SI USTED ES EL MINISTRO DE CULTURA, ¿ESO SIGNIFICA QUE ES EL MÁS CULTO DE CHILE?

No, pero significa que el Presidente determinó que por intereses y trayectoria podía hacerme cargo del Consejo Nacional de la Cultura que es un órgano colegiado donde hay varios directores de distintas partes representativas del mundo cultural y que definen las políticas de cultura. Ahora, en cuanto al más culto de Chile, me gustaría llegar a ser una persona mucho más culta, pero son procesos que se desarrollan desde que uno es muy niño, por tanto felicito que tú me estés haciendo esta entrevista porque habla también del interés y

yo creo que la única posibilidad que tienen las personas de ser cultas, es precisamente generar interés por las cosas.

¿Y sólo escucha música clásica o también reggaetón?

Reggaetón no mucho porque la verdad es que no tengo mayor relación con ese ritmo. Escucho música clásica, aunque yo era muy rockero y tocaba guitarra. Hay una infinidad de autores que me gustan, de músicos que me gustan, pero el reggaetón no es precisamente lo mío.

CUANDO ERA NIÑO, ¿LE GUSTABA IR A LOS MUSEOS?

Voy a ser bien franco, a mí me llevaban medio obligado a

distintas cosas, a los museos, al teatro, al ballet, a la ópera. Yo tuve la suerte de nacer en una familia que tenía muchas inquietudes culturales e íbamos a esos lugares. Era como una especie de instrucción, que la consideraba bastante poco entretenida, pero tengo que decirte algo: hoy día yo creo que las cosas han cambiado y creo que el acceso a la cultura se está haciendo por métodos que son más accesibles y más entretenidos para los niños. Hoy día está la posibilidad de la tecnología, de la interacción, del acceso por internet, los mismos museos están incorporando situaciones que son más vivenciales y de experiencia que la mera exposición de las cosas, lo cual siento que ha tendido un poco a acercar a los niños a los museos porque estos pueden ser vivencias muy entretenidas.

¿CUÁNTOS AÑOS SE ESTUDIA PARA SER MINISTRO?

No sé, yo creo que se debe estudiar siempre, se debe estudiar toda la vida. No es una carrera por suerte, aunque algunos piensan que sí.

¿UN ARTISTA NACE O SE HACE?

Yo creo que un artista nace, pero hay herramientas que nosotros hemos diseñado en la sociedad que tienen que ver con el desarrollo de técnicas, con el desarrollo de disciplinas, las carreras asociadas a lo artístico, cultural que evidentemente van puliendo el diamante en bruto, pero tengo la impresión de que el diamante tiene que estar, yo no creo que el artista se haga.

MI MAMÁ DICE QUE HAY QUE SER ARTISTA PARA LLEGAR CON EL DINERO A FIN DE MES, ¿CREE USTED QUE LO SEA?

Uno de los problemas que precisamente tienen los artistas es cómo llegar a fin de mes y lo que nosotros estamos tratando de hacer, como una de las tareas que yo tengo como ministro de Cultura en conjunto con el Consejo Nacional de la Cultura y con el directorio del GAM es proveerle a los artistas las mejores condiciones de empleabilidad, las mejores condiciones que les permitan algún grado de autosustentabilidad econó-

mica para que puedan precisamente llegar a fin de mes con la plata para sus necesidades básicas y secundarias.

¿LES RECOMIENDA A LOS NIÑOS ESTUDIAR ARTE?

Yo creo que hoy día están dadas las posibilidades para que un niño pueda estudiar Arte, siempre y cuando sea muy responsable en saber que el camino por delante es de mucho sacrificio, que todavía estamos desarrollando nuestras industrias culturales, por tanto el nivel de motivación y vocación que hay que tener es muy alto. Si se cumplen esas condiciones por supuesto que yo fomento que los niños estudien arte.

¿CUÁL ES SU ARTISTA CHILENO FAVORITO?

Varios y en distintas disciplinas: en la pintura podría ser Matta; en las artes visuales, Alfredo Jaar; en la poesía, Vicente Huidobro, Neruda o Gabriela Mistral en la narrativa. Hay muchos, me gusta Federico Gana que es un librista; también lo que escribe Skármeta, Jorge Edwards; en la música me gustan Los Jaivas, Los Tres; me gustan las cosas que ha escrito Vicente Bianchi en términos de música popular y la tonada chilena la encuentro bonita. En teatro, hay mucha dramaturgia chilena interesante: como Radrigán, Armando Mook en su momento, Egon Wolff, Jorge Díaz que se murió, en fin.

¿POR QUÉ LOS NIÑOS NO PODEMOS OPTAR A LOS FONDOS CULTURA?

Por varias razones. Primero, los niños se tienen que dedicar a estudiar en el colegio, segundo, hay ciertos premios que están destinados a público adolescente, incluso infantil, pero no están en el Consejo Nacional de la Cultura. Éste está hoy día orientado a profesionales, artistas, que viven de esto y que están desarrollando distintas disciplinas artísticas.

¿Cuál es su mayor meta como ministro?

Es proveerle a todos los chilenos las mejores posibilidades para que accedan a todos nuestros bienes culturales y también darle las mejores condiciones a los artistas para que desarrollen su trabajo. Esa es la mayor meta, lo difícil es encontrar los caminos para lograrlo, pero ese es mi trabajo, por eso estoy día a día en esto.

2do Lugar › Ignacia Picas • 13 años - Colegio San Benito - Vitacura

Presidente Sebastián Piñera:

“Me gustaría recuperar tantas cosas que hacía antes”



CON RESPECTO A LA PSU ¿ME GUSTARÍA SABER POR QUÉ LAS PERSONAS NO VIDENTES EN ESTE PAÍS NO PODEMOS ESTUDIAR ABIERTAMENTE LO QUE QUERAMOS Y SOLAMENTE PODEMOS LIMITARNOS A ESTUDIAR 4 Ó 5 CARRERAS HUMANISTAS?

Te tengo buenas noticias Ignacia, estamos haciendo un gran esfuerzo para que se amplíen las carreras que pueden estudiar las personas no videntes, porque tiene un problema, no pueden ver pero también tienen otras capacidades que a muchos de nosotros nos gustaría tener, intuición, interés, compromiso, ganas. Yo creo que ustedes se esfuerzan más para compensar el hecho de no poder ver. Ayer y el lunes dieron la prueba PSU casi 300 mil jóvenes y por primera vez hubo un sistema especial para que personas con algún tipo de discapacidad o capacidades distintas, la pudieran dar. Así que es un tema, Ignacia, que nos inquieta mucho y yo espero que usted tenga muy buenas noticias cuando le toque dar su PSU.

¿QUÉ TIENE PENSADO REALIZAR EN SU GOBIERNO CON RESPECTO AL TEMA DE LA DISCAPACIDAD EN GENERAL?

Estamos con un programa muy fuerte para igualar las oportunidades en el terreno de la educación, para que tengan más facilidades económicas, becas, préstamos. También en

el campo de la salud, porque en Chile hay más de un millón de personas con problemas de discapacidad. Tienen problemas para acceder a la salud, al trabajo y esas son situaciones que debíamos corregir, porque no es justo que si tienen que enfrentar dificultades especiales no tengan también un apoyo especial, así que espero que usted Ignacia nos ayude para que la vida de las personas que tienen algún tipo de discapacidad sea lo más igual en materia de oportunidades que la de los demás.

¿CÓMO ESTÁ AYUDANDO A LOS AFECTADOS POR EL TERREMOTO?

Bueno, tuvimos un terremoto tremendo, devastador. Ignacia usted sabe que se destruyeron 200 mil viviendas, 79 hospitales, entre tres y cuatro mil escuelas quedaron con daños, pero hemos trabajado todos los chilenos, porque aquí no hay excepción. Con una fuerza, con un compromiso que ya estamos reconstruyendo Chile, por ejemplo, ningún niño perdió su año escolar, todos volvieron a clases en el mes de abril.

¿Y CÓMO LO HICIERON LAS PERSONAS QUE TENÍAN LAS ESCUELAS DAÑADAS O QUE NO PODÍAN ACCEDER?

Cuando llegamos al gobierno el 11 de marzo, nos encontramos con que un millón 250 mil niños y niñas no podían volver a la escuela por una simple razón, la escuela estaba destruida o profundamente dañada e iniciamos la carrera, usamos escuelas de emergencia, escuelas modulares, habilitamos espacios que eran de las fuerzas armadas, de Carabineros, pusimos a dos o tres comunidades escolares en una misma escuela haciendo turnos, muchas medidas de emergencia para que en 45 días todos los niños volvieran a clases. Ya hemos reconstruido o construido casi mil escuelas, pero nos quedan unas dos mil o quizás más, así que el trabajo que tenemos por delante Ignacia es muy grande, muy desafiante, pero lo vamos hacer.

¿QUÉ PROBLEMAS TIENE QUE RESOLVER USTED HOY COMO PRESIDENTE?

Hoy día tenemos una reunión con el grupo que está estudiando la reforma a la salud. En Chile tenemos indicadores

de salud, expectativas de vida, mortalidad infantil, mortalidad materna infantil muy buenas, pero la gente se queja que es muy difícil acceder a la salud entonces vamos a tener que hacer muchas cosas, construir más hospitales, construir más consultorios, construir más policlínicos, tener más médicos especialistas, tener más medicamentos en los consultorios y hospitales y eso va a significar una gran inversión, pero también se requiere una reforma y ese es el tema que vamos a tratar hoy día con el grupo que ha estudiado la reforma a la salud que se la debemos porque tenemos una salud enferma y necesitamos un sistema de salud sano.

¿Y CON RESPECTO A LA EDUCACIÓN?

Los países que han salido adelante es porque han dado buena educación a sus niños. Lanzamos ya la reforma a la educación, estamos en primer lugar tratando que los mejores alumnos estudien pedagogía, tal vez a usted Ignacia le va interesar estudiar pedagogía ...

La verdad es que me a mi me gustaría estudiar Derecho en la Universidad Católica...

.. Derecho en la Universidad Católica. Le va a tocar una carrera que es muy muy necesaria, porque el Derecho es para hacer justicia para que todos tengan seguridad, todos tengan estado de derecho.

¿CÓMO LLEGÓ A SER UN LÍDER, UN PRESIDENTE?

Yo diría que hay un 1% de inspiración y un 99% de transpiración, porque es muy difícil, poder llegar a ser Presidente, de hecho llegan muy pocos, se cuentan con los dedos de una mano los chilenos que han sido Presidentes en nuestro país y que están vivos. Pero es una carrera larga, yo llevo 20 años trabajando en el servicio público y si bien es una vida muy dura no me arrepiento, porque también es mi vocación y a mi al menos me llena de fuerza, alegría, de entusiasmo la oportunidad de poder cambiar el país, pero también tiene muchos sacrificios y costos. ¿Usted no ha pensado ser política? La verdad es que yo quisiera ser Presidenta cuando sea mayor ... Entonces ya sabe es un camino difícil, pero es un camino muy muy hermoso.

¿Y USTED PODRÍA DARME ALGUNOS CONSEJOS SOBRE CÓMO SE PUEDE LLEGAR A SER PRESIDENTE DE UN PAÍS Y CÓMO SE TIENE ACTUAR?

Bueno, hay que tener mucha vocación de servicio público. Hay que esforzarse mucho como todo en la vida, hay que tener mucha resiliencia y mucha paciencia, porque la política es difícil, requiere compromiso, voluntad, muchas ganas y sobre todo mucha fe de que las cosas se pueden cambiar para mejor. Así que Ignacia si usted tiene alguno de esos atributos quiero que aproveche de conocer esta casa de La

Moneda, le voy a mostrar después mi oficina en una de esas usted se va a sentar en mi escritorio algún día.

EN LO PERSONAL, ¿USTED TUVO QUE RENUNCIAR A ALGÚN PASATIEMPO POR SER PRESIDENTE DE CHILE QUE HOY LE GUSTARÍA VOLVER A REALIZAR?

Uf, me gustaría recuperar tantas cosas que hacía antes. El deporte, la lectura, el estar con los amigos, el estar más con la familia, yo he renunciado a muchas cosas, a lo único que no he renunciado y no voy a renunciar nunca es a tener más tiempo, más contacto, a compartir con mis nietos, porque mis nietos realmente son para mí una bendición de Dios y los disfruto como si fuera uno más de ellos.

CUÁNDO USTED ERA PEQUEÑO Y TENÍA MI EDAD, ¿QUÉ PENSABA SER CUANDO ADULTO?

A los 13 años yo soñaba con ser muchas cosas, quería ser arqueólogo, ser astronauta, quería ser como Jacques Cousteau y andar explorando el fondo del mar, pero uno tiene muchos sueños en la vida, lo importante es nunca abandonar los sueños a pesar que Ignacia, y usted lo sabe muy bien que esta vida no es fácil, hay muchos obstáculos, hay que saber caerse y volver a ponerse de pie y eso es lo que nos hace seguir soñando, con fuerzas, seguir con entusiasmo y la vida sin sueño, sin entusiasmo sin ganas, yo creo que no vale la pena vivirla.

¿QUÉ ES LO QUE MÁS Y LO QUE MENOS LE GUSTA DE SER PRESIDENTE?

Lo que más me gusta es la posibilidad de cambiar para mejor la vida de millones de millones de chilenos y eso uno lo tiene como Presidente, porque un Presidente tiene que tomar muchas opciones, que no siempre son fáciles, pero uno sabe que las decisiones cambian la vida de las personas y eso es lo que más motiva a estar en esta pega, que no es un trabajo, es mucho más que eso, una vocación. Lo que menos me gusta es la pérdida de libertad, la falta de tiempo, a mi me encantaría volver a leer como leía antes, volver hacer deportes, volver a estar con mis amigos como hacía antes, volver a tener más tiempo con mi mujer, con mi familia, hoy día almorcé con mi mujer, hacía mucho tiempo que no almorzábamos juntos, porque ella trabaja tanto casi como yo y nos quedamos de acuerdo en juntarnos el sábado en la noche a celebrar una navidad en Talcahuano que es una de las ciudades más golpeadas por el terremoto. Esas son las cosas que echo de menos, pero uno tiene que darse cuenta siempre que en la vida lo urgente no puede desplazar a lo importante y la familia junto con Dios es lo más importante que tenemos en este mundo.

3er Lugar › Simón Burgos - 8 años - Instituto San Pablo Misionero - Santiago

Mauricio Paredes, escritor:

“En el colegio me tocó leer libros fomes”



SI UN DÍA TU CAMA SE ELEVARA POR EL AIRE COMO LE PASÓ A BARTOLO EN TU LIBRO, ¿A QUÉ LUGAR TE GUSTARÍA QUE TE LLEVARA Y POR QUÉ?

Me gustaría que me llevara al Amazonas donde hay caimanes, pájaros y animales exóticos y ojalá que no me pasara nada. También me gustaría viajar al futuro, no a mil años más sino que a cien años, para el tricentenario y saber qué pasa, sacar la cápsula que guardaron y ver cómo está la gente.

SI TÚ FUERAS UN NIÑO DE MI EDAD, ¿TÚ CREES QUE TE GUSTARÍA LEER TUS LIBROS Y POR QUÉ?

Me encanta esa pregunta, porque precisamente yo escribo los libros que a mí me habría gustado leer en el colegio, porque a mí me tocó leer algunos libros fomes, que no me gustaron para nada, entonces cuando escribo, no pienso tanto en los niños como tú que los van a leer, sino que pienso en mí como niño.

A MÍ ME GUSTAN LOS LIBROS QUE HACEN REÍR Y ME REÍ MUCHO CON LA FORMA DE HABLAR DEL ZORRO ¿DE DÓNDE SACASTE LA IDEA? ¿CONOCISTE A ALGUIEN QUE HABLARA ASÍ O LO SACASTE DE TU MENTE?

La idea de Oliverio El Zorro al que se le enredan las palabras y en vez de decir: “vamos a conseguir la hazaña de salvar al mundo”, dice: “ya vamos a comer lasagna con Edmundo” surgió pues a mí me encanta jugar con las palabras, yo siento que las palabras son juguetes.

A VECES YO TENGO PESADILLAS Y AL OTRO DÍA NO ME ACUERDO MUY BIEN CON QUÉ SOÑÉ, ¿CUÁL HA SIDO TU PEOR PESADILLA?

Uy! Es una espantosa, espero que no la tengas tú. Yo tenía una especie como de espinilla en la cara y empecé a rascar a rascar, y a rascar en el sueño y había un pelo y me empecé a tirar el pelo cada vez más y era un pelo largo, largo, largo y de me di cuenta en el sueño que era un pelo que me recorría toda la cara y cuando lo tiraba, se me movía la cara y era atroz y sufría, sufría, sufría y lo tiraba, lo tiraba y lo tiraba, era espantoso, era muy terrible. Sufrí con esa pesadilla.

¿CUÁL SERÍA TÚ DISFRAZ FAVORITO PARA UNA FIESTA DE DISFRACES, ACASO TE DISFRAZARÍAS DE ALGÚN PERSONAJE DE UN CUENTO TUYO?

Nunca me habían hecho esa pregunta. Me gustaría disfrazarme de Roñoso, de la familia Guácatela, yo soy muy limpio, me lavo las manos muchísimas veces al día, casi demasiado, y cuando escribí la familia Guácatela, mi idea fue hacer todo lo contrario: gente muy sucia, roñosa que tiene un bicho horrososo en la casa.

CUANDO IBAS AL COLEGIO ¿CÓMO TE PORTABAS?, ¿ERAS ACASO EL SABELOTODO DE TU CLASE O ERAS UN CHISTOSITO?

Era las dos cosas era sabelotodo y era el chistosito, de hecho, me gustaba todo, me gustaba cantar, estaba en el coro, tocaba piano, después aprendí guitarra, era presidente de curso, me iba bien, hacía deporte, jugaba fútbol, jugaba rugby o sea, todo me interesaba. En el colegio me gustaba mu-

cho reírme y conversar, si te das cuenta, yo hablo mucho y en el colegio también hablaba mucho y se daban cuenta los profesores y por eso era lo único que me castigaban porque me portaba bien, pero era hablador.

A MÍ ME GUSTA COLECCIONAR MUCHAS COSAS, EN TU NIÑEZ ¿RECUERDAS CUÁL ERA TU POSESIÓN MÁS PRECIADA? ¿LA TIENES AÚN?

Sí, hubo un tiempo que mi abuelo me incentivó a coleccionar monedas, eso se llama numismática, mira que difícil la palabra, pero después me aburrí y se me perdieron, porque eran monedas muy viejas, parece que valiosas, pero a mí no me entretenía eso. Pero cuando apareció la película “La Guerra de las Galaxias”, me encantó y empecé a juntar las figuritas. Había una que era una especie de perro grande y que yo soñaba con tenerla, tenía el folletito de la foto y lo guardaba debajo de la almohada. Soñaba con eso. Me acuerdo que para un cumpleaños me lo regalaron y hay una foto donde yo salgo abriendo esta caja enorme, llorando de felicidad. Eso nunca se me ha olvidado y todavía lo tengo.

CUANDO ERAS NIÑO, ¿CUÁL ERA TÚ COMIDA FAVORITA? ¿HABÍA ALGUNA COMIDA QUE DETESTARAS?

Sí, mis favoritos son el manjar, el chocolate y el pan con palta. El pan con palta me fascina, de hecho el pan yo lo uso para echarle la palta. Me carga, la coliflor, no soporto la coliflor y el olor cuando la cocinan.

TÚ PRIMER BESO, ¿FUE CON ALGUNA MUJER FAMOSA?, ¿A QUÉ EDAD?

No era famosa, fue con una compañera, había un juego que era el semáforo, donde los hombres perseguíamos a las niñas y cuando las pillábamos les decíamos verde, amarillo o rojo, verde era un beso en la mejilla, amarillo era un beso en la frente y el rojo era un beso en la boca. Entonces yo perseguía a la que me gustaba que es una psicóloga bastante conocida ahora, ella se casó y la siento como una muy buena amiga y claro le di un beso en la boca y casi me desmayé, y fue casi como de estampilla, no como los de teleserie.

POR ÚLTIMO, SI FUERAS INVISIBLE ¿QUÉ TE GUSTARÍA HACER?

Cuando chico me encantaba pensar qué podría hacer cuando fuera invisible. Soñaba con escuchar qué decían los grandes cuando no estábamos los niños. Me escondía debajo de la cama de mis papás y dentro de los closets o roperos y me ponía a escuchar. Pero como yo soy muy alérgico al polvo de las casas, después andaba con las manos y los ojos irritados, pero no importaba. Yo no puedo hacer eso.

¿POR QUÉ?

Porque la cama de mis padres está muy pegada al suelo, tendría que ser muy planito.

Pero siempre hay un lugar, detrás de las cortinas uno se puede esconder y escuchar un poco.

HISTORIA DE LA PRENSA

LA PRENSA DE LAS COLONIAS EXTRANJERAS

Los extranjeros radicados en el país, al constituir agrupaciones de cierta entidad, sintieron la necesidad de contar con medios de expresión que sirvieran de vínculo entre ellos y como forma de preservar su idioma y sus características nacionales. Por ello, y a menudo al amparo de diversas asociaciones que crearon, empezaron a publicar sus periódicos, escritos en la lengua de origen de esas colectividades, aunque también incluyeron colaboraciones nacionales.

La colonia inglesa en Valparaíso se empezó a formar tan pronto concluyó la guerra de la emancipación, y estuvo ligada a las actividades marítimas y comerciales. Cuando su presencia adquirió importancia, en especial por estar ligada al comercio de importación y a los negocios mineros, editó diversas publicaciones, que además, circularon por vía marítima en los puertos del Pacífico. El más antiguo de esos periódicos fue "The Valparaíso English Mercury", de aparición semanal, impreso en los talleres de "El Mercurio" entre el 16 de diciembre de 1843 y el 2 de marzo de 1844.

A éste se agregaron periódicos como "The Neighbour", impreso mensualmente entre el 27 de enero de 1847 y el 25 de octubre de 1851; "The Weekly Mercantile Reporter", entre el 6 de octubre de 1849 y el 30 de julio de 1853; "The Valparaíso Echo", quincenalmente entre agosto y noviembre de 1853; "Valparaíso and West Coast Mail", semanalmente entre el 17 de agosto de 1867 y el 27 de diciembre de 1875, redactado entre 1868 y 1869 por Carlos Lathrop; "The Chilean Times", entre el 6 de julio de 1907 y el 26 de septiembre de 1908, y

"The Chilean News", entre el 21 de noviembre de 1913 y el 15 de octubre de 1915.

La publicación de más larga duración de la colonia inglesa de Valparaíso fue "The South Pacific Mail", que apareció el 6 de noviembre de 1909 y se continuó publicando hasta el 31 de diciembre de 1965. Su primer director fue William Horsey. En sus páginas se registraba el movimiento marítimo, junto con otras actividades propias de la colectividad, como la educacional, la deportiva y la social.

Los ingleses de Punta Arenas tuvieron, en 1900, "The Punta Arenas Mail", seguidos por otros periódicos de corta duración, como "Gold Fields Gazette and Patagonian Advertiser" (1906), "Parish Notes St. James Church" (1906-1907), "The Punta Arenas English Magazine" (1907-1908), "The Standard" (1908), "The Observer" (1911) y "The Magellan Times" (1914-1920).

Una empresa más ambiciosa en el periodismo de lengua inglesa fue, al concluir el siglo XX, la del australiano Graham A. Wigg, quien buscó ofrecer a los inversionistas y ejecutivos angloparlantes que se encontraban en nuestro país una información económica completa y oportuna, sin descuidar las noticias políticas más relevantes. Así, desde el 29 de noviembre de 1991 empezó a publicarse en Santiago el periódico "News Review", que circuló más adelante con el nombre de "Chile News", y que terminó, por falta de publicidad, el 31 de octubre de 2006. Se complementaba esa publicación con periódicos más especializados, como "The Weekly Mining

News", "The International Settler" y "The Latin American and International Mining Journal".

Los alemanes en Chile se distribuyeron predominantemente en Valparaíso, Santiago, Concepción, Valdivia, Osorno y Puerto Montt, y en cada uno de estos lugares se publicaron periódicos en su idioma.

La presencia germana en Valparaíso se hizo sentir con fuerza ya en los comienzos de la república, al compás del acelerado desarrollo del principal puerto chileno. No es extraño, en consecuencia, que Valparaíso fuera la cuna del primer periódico en lengua alemana de Chile, el "Deutsche Nachrichten für Sud America", fundado por el impresor Trautmann. Fue una publicación bisemanal que apareció el 17 de noviembre de 1870 y cesó el 3 de julio de 1909. Posteriormente apareció el "Deutsche Zeitung", a partir del 10 de mayo de 1910. Este periódico representó el intento de reagrupar los intereses económicos y culturales de la comunidad alemana de Chile, para lo cual estableció corresponsales en la mayoría de las ciudades del país. En septiembre de 1914 la dirección del diario fue trasladado a Santiago. En enero de 1920 el "Deutsche Zeitung" absorbió al "Deutsche Presse", fundado por el impresor Josef Ivens en 1912. El 5 de agosto de 1928 el diario lanzó un semanario ilustrado dedicado a la política y a la jardinería, que se publicó hasta el 4 de septiembre de 1938. El "Deutsche Zeitung" dejó de publicarse el 29 de enero de 1943, como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial. Debe aludirse, asimismo, al "Deutsche Evangelisch in Chile", publicado entre 1924 y 1928.

La colectividad germana residente en Santiago publicó un periódico semanal titulado "Der Sonntag", que apareció entre el 5 de agosto de 1928 y el 10 de septiembre de 1939.

En octubre de 1916 se constituyó en Concepción la Liga Chileno-Alemana o Deutsch-Chilenischer Bund, que a partir de abril de 1917 patrocinó las siguientes publicaciones: Mitteilungen des Deutsch-Chilenischen Bunder, mensual, de abril de 1918 a marzo de 1924; el "Bundes-Kalender", de 1917 a 1923, y el "Deutsche Monathefte für Chile", de 1925 a 1936.

El "Deutsche Monathefte" con el periódico santiaguino "Unsere Welt", nacido en 1924, dieron origen al periódico bimensual "Der Chiledeutsche für Sprache und Volkstum, que se publicó entre marzo de 1937 y junio de 1938. Este último año absorbió al periódico bimensual "Die Warte", fundado en Santiago por Oscar Fonck, y a continuación al periódico "Die Staat", fundado en Temuco en 1932. De esta concentración surgió el 15 de junio de 1938 el periódico bimensual "Condor", que contenía noticias, estudios históricos sobre temas como inmigración, instituciones alemanas y actividades económicas en diversas ciudades y sus resultados para Chile. Este periódico, cuyo primer director fue Kurt Krebs, substituido más adelante por Claus von Plate, se convirtió en semanal en 1944 y, tiempo después, en bisemanal, y subsiste hasta hoy, con informaciones y reportajes mayoritariamente en alemán, pero también en castellano.

En Valdivia, el asentamiento de inmigrantes fue seguido de la fundación de periódicos escritos por miembros de esa colectividad. Se publicaron el "Valdivia Deutsche Zeitung", entre el

3 de marzo de 1888 y diciembre de 1912, a cargo de F. Peters y Paulo Springmüller (había aparecido el 10 de abril de 1886 como “Deutsche Zeitung für Süd Chile, por iniciativa de Johann Frey y el citado Springmüller, para concluir en diciembre de 1887, y servir de base para la nueva publicación); el “Deutsche Post”, entre agosto de 1902 y noviembre de 1903; “Der Missionar”, entre 1903 y 1904; “Bollage aus Deutscher Sonntagsbote”, en 1924; “Hochseite Zeitung”, el mismo año, “Der Chiledesche”, entre abril de 1937 y mayo de 1938.

Johann Fray, que había editado el primer periódico valdiviano en lengua alemana, fundó en Temuco, en 1902, “Der Grenzbote”, que en 1907 fue absorbido por el “Valdivia Deutsche Zeitung”.

En Osorno se editó en 1912 el periódico “Hochsetz Wespen”, y en Puerto Montt “Die Post”, que, patrocinado por Karl Martin, fue el órgano de expresión de los colonos alemanes protestantes en Llanquihue. De él se publicaron 104 números entre el 23 de enero de 1896 y el 5 de febrero de 1898.

En Punta Arenas apareció el 23 de marzo de 1899 el “Deutsches Wochenblatt”, del que se editaron pocos números.

Los franceses radicados en Chile editaron periódicos en los lugares donde tuvieron mayor presencia, esto es, en Santiago y Valparaíso. La más antigua de estas publicaciones fue el “Courier des mers du Sud”, editado en Valparaíso con cuatro números en 1851.

Posteriormente la colectividad francesa de Valparaíso puso en circulación el “Courier du Chili”, entre el 19 de noviembre de 1870 y el 18 de julio de 1871, y “La Colonie Français”, entre el 25 de abril de 1883 y el 26 de mayo de 1886. Este último periódico se volvió a editar en Santiago hacia 1901.

Entre los periódicos publicados por la colonia francesa en Santiago se cuentan “La France”, entre el 17 de diciembre de 1890 y el 31 de octubre de 1900; “La Gazette Français”, entre el 29 de enero y el 10 de marzo de 1893; “Le Courier de France”, entre el 10 de agosto de 1901 y el 11 de junio de 1903, y “France-Chili”, que circuló entre mayo de 1947 y diciembre de 1953.

Los inmigrantes croatas en Chile, llegados como súbditos austriacos e instalados en su gran mayoría en Antofagasta y Magallanes, publicaron numerosos periódicos para reforzar sus vínculos culturales y dar a conocer sus actividades y su aporte al adelanto de esas regiones.

Los periódicos de los croatas —yugoslavos después de la Primera Guerra Mundial— de Magallanes fueron “Male Novine”, entre mayo de 1905 y enero de 1906; “Domovina”, entre 1908 y 1916; “Novo Doba”, entre 1910 y 1911, redactado por Pedro Gasic. Posteriormente circularon “Jugoslovenska Domovina”, desde 1916; “Slobodna Jugoslavija”, entre 1918 y 1919; “Jugoslovenska Tribuna”, entre 1920 y 1922; “Jug” en 1921, “Jugoslovenska Smotra”, entre 1922 y 1923; “Novi List” en 1927, “Jugosloven u Cile”, entre 1932 y 1934, redactado por Lucas Bonacic, y “U Pustingi o Iz Pustozi”, en 1941.

En fechas más recientes se fundaron otros periódicos en Magallanes, algunos de ellos en castellano. Se publicó “Jugoslovensko Novo Doba” entre 1937 y 1946, que fue la publicación eslava de más larga vida. En castellano aparecieron los periódicos “Jugoslovenske Novosti” en 1962, dirigido por Juan Jelincic; “La Voz de Yugoslavia”, en 1963, dirigido por Waldo Silva Daunic; “El Natales”, en 1930, dirigido por Vicente Batistic, y “El Porvenir”, entre 1936 y 1957, dirigido también por Vicente Batistic.

Un grupo más reducido de inmigrantes yugoslavos se estableció en Valparaíso y editó “Jugoslovenska Drzeva” entre 1918 y 1922.

La colectividad española residente en Chile contó, asimismo, con su propia prensa. En Santiago, los españoles fundaron “El Noticiero Español”, que se publicó entre 1880 y 1903, dirigido por Aristarco Rodríguez Menica; “El Eco de España”, entre el 6 de marzo de 1904 y el 24 de febrero de 1906, redactado por Ignacio Balcells; “Unión Hispano-Americana”, en 1910, redactado por José María Llerens; “La Voz de España”, en 1913, redactado por Constantino Asuero; “La Colonia Española”, del mismo año 1913, que pasó a llamarse posteriormente “El Correo Español”, redactado por Miguel Albandoz, y “La Colonia Española”, entre el 16 de diciembre de 1916 y el 11 de octubre de 1918.

En Valparaíso, la colonia española editó “España”, entre 1933 y 1936. En Antofagasta, los españoles residentes publicaron en 1913 “El Fénix”, fundado por Andrés Galera y Romero.

Por su parte, la colonia española de Punta Arenas contó con “El Eco de España”, que circuló entre 1914 y 1916, fundado por Carlos Parga, y, entre 1916 y 1918, con la revista “Hispania”, fundada por José María Llerens y redactada por Luis Alegre.

Los españoles fundaron también una revista que pretendía recoger los intereses de toda la colonia. Ésta fue “Mundo

Español”, que cumplió 30 años de publicaciones desde 1925 y fue dirigida por Fructuoso Esteban Díaz.

La colonia italiana residente en Santiago y Valparaíso, que tuvo un sostenido crecimiento en la segunda mitad del siglo XIX, también publicó algunos periódicos a partir de 1860. En Valparaíso se editaron “L´Eco d´Italia” entre octubre de 1862 y diciembre de 1879; “El Corriere d´Italia” entre 1863 y 1865; “L´Italia” entre 1890 y 1943, que fue el periódico italiano de mayor duración; “L´Italia Illustrata” entre 1896 y 1899, e “Italia Le Campanedi San Giusto” entre 1948 y 1954.

Los impresos de la colonia italiana de Santiago fueron “Italia e Chile” entre 1905 y 1908, “L´Araldo” entre 1923 y 1930, y “Corriere D´Italia” entre 1954 y 1962.

La colonia árabe en Santiago fundó periódicos como “Al Murched”, que se publicó entre 1912 y 1917; “Al Hadi”, entre 1929 y 1930, y “Al Watan”, entre 1920 y 1950. La Fundación Palestina Belén 2000 Chile comenzó a editar la revista “Al-damir” en marzo de 2005, que a partir de 2009 es publicada por la empresa Publicaciones y Eventos Ltda.

