

# CENECA

Número 82

PRENSA - RADIO  
Y TELEVISION  
(REGION DEL BIO-BIO)

A 86

COMUNICACIONES

5476

" PRENSA - RADIO Y TELEVISION: REGION DEL BIO-BIO "

---

1 9 8 6

CENECA  
INPRODE  
COLEGIO DE PERIODISTAS DE CONCEPCION

---

Autores:

María Elena Hermosilla  
Arturo Navarro

( Investigadores de CENECA.)

Mario Aravena  
(Presidente del Colegio de  
Periodistas de Concepción)

María Eliana Vega  
Mónica Silva  
Quintín Oyarzo  
Enrique Monsalve

(Periodistas, Colegio Regional  
de Concepción).

A 86

5476



Este trabajo forma parte del  
proyecto "Proceso Cultural y  
Democracia", realizado gracias  
al apoyo de la FUNDACION FORD.

---

## I N D I C E

	<u>Página</u>
I. INTRODUCCION	1 - 2
II. EL RECURSO PROFESIONAL: LOS PERIODISTAS	3
1. Periodistas Activos	3
2. Periodistas Inactivos	4
3. Formación Profesional	4
4. Niveles de Participación Electoral.	5 - 6
III. LA PRENSA REGIONAL	6
1. Descripción del Sistema Regional	6 - 7
1.1. "El Sur" de Concepción	7 - 9
1.2. "La Tribuna" de Los Angeles	9 - 10
1.3. "La Discusión" de Chillán	10 - 11
1.4. "La Prensa" de Yumbel	11 - 12
2. Circulación.	12 - 14
3. Análisis Comparativo del Contenido de la Prensa Regional y la Prensa Nacional.	14
3.1. En el Ambito de la Información Regional.	14 16
3.2. En el Ambito de la Información Nacional.	17 18
IV. LA RADIO REGIONAL	19
1. Descripción del Sistema Regional.	19 - 22
1.1. Almirante Latorre: la Decana.	22 - 24
1.2. Una Emisora Universitaria	24 - 26
1.3. Radio Inés de Suárez	26 - 28
2. Análisis de los Noticiarios Radiales.	28 - 33

	<u>Página</u>
V. LA TELEVISION REGIONAL.	34
1. Canal 5 de Concepción	34 - 36
2. Breve Análisis de "Telecinco".	36 - 38
VI. CONCLUSIONES.	39 - 40

## I. INTRODUCCION.

El presente trabajo constituye un aporte realizado por periodistas e investigadores de la comunicación al conocimiento y difusión de la realidad de la prensa regional en nuestro país. Tiene el mérito de ser el primer intento en muchos años de diagnosticar la situación de los medios de comunicación masiva y de los profesionales que en ellos laboran, fuera del área de la Región Metropolitana.

Su realización es fruto del trabajo conjunto de entidades regionales, gremiales y de investigación. En su elaboración convergieron los intereses del Consejo Regional del Colegio de Periodistas de Concepción, del Instituto de Promoción y Desarrollo (INPRODE) de Concepción, y del Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA) de Santiago, que ya había desarrollado trabajos en el área de los medios de comunicación a nivel nacional.

Este informe fue presentado al III Seminario de Comunicaciones "Comunicación: hoy y futuro", realizado entre el 21 y el 24 de Noviembre de 1985 en El Tabo, organizado por el Colegio de Periodistas de Chile, el Taller de Investigación y Acción Comunicacional (TIAC) y el Instituto Chileno de Educación Cooperativa (ICECOOP), y coordinado por CED, CEDAL, CENECA, ECO, ILET, IPS, INPRODE, Consultora EFES y Chasqui huasi.

Su presentación, junto a exposiciones de Antofagasta, Iquique y Copiapó, que reflejaron la realidad de los sistemas comunicacionales y los periodistas en las regiones, estimuló en El Tabo un rico debate con alto grado de participación, en que resaltó la necesidad de profundizar en el diagnóstico de la comunicación regional, incluyendo temas como la comunicación popular, libertad de expresión y el futuro de la formación de periodistas, y continuar integrando a los profesionales de las regiones al debate nacional sobre la democratización de las comunicaciones.

En esta Introducción, los autores destacamos el contexto en que se elaboró el trabajo: En el marco sistemático de los Seminarios de El Tabo, se efectuó entre el 11 de Julio y el 7 de Septiembre de 1985, la primera actividad de capacitación profesional y de reflexión sobre las comunicaciones realizada en los últimos 12 años en Concepción: el Seminario "Realidad de la Comunicación en Chile", organizado por el Colegio Regional de Periodistas, INPRODE y CENECA.

Los temas y expositores fueron "Libertad de Expresión", Ignacio González, Presidente del Colegio Nacional de Periodistas; "Sistemas Comunicativos Chilenos", María de la Luz Hurtado, CENECA, y Mariano Fernández, CED; "Prensa Nacional e Industria Editorial", Arturo Navarro, CENECA; "Diagnóstico de la Radio", Valerio Fuenzalida, CENECA; "Diagnóstico de la Televisión", Diego Portales, ILET; "Comunicación y Tecnologías", Raquel Salinas, Chasqui, y "Políticas Nacionales de Comunicación", Lidia Baltra, Comisión de Perfeccionamiento del Colegio Nacional de Periodistas. Al acto de clausura asistió el Consejero Nacional del gremio, Jorge Andrés Richards. Participaron en las sesiones quince periodistas, que mantuvieron una presencia constante en el Seminario, desarrollado durante siete sábados. Como parte de esta actividad de capacitación y reflexión, se realizó un Taller de Investigación integrado por investigadores de CENECA y periodistas de Concepción: los autores de este informe.

En el Taller se planificó el diagnóstico, se analizaron informaciones y datos, se revisó el contenido de los medios, se discutieron resultados y se intercambiaron puntos de vista. El fruto es el presente informe, que no pretende ser exhaustivo; más bien, plantea problemas e interrogantes a ser retomados como futuras líneas de trabajo. Pero que tiene el valor de su carácter pionero y de ser producto del trabajo colectivo de investigadores y de periodistas que se interesan por conocer sistemática y críticamente su realidad.

El espacio de encuentro fue proporcionado por INPRODE, cuyo apoyo fue decisivo para la materialización de esta iniciativa.

## II. EL RECURSO PROFESIONAL: LOS PERIODISTAS.

### 1. Periodistas Activos.

Aproximadamente la mitad de los periodistas colegiados de la Octava Región trabajan en su profesión, en la región. De este cincuenta por ciento de periodistas que llamaremos activos, casi un sesenta por ciento se desempeña en medios de comunicación regionales. La mayor participación la tiene la Prensa Regional (35 personas), luego está la Radio Regional (16 profesionales) y finalmente, la Televisión (sólo 7 periodistas).

Los periodistas que no trabajan en medios de comunicación regionales se desempeñan en medios nacionales ( 15% de los activos) o en otras entidades que no son medios de comunicación, aunque desempeñando labores profesionales (servicios públicos, municipalidades, Universidades, empresas privadas, etc.): un 35% de los periodistas activos.

Esta realidad se refleja en el siguiente cuadro:

	Regionales	60 %
- En Medios de Comunicación	Nacionales	15 %

#### PERIODISTAS ACTIVOS

- En otras entidades	35 %
	<hr/> 100 %

Es indudable que la principal fuente de trabajo profesional son los medios de comunicación regionales, lo que contrasta con el bajo porcentaje de trabajo que dan a los periodistas locales los medios de carácter nacional. Agravado esto con el hecho que entre las fuentes de trabajo a nivel nacional se agrega el rubro agencias periodísticas.



Si pensamos en cómo se informa el resto del país de lo que ocurre en la Octava Región con una ciudad tan significativa como Concepción, vemos que esa responsabilidad informativa la tienen sólo un periodista de una agencia informativa, los periodistas de televisión \*, ninguno a nivel radial (lo que se explicaría por la existencia de cadenas con emisoras locales) y once periodistas de los medios escritos. Es decir, que el país y el mundo se informa sobre la actividad regional casi exclusivamente por los periodistas de los grandes diarios nacionales.

También es la prensa regional la que entrega una mayor cantidad de ocupaciones a periodistas. Más de la mitad de los periodistas activos que trabajan en medios regionales, lo hacen en diarios. Esto es explicado fundamentalmente por la existencia de un diario regional ("El Sur") y dos diarios locales ("La Discusión" y "La Tribuna"). Dentro del contexto nacional el diario regional "El Sur", ocupa uno de los lugares más relevantes, no obstante, a fines de 1984 llegó a un convenio de asociación publicitaria con la cadena nacional "El Mercurio". Esto significa que parte importante de la publicidad de nivel extra regional, le llega a través de la mayor empresa periódica del país.

## 2. Periodistas Inactivos.

En esta categoría, que abarca casi un 50 % de los profesionales colegiados en la región, se incluye a casi un tercio de periodistas con calidad de tales que no ejercen labores profesionales por propia voluntad, otro tercio del cual el Colegio Regional carece de información actualizada sobre su paradero y un tercio restante que se divide en jubilados (18 personas), cesantes (4 personas) y actualmente en el extranjero (18 periodistas).

Llama la atención la baja cantidad de cesantes en relación a las cifras de la Región Metropolitana, que son mayores, y a la gran cantidad de profesionales de la Octava Región. Cabe recordar que Concepción tuvo una Escuela de Periodismo que permanece cerrada y que fue también una importante fuente de trabajo para periodistas.

## 3. Formación Profesional.

Tal vez por esa misma existencia de una Escuela Universitaria de Periodismo, se explica la gran cantidad de profesionales con título universitario o con formación universitaria que existe en la Región. Esto se refleja en el cuadro adjunto:

---

\* De ellos, uno es el corresponsal de Televisión Nacional en Concepción. Y los restantes, pertenecen al Departamento de Prensa de Canal 5 TV, que transmite directo a Canal 13 de TV, cuando la noticia así lo amerite.

FORMACION PROFESIONAL DE LOS PERIODISTAS COLEGIADOS.

Título universitario .....		100
Artículo 24	: Con estudios universitarios	28
	Sin estudios universitarios	67
No hay información .....		11
	TOTAL..	<u>206</u>

Estos datos entregados por el Consejo Regional del Colegio de Periodistas demuestran que hay casi 200 profesionales capacitados en la Octava Región, no obstante, hay sólo 104 ocupados en labores profesionales. Este nivel de ocupación es bajo atendiendo que la Región alberga a 40 radioemisoras, 4 medios escritos, un canal regional de televisión, 5 corresponsalías de diarios nacionales y corresponsalías de la Televisión Nacional y la Agencia Orbe. Es decir, ni siquiera un promedio de dos profesionales por medio de comunicación existente.

Esta baja de oferta laboral puede explicar el alto nivel de periodistas que no ejercen labores profesionales por propia voluntad y que es presumible hayan emigrado hacia otras ocupaciones. Esta migración puede reflejarse en la participación en las acciones del gremio.

4. Niveles de Participación Electoral.

Un indicador de participación en actividades gremiales es la participación en actos electorales del Colegio, tanto a nivel regional como nacional. Tomaremos para comparar, las elecciones de tres años. Veamos el siguiente cuadro:

NIVELES DE PARTICIPACION ELECTORAL DE LOS PERIODISTAS COLEGIADOS.

<u>AÑO</u>	<u>INSCRITOS</u>	<u>VOTANTES</u>
1981	200	113
1983	203	98
1985	204	86

Frente a un número de inscritos prácticamente invariable, la participación electoral es decreciente. Esto aparece como contrastante con la mayor actividad realizada por los Colegios profesionales en general y el de Periodistas en particular, a nivel nacional en los últimos años. La pregunta que surge es si ese mayor nivel de actividad tiene un reflejo a niveles regionales.

Otro indicador de la mencionada migración de periodistas hacia otras actividades debiera surgir del análisis de nuevas variables, como el nivel de ingresos y el nivel de atracción que se ofrece a los periodistas de la región en actividades profesionales fuera de su región (la Capital, el exterior, la actividad docente, etc.). Ambas debieran ser objeto de nuevos estudios.

### III. LA PRENSA REGIONAL.

#### 1. Descripción del Sistema Regional.

El sistema regional de prensa está compuesto básicamente por tres diarios que aparecen en forma regular: "El Sur" de Concepción, "La Discusión" de Chillán y "La Tribuna" de Los Angeles. Todos aparecen diariamente a excepción de "La Discusión" que no circula los días lunes. Existe además el periódico "La Prensa" de Yumbel que se define como semanario. Mientras "El Sur" tiene una circulación regional, los demás están básicamente centrados en la ciudad donde nacen.

La mayoría son de propiedad privada, a excepción de "La Discusión" que pertenece por legado, a la Universidad de Concepción. Este centro de formación es propietario además de otros medios de comunicación como la Radio Universidad de Concepción y la Radio Isabel Riquelme de Chillán. La misma Universidad tiene un 75 % de la propiedad de la Empresa Editora, Impresora y Periodística Aníbal Pinto S. A., donde se imprime "La Discusión".

Sólo "La Tribuna" y "La Prensa" tienen una imprenta propia para sus tiradas. Tanto "La Discusión" que ya se ha señalado, como "El Sur", imprimen en talleres ajenos. En este último caso, se trata de los talleres de la Sociedad Periodística e Impresora Renacimiento Ltda. que está ligada al diario a través de socios comunes.

Aunque existen en la región filiales de las grandes distribuidoras de publicaciones -"El Mercurio", "La Tercera", "Alfa"- cada periódico tiene sus propios canales de distribución.

Para todos los periódicos regionales, las fuentes principales de financiamiento la constituyen la venta de avisos y en segundo lugar los ingresos por circulación. Sólo el pequeño semanario "La Prensa" reconoce tener escasa publicidad, lo que compensa con "aportes de amigos y colaboradores".

Todos aseguran también tener alguna cantidad de suscriptores.

Veamos a continuación cada medio por separado.

### 1.1. "El Sur" de Concepción:

"El Sur" es un medio informativo escrito que, como promedio, sale todos los días con 16 páginas -tamaño Mercurio- divididas en dos cuerpos de 8 páginas.

Tiene secciones habituales y similares a otros diarios del país, sobre todo con mucho parecido al esquema de "El Mercurio". Vale decir cuenta con: una portada principal y otra secundaria, donde se incluyen -fundamentalmente- noticias locales. Tiene una página de los lectores (cartas y opiniones) que se comparte con una sección cultural. También exhibe una página editorial, donde se aceptan colaboraciones de los periodistas del mismo diario y de afuera. Cuenta, igualmente, con una página de Vida Social y de carácter femenino. Luego viene una página nacional, otra con noticias del país que también es de cierre y que lleva, además, los avisos de defunción (se ubican ahí por un problema de carácter técnico). Enseguida, otras dos de deportes, siendo -siempre- la contratapa de este primer cuerpo una página de deportes.

En el segundo cuerpo, aparte de la portada (ya descrita); tiene tres páginas donde se difunden noticias de la llamada intercomuna que, en la práctica, incluye a Concepción, Talcahuano, Arauco, por el Sur y Tomé, por el Norte. Después se completa el cuerpo con internacional, avisos económicos y una contratapa de espectáculos.

Cabe señalar que sólo hay capacidad -por el momento y por razones económicas- para imprimir color en portadas y contra portadas. Vale decir en cuatro páginas. Esto significa que los avisos en colores deben ir en esas páginas y no en otras.

"El Sur" es diario. Su casa matriz se encuentra ubicada en Freire 799, en Concepción. Pero, además, cuenta con oficinas en Talcahuano y Santiago. En esta última funciona una oficina de redacción periodística, publicidad y una gerencia, a cargo de Carlos Paul Lamas.

Como propietario legal figura una Sociedad Anónima, cuyo representante, para los efectos legales, es Rafael Maira Lamas. Los paquetes mayoritarios de acciones están en poder de los herederos de Aurelio Lamas Ibieta. Es decir, un grupo familiar ligado por años a esta empresa periodística.

Trabajan 149 personas en total. De ellas 35, aproximadamente, son periodistas universitarios o colegiados (el mayor porcentaje es de los primeros). En esta cifra se incluyen a los directivos periodísticos del diario.

El tiraje, al igual que en otros medios, es una cifra que se guarda celosamente y se distorsiona. Pero algunas estimaciones muy vagas, hablan de 12 mil y 15 mil ejemplares diarios, que se distribuyen en toda la región. La distribución la hace el mismo diario.

El diario "El Sur" es un medio informativo ciento por ciento, privado, sin que haya ingerencia estatal, salvo a través de las restricciones propias de la autoridad, mediante bandos u otros medios que restringen la libertad de informar.

La edición es por sistema offset desde hace tres años cuando se cambió el sistema de impresión, luego de cumplir cien años con los medios tradicionales de imprenta: linotipias y plomo.

La impresión la realiza otra persona -que está ligada, formando parte de una especie de holding, con diario "El Sur" S.A.-. Esta es Impresora Renacimiento Ltda., industria donde se repiten las mismas personas que tienen acciones en el diario. El papel utilizado es de procedencia nacional. La tinta importada. Las películas, nacionales e importadas. Las planchas, importadas.

La distribución se hace mediante agentes propios y suplementeros. Se abarca toda la región, aunque se venden algunos ejemplares en el centro de Santiago.

En lo que respecta a su promoción, se hace mediante un Departamento de Arte y Publicidad propio y también con agencias publicitarias, pero en un porcentaje menor.

La publicidad que se edita se recibe, también, a través de estos dos canales y desde 1984 opera un convenio comercial con "El Mercurio" para publicar los avisos que se distribuyen en la cadena de este medio informativo a través de todo el país. Esto opera en un sólo sentido: Vale decir únicamente se reciben avisos de "El Mercurio", pero éste no edita avisos que le pudiera enviar "El Sur". Las ganancias se reparten como establece un convenio escrito, en una de cuyas cláusulas se establece que no habrá ingerencia de "El Mercurio" en la parte periodística de "El Sur".

No se adjuntan al diario ni fascículos, libros, revistas u otros medios que ayuden a su venta. Salvo en una ocasión en que se regalaron mapas camineros para el verano de 1983, con muy buenos resultados.

Sólo los domingos, a la edición diaria se adjuntan dos suplementos que se editan mediante el sistema de colaboradores (periodistas del mismo diario, de fuera y gente que no completó sus estudios de periodismo en la Universidad de Concepción, por cierre de la Escuela durante el Golpe Militar de 1973). Uno de estos es tamaño "El Mercurio" y tiene ocho páginas con colores en portada y contra portada. Otro tabloide con colores en centrales y portada y contraportada, de doce páginas. Sus contenidos son de temas generales, aunque "Actual" aborda temas más serios e informativos y "Gaceta del Bío-Bío" (el tabloide), temas de corte más magazinesco y humorístico.

El diario "El Sur" se financia a través de la venta y la publicidad que recoge de los avisadores. Sin duda, la publicidad tiene más participación en el financiamiento. La venta se realiza en los quioscos, por suscripciones y venta directa al público.

## 1.2. "La Tribuna" de Los Angeles:

El diario "La Tribuna" es el único medio escrito que existe en la provincia del Bío-Bío y el tercero de la Octava Región. Fue fundado el 27 de junio de 1958 (es decir, tiene 27 años de existencia) por el abogado Domingo Contreras Quintana junto a otros vecinos de Los Angeles.

Su principal objetivo -según afirma su actual representante legal y Presidente del Consejo de Administración de la empresa, Italo Zunino Muratori- es ser un medio al servicio de toda la comunidad, con una línea definida como "independiente".

Actual propietario de "La Tribuna" es la Empresa Periodística Bío-Bío Limitada, en la cual todos los socios realizan un aporte no especificado por las fuentes informantes.

trabajan en el diario catorce personas como empleados, siendo Pedro Soto Casali el Director (periodista) quien junto a dos reporteros más conforman el Departamento de Prensa.

Su tiraje es de 2.500 ejemplares, circulando en toda la provincia del Bío-Bío. Sale todos los días, con formato tabloide, doce páginas y combinando la impresión offset con las linotipias. Se imprime en sus propios talleres y cuenta con un suplemento agrícola que aparece los días lunes.

El financiamiento del diario se obtiene a través de avisos, fundamentalmente, y algunas suscripciones. La distribución se entrega a un agente local, mientras que la promoción del diario se realiza mediante propios promotores de ventas y contactos con agencias de publicidad.

Las materias primas son importadas y nacionales y se adquieren en fábricas y distribuidores.

### 1.3. "La Discusión" de Chillán:

"La Discusión" fue fundada el 5 de enero de 1870 (115 años) como empresa particular con afán de servicio a la comunidad, siendo Alfonso Lagos Villar el periodista propietario.

A la Universidad de Concepción le fue legado en 1978. La Empresa "La Discusión" posee sus propios talleres gráficos, los que ahora están destinados a fines comerciales, imprimiéndose allí una serie de ediciones (pero no el diario), además de ser dueña de Radio Isabel Riquelme que funciona en un mismo edificio, que es propio. Su representante legal es Luis del Villar Zarco.

El diario se financia a través de los métodos tradicionales. Cuenta con una oficina de publicidad propia con sus propios vendedores.

El 90% del avisaje es local, siendo mínimo el porcentaje de afuera. Un Consejo designado por la Universidad de Concepción designa al gerente y al director del diario y fija la línea política y económica de éste. Las políticas generales se traducen en un servicio a la comunidad de Ñuble, intensificando la información de la ciudad, proveyendo al desarrollo comunal y provincial.

El diario hace suyos todos los postulados del periodismo: informar de manera objetiva, defender los grandes objetivos nacionales y propender hacia una vía democrática.

"La Discusión" circula durante seis días en la semana; no sale los lunes, por economía. Los domingos tiene 12 páginas, es impreso en offset y ya incorporó la fotografía en color.

Su única agencia informativa es la UPI que entrega noticias nacionales e internacionales. Actualmente trabaja en él un total de 30 personas.

Cuenta con siete periodistas, tres de los cuales son universitarios, más dos reporteros gráficos. Circula en la provincia de Ñuble, en sus 19 comunas, aunque el 60% del diario se queda en Chillán.

En Chillán se realiza la producción del material local, regional y de redacción, además del fotográfico. El 80% se diagrama en Chillán, en tanto la primera y la última se dejan abiertas para completarlas en Concepción. Los textos se despachan por telex a la central de Concepción desde Chillán. Una camioneta especial trae a Concepción el material fotográfico. El cierre es a las 23:00 horas; de las 5:30 a las 3:00 horas de la mañana se procesa el material.

Es la Empresa Editora, Impresora y Periodística Aníbal Pinto S.A., la que imprime el diario. Esta empresa está integrada por socios de la Universidad de Concepción y personas naturales, en un 75 y 25 % respectivamente, contando con un capital de 77 millones pesos. La Editora cobra por la impresión al diario como a cualquier cliente. En ella se imprimen además, folletos, etiquetas, textos y libros y toda clase de trabajos en ese tipo.

El diario se vende en quioscos y por suscripciones. Su tiraje es de 3.000 a 3.500 ejemplares.

En cuanto al tipo de materias primas que utiliza, éstas son: papel nacional, tinta nacional, películas importadas (japonesas, alemanas, americanas) y planchas también importadas.

El diario no tiene suplementos de ningún tipo.

#### 1.4. "La Prensa" de Yumbel:

En este periódico trabajan dos personas. Su propietario es la sucesión Tristán Rocha Sobarzo. Su director es el periodista Mario Rocha Osses. "La Prensa" imprime en talleres propios cuatro ediciones semanales de 1.500 a 2.000 ejemplares cada una.

Cubre las comunas de Yumbel, Cabrero y San Rosendo.

Tiene cuatro páginas en tamaño oficio, impresas por su solo lado.

Fue fundado el 18 de Septiembre de 1010 por don José Tristán Rocha y don Luis A. Burgos. Sus objetivos son la defensa de los intereses del Departamento de Yumbel.



Sus editores califican su línea informativa como independiente, y el diario se distribuye a través de suplementeros y por correo.

## 2. Circulación.

Se realizó un sondeo de quioscos en las principales ciudades de la región -Concepción, Chillán y Los Angeles- tomando para ello dos quioscos céntricos en cada una y consultando sobre la pauta de diarios recibidos y la cantidad de diarios vendidos, tanto en día de semana como en día domingo. Para que los resultados sean comparativos, se realizó el sondeo un mismo día.

La consulta abarcó las pautas de los diarios nacionales "La Tercera", "Las Últimas Noticias", "El Mercurio" y "La Cuarta" y de los diarios regionales "El Sur" de Concepción y "La Discusión" de Chillán. Este último se consideró solamente para los días domingos y en Chillán y Concepción, pues no se detectó su venta en Los Angeles y los días lunes no circula.

La primera comparación es entre las pautas de día domingo y las de los días de semana, del total de los periódicos:

	DIAS DE SEMANA			DOMINGO			Aumento Vta. Domini cal %
	Pauta	Venta	Venta %	Pauta	Venta	Venta %	
CONCEPCION	142	116	81%	239	201	84%	73 %
CHILLAN	250	228	91%	619	537	87%	135 %
LOS ANGELES	156	121	77%	363	312	86%	160 %

De este cuadro se desprende que hay una significativa diferencia de la circulación de periódicos entre los días domingos y los días de semana.

En Concepción, la pauta de días de semana es un 59% de la dominical, mientras en Chillán es un 40% y en Los Angeles, un 43%. Ahora, si comparamos las ventas reales en los quioscos encuestados, veremos que Concepción vende 73% más ejemplares el domingo, que Chillán vende un 135% más de ejemplares el domingo respecto del lunes y que Los Angeles vende 160% el domingo respecto del lunes. Pareciera entonces que existe una correlación entre tamaño de la ciudad y venta de periódicos: a menor tamaño de la ciudad (cantidad de habitantes) mayor es la diferencia de venta de periódicos entre días de semana y domingo, o que la tendencia a leer periódicos sólo el domingo se acentúa en las ciudades con menor cantidad de habitantes.

De este mismo cuadro, comparando pautas y ventas reales, se puede establecer el porcentaje de venta tanto en días de semana como en día domingo. Se puede apreciar que, aunque las pautas aumentan los domingos, también aumentan los porcentajes de ventas dentro de esas mayores pautas. La excepción está en Chillán en la que las pautas de día lunes están muy ajustadas (91%). La explicación podría estar en la no circulación del diario local el día lunes. La prensa nacional tiende a dejar la cantidad justa de ejemplares, no así la regional o local, que tiene una capacidad mayor de reposiciones y un menor costo de transporte. En todo caso, se puede apreciar en el cuadro que el 86% de los diarios que circulan los días domingos se venden realmente. El promedio baja a un 83% el día lunes.

#### Comparación entre Prensa Regional y Prensa Nacional.

Durante los días de semana, en Concepción, la venta de la prensa regional es equivalente a la de los principales diarios nacionales ("La Tercera", "Las Ultimas Noticias", "La Cuarta"). Es decir, "El Sur" se vende levemente menos que "La Tercera" y levemente más que los otros diarios indicados. En cambio, el día domingo, la venta de "El Sur", prácticamente duplica en los quioscos sondeados en el centro de la ciudad, a "La Ultimas Noticias" y supera en un cincuenta por ciento a "El Mercurio" y en algo más del cincuenta por ciento a "La Tercera".

En Chillán, la venta dominical de "La Tercera" prácticamente duplicó a "La Discusión" y "El Mercurio" superó en un cincuenta por ciento al diario local. "La Discusión" sólo superó en ventas dominicales a "Las Ultimas Noticias" (dos veces más) y a "La Cuarta" (tres veces más). La venta de "El Sur" en Chillán es poco más del diez por ciento de la venta de "La Discusión". Lo mismo ocurre en Los Angeles, donde la comparación entre "El Sur" y la prensa nacional favorece ampliamente a los diarios nacionales.

De este análisis pareciera desprenderse que la prensa regional es a la vez localista, es decir, el lector prefiere el diario local solo en su ciudad y frente a la alternativa de comprar el diario de la ciudad de al lado, aunque sea la cabecera regional -como el caso de "El Sur" de Concepción- opta por la prensa nacional.

Como una apreciación general, puede decirse que los días de semana las ventas mayores corresponden al diario nacional "La Tercera". Y que los días domingo este diario es superado por la prensa regional ("El Sur") y por "El Mercurio", en Concepción, mientras mantiene su supremacía en Chillán y Los Angeles.

Sería interesante, como perspectiva, profundizar este análisis para llegar a detectar las razones de la preeminencia de la prensa nacional, así como las razones del éxito de la edición dominical de un diario regional como "El Sur".

### 3. Análisis Comparativo del Contenido de la Prensa Regional y la Prensa Nacional.

Para realizar la comparación de cómo cubre la prensa regional las informaciones nacionales y vice versa, se escogió de un día determinado dos informaciones. Una de ellas, de origen regional y otra de origen nacional. Se investigó entonces cómo fueron tratadas ambas informaciones tanto en la prensa nacional como en la regional.

#### 3.1. En el Ambito de la Información Regional.

La noticia elegida fue "la infiltración de dos carabineros de civil en una conferencia de prensa del Ministro José Martínez, que investiga el caso Randolph".

Se analizaron los diarios:

- "El Sur" de Concepción
- "La Discusión" de Chillán
- "La Nación"
- "El Mercurio"
- "La Tercera"
- "La Cuarta"
- "Las Ultimas Noticias"

Todos correspondientes al 10 de agosto de 1985.

## VISION GENERAL

### Diarios Nacionales.

"La Nación" : No informa absolutamente nada del caso.

"El Mercurio": La noticia no aparece en portada ni en el sumario, sino en la página cinco del cuerpo "C", donde va lo relativo a crónica. La información encabeza la página "lado izquierdo" con el siguiente título: Caso Randolph (Epígrafe): "Incidente en Tribunal". El título es a dos columnas y la noticia en su totalidad ocupa un sexto de la página. Aparece fechada en Talcahuano.

"La Tercera": La noticia en sí no aparece en primera página, si bien el principal titular se refiere al caso, pero a otro aspecto como es el del testigo clave. La información se ubica en la página 26, de policía, ocupando un tercio de ella a tres columnas. Su título es: Grabada conferencia de prensa (Epígrafe): "Sorprenden a carabinero en la oficina de magistrado Martínez". Tiene una foto a una columna del "infiltrado".

"La Cuarta" : En el principal título de la portada, la noticia figura como epígrafe: Caso Randolph: Policías infiltrados como periodistas. En la página 18, de policía, aparece el desarrollo del hecho. Es la segunda información de la sección, destacada a tres columnas, fechada en Talcahuano con el siguiente título: "Dos carabineros trataron de hacerse pasar por periodistas".

"Las Ultimas Noticias": La noticia aparece en un pequeño recuadro en primera página sin ser la más destacada. Al interior se ubica en la página doce (par), en recuadro y en un lugar preferencial con respecto a otras (lado derecho). Está firmada por el corresponsal en Talcahuano, dos columnas con el siguiente título: "Descubrieron a "espías" en conferencia de prensa", y luego una bajada añade más información. Se complementa con una foto del testigo clave.

### Diarios Regionales.

"La Discusión": Noticia situada en la última página a una columna, fechada en Concepción por UPI. Lugar más o menos destacado, cerca del cuño. El título es: "Detenido un seudo periodista".

"El Sur" : En primera página, el hecho aparece mencionado dentro de una información que señala: "No existe testigo clave". En el segundo cuerpo, la información está dividida en tres partes: La primera se titula: "Funcionario policial grababa conversación": En despacho de Ministro Martínez (Epígrafe). La segunda noticia sobre el tema señala: "Magistrado condenó infiltración"; y la tercera indica: "Declaración del Colegio de Periodistas". Todos tienen fotos a una columna, la información global ocupa casi la totalidad de la primera página del segundo cuerpo de Crónica Local.

### COMENTARIO

"El Mercurio": El título no destaca la noticia, es más bien genérico y no informativo. Pero es el único medio que muestra una foto del carabinero infiltrado de frente. En líneas generales la información se ajusta a los hechos al agregar parte del diálogo que se produjo en el Tribunal. Faltan algunos datos como la declaración del Colegio de Periodistas.

"La Tercera" : Es una información bastante completa que toca varios aspectos como la reacción de los abogados y la de los periodistas ante lo sucedido. Explica detalladamente lo que pasó en el despacho del Ministro. Sin embargo, "La Tercera" dió más importancia a la noticia del testigo clave, ya que tituló con ella en primera página y encabeza las informaciones de la página policial con titular a cuatro columnas.

"La Cuarta" : Es también una información detallada, cubre varias reacciones que no se consignan en otros diarios. El título es cierto pues refleja la noticia.

"Las Ultimas Noticias": El texto es más completo que el de otros diarios, señala datos que no se mencionan en las anteriores informaciones analizadas, como el que el carabinero portaba un arma.

### Diarios Regionales.

"La Discusión": El título no dice nada, no tiene connotación condenatoria ni tampoco ayuda a situar lo ocurrido. En sí, la información está mal redactada, la noticia recién se da en la décima línea del párrafo inicial. Es incompleta, faltando manejo de datos (incurre incluso en errores de nombres). Pese a la distancia geográfica que hay entre Chillán y Concepción, dista mucho de ser una buena noticia pudiendo haber tenido acceso a ella porque el diario se imprime en Concepción.

"El Sur" : El titular es el más acertado, refleja el hecho que luego se analiza en tres etapas: lo que pasó, la condena del Magistrado y la declaración del Colegio de Periodistas.

En general se puede concluir que el mejor tratamiento del hecho lo realizó el diario "El Sur". Los otros medios coinciden en su apreciación de lo sucedido, ajustándose a los hechos. No hay, en general, contradicciones ni enfoques alejados de la realidad.

### 3.2. En el Ambito de la Información Nacional.

La noticia elegida fue una declaración del Cardenal Fresno durante la celebración de los 50 años de la Facultad de Teología de la Universidad Católica, en Santiago.

Diarios analizados:

- "El Sur" de Concepción
- "La Discusión" de Chillán
- "El Mercurio"
- "Las Ultimas Noticias"
- "La Nación"
- "La Tercera"
- "La Cuarta"

Diarios Regionales.

"El Sur" : La noticia se consigna en primera página, pero es pobre y superficial en su tratamiento. El título: "Cardenal: respeto al hombre integral", no refleja el exacto contenido de la noticia.

"La Discusión": Es la información más destacada de la última página. Su título es: Monseñor Fresno y la reconciliación (Epígrafe): "Que impere el respeto mutuo, la justicia, la libertad y el amor".

Diarios Nacionales.

"La Nación" : Enfatiza un aspecto de las palabras de Fresno que se reflejan en el titular: "Cardenal Fresno oró porque teólogos no se aparten de su rol", aparece en la página 4 de crónica.

"El Mercurio": También se centra en un aspecto de la noticia que se aprecia en el título: "Llamado del Cardenal Fresno: Teólogos no deben ser sociólogos ni políticos". Información destacada de la página 5 del cuerpo "C".

"Las Ultimas Noticias": "El Cardenal Fresno pidió a todos respetar la vida y convivir en paz", el título muestra claramente otro enfoque del tema.

Cabe señalar que ni "La Tercera" ni "La Cuarta" consignaron la noticia en ninguna de sus páginas, lo que resulta inexplicable por tratarse de un hecho ocurrido en Santiago, en horas de la mañana.

#### COMENTARIO.

En cuanto a ubicación, la mejor es la de "La Discusión", que la destaca en su última página (recordando que para este diario esa es su página de noticias nacionales), seguido de "Las Ultimas Noticias".

En cuanto al contenido, se agrupa en dos bloques. Por un lado "El Mercurio" y "La Nación", que tocan un aspecto de la intervención como es el rol del sacerdote (que no sea político ni sociólogo).

En tanto, "Las Ultimas Noticias" y "La Discusión", se dirigen a resaltar otro aspecto, cual es el de la defensa de la vida y el respeto mutuo.

No se dan diferencias en cuanto a un "trato regional" de la noticia, sino que las diferencias de enfoque se producen por otros motivos.

En síntesis, es posible afirmar en base a las informaciones y al día escogido, que la prensa regional tiende a informar mejor sobre los sucesos regionales que la prensa nacional. Mientras, no es perceptible una diferencia en el trato de una información nacional dada por medios regionales o medios nacionales.

#### IV. LA RADIO REGIONAL.

##### 1. Descripción del Sistema Regional.

El sistema de radio de la Octava Región está constituido por un total de cuarenta emisoras, de las cuales 21 son AM y 19 FM. De ese total, 20 radios respondieron un cuestionario enviado por el Consejo Regional del Colegio de Periodistas de Concepción, inquiriendo datos básicos de cada emisora y solicitando la programación.

Gran parte de estas radios se concentran en la ciudad de Concepción -18 de ellas-; en segundo lugar se encuentra Chillán, con siete; en tercer lugar, Los Angeles, con cuatro; Talcahuano, con tres, y Lota, Tomé, San Carlos, Lebu, Mulchén, Cañete, Curanilahue y Laja, con una radio cada una.

Desde el punto de vista de los concesionarios de estas emisoras, más de la mitad son particulares (52,5%); luego vienen las sociedades (27,5%); y en tercer lugar, las universidades, ya que en la Región hay cinco frecuencias concedidas a establecimientos de educación superior: una AM a la Universidad del Bío-Bío, y cuatro a la Universidad de Concepción (AM y FM en la capital penquista y AM y FM en Chillán). El Estado tiene dos frecuencias (Radio Nacional AM y FM), y la Iglesia Católica opera la Radio El Sembrador AM, en Chillán.

La potencia de estas radios es, en general, baja. Entre las radios AM, sólo 5 tienen una potencia superior a los 5 KW. La mayoría tiene 1 KW de potencia y 4 poseen menos de 1 KW. Entre las FM, la proporción se mantiene: 4 radios con más de 5 KW, 11 con 1 KW y 4 con menos de 1 KW. Por lo tanto, se trata de emisoras de carácter local o provincial, y algunas, de ámbito regional, como la Bío-Bío, Radio Universidad de Concepción, la Talcahuano, la Almirante Latorre.

Las radios de la Octava Región expresan financiarse exclusivamente por medio de la publicidad, que obtienen directamente de los anunciantes a través de sus propios vendedores ("pequeño aviso local", como calificó un ejecutivo radial), o de agencias de publicidad de la Región, y en menor grado, de agencias de Santiago. Entre las emisoras que respondieron el cuestionario, sólo una -la Radio Universidad del Bío-Bío- admitió financiarse con otros aportes no publicitarios.



La obtención de avisaje publicitario local o provincial (ya que el aporte de Santiago es débil), fue descrita por los gerentes como tarea difícil. Por tal razón, no resulta fácil explicarse cómo en las provincias que integran la Región pueden convivir 40 emisoras radiales, en el supuesto que de alguna manera se manifieste allí la tendencia nacional de otorgar menores recursos publicitarios a la radio, en comparación con otros medios. Como en este primer diagnóstico no hubo oportunidad de indagar más sobre financiamiento y publicidad, sugerimos que en el futuro se profundice este tema tan decisivo para el sistema de radio.

Desde el punto de vista del número de personas que trabaja en cada estación, la mayoría de ellas se situó en el tramo de las que tienen entre 1 y 10 empleados; en segundo lugar, se encuentran las radios que emplean entre 11 y 20 personas, y sólo dos afirmaron contar con un equipo de más de 21 personas.

Trece emisoras declararon no poseer Departamento de Prensa ni contar con periodistas; cinco manifestaron tenerlo, y el resto, no respondió. Sin embargo, entre las que dijeron no tener servicio de prensa, algunas presentan informativos en la programación, lo que indica que se nutren de la lectura de los diarios frente a los micrófonos y de noticias y boletines que personas e instituciones hacen llegar a la radio. Más aún, una lo manifiesta explícitamente: "A las 10:30/ 11:00 horas se leen los titulares de la prensa de Santiago, Los Angeles y Concepción ..."

Esto nos permite deducir que la prensa escrita regional y nacional tiene una doble emisión. Y que las radios locales, provinciales y regionales no llegan a reflejar cabalmente la realidad informativa de las comunidades en que están insertas a través de una eficiente cobertura periodística. O por lo menos, no lo hacen con toda la riqueza que una radio regional permitiría. Hay emisoras que a través del llamado "servicio a la comunidad", difunden los denominados "mensajes": recados, citas, avisos, defunciones, etc. que tal vez reflejen mejor que las noticias formales el día-a-día y las inquietudes de los sectores populares, ya que son éstos los que recurren a los "mensajes". La radio líder en la región en ese sentido es la Almirante Latorre de Talcahuano, la decana, con más de cincuenta años de existencia.

El periodismo radial no constituye actualmente una fuente de trabajo importante para los profesionales de la Octava Región, como lo fue en su época de apogeo, a fines de la década del 60, principios del 70. Pero podría llegar a serlo, en la medida que el repunte que se observa en algunas radios de Concepción se extienda a otras. Para ello, serían también necesarios cambios en las variables contextuales, políticas y económicas, que inciden en la vida de las emisoras, nacionales y regionales.

Si bien la cobertura de las noticias regionales y locales, es general, insuficiente por carencia de personal, los habitantes de la Octava Región reciben abundante oferta de noticias nacionales e internacionales. Once de las radios que respondieron la encuesta, entran en cadena con emisoras de carácter nacional a la hora de los informativos, integrando las redes de Cooperativa, Chilena, Minería, Portales, Nacional y Agricultura, lo que también hacen en la programación deportiva. Una lo hace con una radio regional.

Las radios que entran en cadena son: Proyección de Curanilahue, con Gabriela FM de Concepción; Nuble de Chillán, con Radio Nacional y Agricultura de Santiago; El Sembrador de Chillán, con Chilena de Santiago; Isabel Riquelme de Chillán, con Portales de Santiago; Almirante Latorre de Talcahuano, con Minería de Santiago; Talcahuano de Talcahuano, con Chilena; Teniente Merino de Lebu, también con Chilena; Tomé de Tomé, con Cooperativa; Bío-Bío de Concepción, con Portales; Caracol de Concepción, con Minería.

El panorama radial de la Región se caracteriza -por una parte- por un gran número de emisoras de pequeño porte, de carácter local o provincial, de poca potencia, difícil financiamiento y escaso personal. El fenómeno FM, cuyas concesiones se otorgan con profusión a partir de los años 79/80, nos resultó difícil de penetrar, pues fueron estas radios las que menos se sensibilizaron a nuestra investigación.

Como contrapartida, existen emisoras de mayor potencia, de cobertura regional, alto rating, abundante personal y estructura más moderna, cuyo prototipo es la Radio Bío-Bío de Concepción.

La Bío-Bío de Concepción, primer lugar en sintonía, pertenece a los mismos propietarios de Radio El Carbón de Lota AM y Gabriela FM (Concepción): la familia Mosciatti. En cuanto a su programación, la Radio aplica la fórmula exitosa de las radios santiaguinas de música + noticias, la que matiza con publicidad y servicios. Tiene un Departamento de Prensa cuyos periodistas se desplazan ágilmente al lugar de la noticia, graban entrevistas e introducen cuñas en los informativos, reinyectando dinamismo al periodismo radial penquista. La emisora entra en cadena con Portales a las 7:30 - a las 20:00 y a las 00:00 horas, brindando a sus auditores informativos nacionales y regionales. Desde el punto de vista de la publicidad, sus tarifas están entre las más caras de la Región.

De estas radioemisoras de la VIII Región, presentamos tres en forma detallada: Almirante Latorre de Talcahuano, la más antigua, de carácter netamente popular; Radio Universidad de Concepción, la emisora cultural por excelencia en el Sur del país; e Inés de Suárez de Concepción, radio regional, que no forma parte de cadenas y que se dice en busca de una identidad regional.

### 1.1. Almirante Latorre: La Decana.

Radio Almirante Latorre de Talcahuano es la más antigua de la Región. Nació el 14 de agosto de 1934; cumplió 51 años de existencia. Alejandro Deij Salazar, su actual propietario, recuerda que en 1946, cuando él llegó a la zona, arrendó la radio por 13.500 pesos de la época. En ese entonces, afirma: "existían radio El Sur, que desapareció después de 1973; radio Zenith, que después se transformó en la Voz Regional y más tarde, en Simón Bolívar, y por último, radio Cóndor, que se llamó después Cooperativa Vitalicia y ahora es la actual radio Caracol". Por aquel entonces, radio Almirante Latorre se llamaba "Radio Cultura".

Por aquel entonces, también existían horarios de transmisión y es así como la Almirante Latorre estaba autorizada para hacerlo de 12:00 a 14:30 horas y en la noche de 20:00 a 21:30 horas, según lo estipulaba el decreto de concesión con fecha de 1934. En la actualidad, sus transmisiones abarcan desde las 6:30 a las 0:30 horas de lunes a sábado, y de 7:00 a 22:00 horas los domingos.

Radio Almirante Latorre tiene una potencia de 1 KW, cubriendo toda la Octava Región; su mayor llegada comprobada es en las localidades rurales, donde se sintoniza perfectamente.

Entre en cadena con Radio Minería de Santiago para la transmisión de programas informativos.

Un total de veinte personas trabajan en forma estable.

La radio se financia principalmente a través de avisaje, principalmente de carácter local, que es recolectado por sus propios publicistas y avisos que llegan a través de agencias de Concepción y de Santiago. No recibe ningún tipo de aporte que no sea publicitario y tampoco vende espacios radiales.

Alejandro Deij sostiene que "la radio es comercial; si nosotros no ganamos dinero no podemos financiarnos, sin embargo, en estos tiempos es difícil hacerlo, pues la televisión se lleva el 70 por ciento del presupuesto publicitario que antes nos repartíamos entre todos". Pero expresa que la radio "nunca ha sido un buen negocio y me nos ahora, pese a que este es el único país con un alto porcentaje de receptores de radio por habitante y de emisoras que transmiten a lo largo y ancho".

Según Deij Salazar, la programación de la radio es "para todos los gustos", si bien reconoce que su público mayoritario es el pueblo y los sectores campesinos de la región, que han hecho que la radio figure en el cuarto lugar de las preferencias regionales de radios AM, según encuesta de TESMERC.

Alrededor de un 90 por ciento de la programación es producida en la emisora y cerca de un 60 por ciento es vendida. La mayor parte de los programas son en vivo (es decir, se realizan en directo desde los estudios), pero la radio no cuenta con auditorio por el momento, aunque ese es uno de los planes de la emisora para los próximos meses, así como integrar un radioteatro, en lo posible regional.

Una de las características más notables de la radio Almirante Latorre y que pueden explicar su sintonía en los medios populares, es la cantidad de programas de servicio que emite. Algunos de éstos son: Banco de Pobres, Boletín de Entidades Comunitarias de Talcahuano (de 13:00 a 13:30 hrs), Servicios a la Comunidad (de 14:00 a 14:20 hrs.), y México Canta, espacio de dos horas de duración que combina la dedicación de discos de música mexicana, con mensajes de diverso tipo dirigidos a personas que viven en diferentes puntos de la región.

La retroalimentación que recibe la radio es grande. Llamados telefónicos y cartas son las formas más comunes que tienen los auditores de manifestar su opinión. Muchos de los mensajes que se leen en la radio son escritos por los mismos solicitantes sin alterárseles, por lo general, la redacción.

El fuerte de la programación se centra en los espacios de música popular, que en la radio son variados y para todos los gustos; los noticieros y, actualmente, una radionovela que hace poco se empezó a transmitir. Además, cuenta con espacios religiosos, abiertos a todos los credos, a excepción de la Iglesia Católica "que tiene sus propios medios de información".

El Departamento de Prensa de la radio cuenta con dos periodistas, uno de los cuales cubre las fuentes habituales de información: Municipalidad, policía, Investigaciones. Además, algunas instituciones envían sus noticias a la radio.

Los programas noticiosos son elaborados por la propia emisora, además de aquellos que se transmiten en cadena con Radio Minería.

Según Deij Salazar, "se destaca lo bueno y se critica lo malo, porque esta radio siempre se ha caracterizado por luchar por el adelanto de Talcahuano. Y el Puerto nos ha respondido cada vez que hemos hecho cualquier campaña de ayuda. Cuando llegué, Talcahuano tenía 30 mil habitantes, ahora tiene más de 250 mil y la gente sigue siendo cooperadora, pese a que la mayor parte es modesta y de escasos recursos".

## 1.2. Una Emisora Universitaria.

La Radio de la Universidad de Concepción obtuvo su concesión en 1957; contaba entonces con AM y una potencia de 10 KW, además de Onda Corta con igual potencia, que por falla de repuestos dejó de salir en 1984. También posee FM con 1KW.

Su área de cobertura se extiende desde Parral por el Norte, hasta Collipulli por el Sur. Nunca ha entrado en cadena con ninguna emisora capitalina o de la región.

La radio posee, además, la Emisora Isabel Riquelme de Chillán que le fue donada por Alfonso Lagos Villar.

Trabajan en esta emisora dieciocho personas.

Se financia básicamente por avisaje. En 1974 se abrió la posibilidad de realizar publicidad institucionalizada (de decir, avisos de industrias grandes). Entre 1977 y 1980, el monto mensual del aviso ascendía a 700 mil pesos; en la actualidad sólo llega a 150 mil pesos.

Existe una relación interna en la coordinación publicitaria: los contactos se realizan por llamados telefónicos, y ofrecimiento de auspicios. Los avisos se confeccionan en la misma radio.

La radio destina anualmente un millón de pesos (aporte universitario) para la mantención, renovación de equipos y pago de personal.

Un 80 por ciento de la programación es de la radio. Siete programas son comprados y por el momento no se vende ninguno. En otra época se realizaba un programa especial para las radios del Sur de Chile, pero por costos de transporte se suspendió.

Existen programas hablados, pero muy cortos. No se realizan programas en vivo.

Cuenta con los habituales servicios a la comunidad y la radio se orienta más bien a la información universitaria.

Mediante cartas y llamados telefónicos, los auditores sugieren temas y participan en algunos espacios musicales. Mensualmente reciben alrededor de diez cartas desde el extranjero.

Lo básico en la programación es la música selecta y la folklórica ya que, a juicio de su Director Carlos Godoy Rocca, es importante que el auditor se vaya perfeccionando en el conocimiento de la música selecta, y mejorar también sus conocimientos históricos y de literatura.

Desde 1982 la radio no tiene Departamento de Prensa. Entre 1968 y 1971, su Departamento de Prensa era el más completo de las radios de su época en la región, pues contaba con 5 reporteros y un jefe de prensa. Después, por motivos económicos se suprimieron los espacios informativos, remitiéndose sólo a informar de las actividades universitarias. Esa labor la realiza un periodista y la División de Comunicaciones de la Universidad colabora con informaciones de todas las facultades.

El informativo es diario, dura veinte minutos y se difunde entre las 13:15 y las 13:45 hrs. Es leído por dos locutores y cuenta con una libreta central, despachos directos desde la Universidad y notas con cuñas.

El 14 de septiembre de 1959, Radio Universidad de Concepción inició sus transmisiones. Su objetivo era difundir programas educativos a distancia, fundamentalmente programas destinados a la alfabetización (objetivo que no se logró).

Radio Universidad de Concepción fue la primera FM stereo de la zona Sur del país, en la década del '70. Además, fue la primera en transmitir en inglés, ruso y castellano hacia el exterior con programas descriptivos, musicales e históricos entre 1974 y 1976 mediante su onda corta.

La línea de la radio la sugiere la Dirección de Extensión de la cual depende administrativamente, en tanto las pautas generales las dicta la División de Comunicaciones.

La radio cuenta con un asesor musical (Licenciado en piano) quien aconseja la música selecta a difundir en AM y FM. La radio de la Universidad de Concepción es la que posee la mayor discoteca de música selecta en Chile, que asciende a 5 mil discos donados por Malvina de Rosenrauch, más 12 mil discos, junto a una enorme cantidad de cintas. También tiene gran cantidad de música folklórica.

La radio cuenta con tres locutores fijos y seis controles técnicos, más un Ingeniero de Ejecución en Electrónica que el jefe de control.

En la sección programación tiene un asesor musical y programador discotecario.

Tiene 17 horas de programación con 24 programas diarios con espacios como Horizontes de Chile (cultural) y Revisando el Archivo. Además de musicales juveniles, música popular e instrumental.

### 1.3. Radio Inés de Suárez.

Radio Inés de Suárez de Concepción fue fundada el 11 de mayo de 1969. Su nombre anterior era "Araucanía". Su propietaria legal es la Sociedad Radio Inés de Suárez Ltda., integrada por Rafael Arjona Martínez, con un 90 por ciento de las acciones; Enrique Arjona Martínez, con un 5 por ciento; y Juan Aischliman Del Solar. La actual sociedad adquirió los derechos en octubre de 1984 a la propietaria anterior, una sociedad a la que también pertenecían los hermanos Arjona.

La potencia de Inés de Suárez es de 5 KW, pero sólo utiliza 2 por falta de equipos. Sus ondas cubren toda la provincia de Concepción. La sociedad no posee otras radios, sin embargo, tiene la concesión de una emisora de frecuencia modulada que no funciona por falta de recursos.

Sus dueños tienen en proyecto ampliar la potencia ocupando los 5 KW, para lo cual se requiere adquirir nuevo transmisor, o poner en funcionamiento la FM. El problema financiero es el principal obstáculo para materializar uno de estos proyectos. Para ello se requerirían entre 50 a 100 mil dólares.

Inés de Suárez no ha entrado ni piensa entrar en cadena con otras emisoras regionales o nacionales. Sus directivos manifiestan buscar "ser una emisora netamente regional, en que el personal y la programación sean nuestros. Queremos mantener nuestra identidad propia y no nos gusta vestimos con ropaje ajeno".

En la emisora trabajan 22 personas en total; entre ellas, 5 locutores. Dentro del personal técnico se cuenta con dos ingenieros electrónicos.

Inés de Suárez se financia sólo por publicidad. No hay aportes personales ni de instituciones. Obtiene la publicidad a través de agencias. Rafael Arjona informó que "de las cien agencias que existen en el país, trabajamos con 20 de ellas". Además, se cuenta con vendedores locales y buscan publicidad nacional y local.

Arjona calificó como período muy difícil en materia publicitaria los años 1982 y 1983, pero a fines de 1984, la situación mejoró. La competencia es muy fuerte y la tarifa actual de esta radio es de 18.500 pesos los 20 segundos de publicidad.

La Radio Inés de Suárez funciona las 24 horas y toda la programación es preparada en la misma radio. No usan programas envasados y no venden espacios. "Nunca ha sido práctica de la radio y esperamos no llegar a eso, porque deteriora la imagen y desordena la programación y además, es como competir dentro de la radio".

La programación es en vivo desde las 6 de la mañana y hasta las 24 hrs. Sólo es grabada desde las 00:00 hrs. hasta las 6 de la mañana, en que sólo queda radiocontrol.

La emisora tiene 18 horas de música y el resto del tiempo son noticias y avisos. "Considero que es un equilibrio dentro de una emisora".

Como servicio a la comunidad, varias veces al día se entrega un boletín informativo con horarios de trenes, la hora, salida de aviones, llegada de buses y una serie de datos actualizados para el auditor. Se dan a conocer, también, notas necrológicas.

"El público tiene acceso a la radio", expresó Rafael Arjona. Hay un programa, "Qué pasa en mi ciudad", a las 13:45 y a las 15:00 hrs., en que se difunden notas, crónicas, denuncias y opiniones del público. Este tiene acceso mediante llamados telefónicos, visita personal a la emisora o escribiendo cartas.

En el aspecto cultural, se dan a conocer notas de arte, lugares de exposiciones y se hacen entrevistas a artistas. Se respaldan, a veces, campañas culturales.

Inés de Suárez tiene Departamento de Prensa que cuenta con dos periodistas colegiados: Luis Aguilera Chanet -autodidacta- Jefe del Departamento de Prensa, y Carlos Alarcón.

Las informaciones se obtienen mediante reporteo directo en terreno y recorrido por fuentes habituales de la noticia.

Hasta hace poco tiempo contaba con servicio activo de Agencia Orbe, pero actualmente suspendido por razones económicas. Está en trámite posible contrato con Agencia UPI.

Hay dos bloques noticiosos diarios: 13:15 a 13:45 y de 20:00 a 20:30 hrs. Aparte, hay despachos en cualquier instante desde el lugar de la noticia.

Hay un programa deportivo que sólo transmite partidos DIMAYOR, Basquetbol de fin de semana.

Hay, además, notas de magazine para el programa grabado de las 00:00 hrs. a las 6:00 de la mañana.



Los domingos se transmite sólo un programa periodístico de 20:00 a 20:30 hrs.

Por la falta de personal no ha sido posible concretar iniciativas como mesas redondas en que se puedan abordar temas polémicos y desde distintos puntos de vista.

No hay censura de parte de la radio, salvo la autocensura que se adopta en la generalidad de los medios.

## 2. Análisis de los Noticiarios Radiales.

Se analizó una muestra de informativos radiales de Concepción. El objetivo fue cuantificar las noticias de acuerdo a su carácter (internacional, nacional, regional, provincial), para determinar la jerarquía que le otorgan las radios a los distintos tipos de noticias. Se pretendía, además, determinar cuál era el esquema de ordenación del material informativo, el sistema de locución, el uso de recursos periodísticos como entrevistas, cuñas grabadas, etc., en fin, todas aquellas pistas que nos permitieran establecer padrones de profesionalidad. Se eligieron los noticiarios de mediodía, por ser los más extensos y representativos.

Los noticiarios analizados fueron los siguientes:

- Radio Interamericana: "Telenoticias" (en cadena con Agricultura).
- Radio Inés de Suárez: "Todas las Noticias" (propio)
- Radio Bío-Bío : "Radiograma" (propio)
- Radio Almirante Latorre : "Boletín Latorre" (propio)

Los cuatro correspondieron al viernes 16 de agosto de 1985, en horario de mediodía.

### Radio Bío-Bío: "Radiograma"

Horario : 13:30 a 14:00 hrs. (luego entra en cadena con Radio Portales de Santiago).

Esquema : Dos locutores leen las noticias que se presentan en bloque local, nacional, internacional, deportes y noticias locales con testimonios.

Fuentes : Departamento de Prensa (dos periodistas) y teletipos AP y AFP.

La primera parte es totalmente boletinesca. Es decir, se detallan anuncios de conferencias, exposiciones, reuniones, como minuta y en tre medio aparecen dos o tres noticias locales.

Después están las informaciones nacionales (algunas transcritas de la Portales y el resto provenientes de cables).

Luego las internacionales y las deportivas, terminando con las locales con cuñas grabadas.

Se destacó el trabajo narrativo que realizó el periodista con ocasión del lanzamiento de la Barcaza Chacabuco en Talcahuano, la noticia más importante del día, de acuerdo al peso que le otorgaron todos los noticiarios.

Del análisis hecho al programa se desprende que:

De un total de 44 informaciones, 22, o sea el 50%, fueron locales, siendo las restantes:

- 9 de Santiago
- 4 nacionales (resto del país)
- 9 internacionales.

No obstante, de estas 22 informaciones locales, tan sólo 7 eran noticias propiamente tales, mientras que las restantes fueron boletines o anuncios.

De esto se puede concluir que en apariencia, la cobertura local no es completa pese a ser la única radio de la región que cuenta con tres periodistas.

#### Radio Inés de Suárez: "Todas las Noticias"

Horario : 13:15 hrs.

Esquema : Dos locutores que leen informaciones sin mayor estructura.

Falta orden en la presentación de las noticias. No se aprecia mayor jerarquía ni a nivel local, nacional ni internacional; se entrega el material informativo, incluso, otorgándose mayor cantidad de tiempo a noticias irrelevantes (como en esta ocasión, una candidata a Miss Mundo que posó desnuda). En medio del bloque noticioso, se presenta una tanda comercial.

De las 26 noticias difundidas, sólo 4 son regionales, concentrándose en Santiago la mayoría (11), luego 9 internacionales y dos del resto del país. En lo internacional llamaron la atención dos notas, a las que se le dió mucho espacio y que las otras radios ni siquiera consiguieron.

Radio Almirante Latorre:

Horario : 13:00 hrs.

Parte con un Boletín de entidades comunitarias de Talcahuano, con avisos de reuniones, citaciones, etc.

La parte informativa es larga y un tanto monótona pues utiliza un solo locutor.

De un total de 38 noticias difundidas:

- 13 son de la región
- 10 de Santiago
- 7 nacionales
- 8 internacionales.

También se analizó el noticiario de Radio Interamericana, "Telenoticias" de Radio Agricultura de Santiago, donde hubo dos noticias de la Octava Región.

Como conclusiones de este análisis, se extrajeron las siguientes:

- Mal aprovechamiento del material en lo que a cobertura regional se refiere.
- Falta de estructura definida en algunos noticiarios.
- Falta de agilidad en algunos casos.
- Exceso de noticias internacionales en todos los casos, en desmedro de lo nacional, regional y local.
- En lo general, se puede decir que el noticiario local no tiene un carácter definido ni una identidad propia que lo haga distinto (por lo menos no se percibió en los casos analizados).
- La falta de personal periodístico en las radios afecta en la ausencia de criterios para evaluar y dinamizar las noticias.

EMISORAS DE RADIO DE LA VIII REGION

1. Radios de Concepción

Bío-Bío (AM)

Caracol (AM y FM)

Inés de Suárez (AM y FM)

Interamericana (AM)

Nacional (AM y FM)

Nueva (AM)

Universidad de Concepción (AM y FM)

Universidad del Bío-Bío (AM)

Colomba (FM)

Dimensión (FM)

El Conquistador (FM)

Feminia (FM)

Gabriela (FM)

Sinfonía (FM).

2. Radios de Talcahuano

Almirante Latorre (AM)

Talcahuano (AM)

Oceanía (AM)

3. Radios de Tomé

Tomé (AM)

4. Radios de Lota

El Carbón (AM)

5. Radios de Chillán  
El Sembrador (AM)  
Isabel Riquelme (AM y FM)  
Ñuble (AM)  
Alborada (FM)  
Contacto (FM)  
Preludio (FM)
6. Radios de Los Angeles  
Agricultura (AM y FM)  
O'Higgins (AM)  
Girasol (FM)
7. Radios de San Carlos  
Central (AM)
8. Radios de Lebu  
Teniente Merino (AM)
9. Radios de Mulchén  
Lincoyán (AM)
10. Radios de Cañete  
Millaray (AM)
11. Radios de Curanilahue  
Proyección (FM)
12. Radios de Laja  
Paula Jaraquemada (FM)

NUMERO DE EMISORAS

Concepción:

AM .... 8  
FM .... 10

Tomé:

AM .... 1

Chillán:

AM .... 3  
FM .... 4

San Carlos:

AM .... 1

Mulchén:

AM .... 1

Curanilahue:

FM .... 1

Talcahuano:

AM .... 3

Lota:

AM .... 1

Los Angeles:

AM .... 2  
FM .... 2

Lebu:

AM .... 1

Cañete:

AM .... 1

Laja:

FM .... 1

AM .....	:	21
FM .....	:	<u>19</u>
TOTAL .....	:	40 emisoras

V. LA TELEVISION REGIONAL.

1. Canal 5 de Concepción.

Canal 5 pertenece a la Corporación de Televisión de la Universidad Católica de Chile y es el único Canal autónomo que posee dicha Corporación. Esto significa que puede emitir sus propias señales para salir al aire, por lo cual transmite programas propios, en diferido y en directo con Canal 13 de Santiago.

Nació el 8 de Febrero de 1973. La Corporación de Televisión de la Universidad Católica tenía intenciones de extender sus emisiones a provincias y es así como con la existencia de una repetidora en San Fernando, se presentó la posibilidad de contar con un Canal autónomo en Concepción, gracias a la existencia en la zona de una Sede de la Universidad.

Sus inicios fueron bastante limitados en el aspecto técnico, pues no se contaba con la señal en directo, lo que obligaba a transmitir los programas en diferido. En la actualidad, es una mezcla de las dos cosas, pues transmite algunos programas en directo con Santiago (como espectáculos deportivos, programas periodísticos, "Almorzando en el Trece", la telenovela, "Teletrece", "Cine en su Casa" y otros programas de día sábado, como "Sábados Gigantes"). En tanto, en Concepción se realizan los informativos, segunda parte de "Teletrece", "Telecinco", el "Teletiem po" regional, el "Telebingo" y la continuidad.

Canal 5 extiende su cobertura por toda la provincia de Concepción (con sus nueve comunas) y parte de la provincia de Arauco, más algunas zonas de Bío-Bío y Ñuble.

El primer Director del Canal fue Carlos de la Sotta y desde marzo de 1975, Andrés Egaña está a su cargo.

Refiriéndose a los avances experimentados en los últimos años, Andrés Egaña los divide en tres etapas:

- una primera que parte en Septiembre de 1975, caracterizada por un gran despegue técnico, donde se modernizan muchos de los equipos;
- luego, con el advenimiento del color, el canal regional se adapta y en breve tiempo reemplaza sus cámaras adecuándose a la nueva etapa;

- una tercera etapa, Egaña la denomina como de implantación técnica, culminando el proceso anterior, con lo cual se abarca completamente la provincia de Concepción. Aquí también se cuenta permanentemente con la señal de Canal 13 y con la posibilidad de enviar las noticias más importantes de la región para que salgan en directo en Santiago.

El Canal regional cuenta con su propio Departamento de Prensa, en el cual trabajan ocho periodistas (considerando los de planta y los free lancer).

Las políticas generales de la Corporación determinan los marcos en que se rigen los informativos en su contenido, pero en el caso del Canal 5 -enfatisa Egaña- "lo que aquí en Concepción es noticia, puede no serlo para Santiago; sin embargo, eso lo decidimos nosotros, considerando la trascendencia que tenga un hecho para la comunidad a la que llegamos". Añade que "Telecinco" es una dosificación de noticias regionales, nacionales e internacionales, "porque a la gente le interesa saber de todo lo que está pasando y estamos conscientes de que si ponemos sólo noticias nacionales no nos vería nadie".

En este sentido Egaña indica que es difícil determinar si "identificamos realmente o no a la comunidad penquista, pero creemos que sí; una persona a cargo de un medio de comunicación nunca puede estar satisfecha de lo que se hace porque con ello se estanca".

### Financiamiento.

Canal 5 cuenta con dos fuentes de financiamiento:

- Publicidad regional: de clientes locales
- Publicidad nacional: que es la que vende la Corporación como red.

Sin embargo, Andrés Egaña considera que el afán de centralismo y "el estar bajo el paraguas de una Corporación, limitan al Canal, lo que se traduce en dificultades de orden técnico".

Expresa que las tarifas del Canal regional comparadas con las de la red central, corresponden aproximadamente a un 6% del valor de aquellas. Es decir, un aviso en horario de Primera Serie Nocturna con duración de 20 segundos cuesta -en la red central (Canal 13 de Santiago, 8 de Valparaíso, 5 de San Fernando, 8 de Talca y 13 de Chillán)- \$ 185.480.- sin IVA. Uno similar, mismo horario y duración pero sólo de la red Concepción-Talcahuano, tiene un valor de \$ 18.550.- sin IVA.



Si Canal 5 tuviera que vivir de la publicidad local, "nos alcanzaría para estar a flote tres meses". No obstante, Egaña se muestra optimista pues indica que el mercado tiende a aumentar porque "la gente tiene conciencia de que éste es un medio regional y hay que apoyarlo". Aún así, reconoce que el avisaje regional nunca supera el 25 % del volumen total.

Para Andrés Egaña "los grandes medios nacionales han absorbido los regionales con lo cual la realidad de éstos se ha visto seriamente perjudicada". En su opinión, las industrias locales y aquellas nacionales que tienen mercado en esta zona deberían invertir una proporción igual a la que venden, en publicidad local.

### Programación.

La programación de Canal 5 se estructura alternando los programas de Santiago, que no todos se transmiten en directo. Esta es casi idéntica salvo en los noticiarios, en el tiempo y en la continuidad.

Refiriéndose a la posibilidad de crear más espacios regionales, Egaña dice que está en estudio, pero que por ahora no es posible por falta de recursos económicos, técnicos y humanos.

"En cuanto a programas, hemos pasado por varias etapas; tuvimos un programa que iba después de almuerzo, "Buenas Tardes"; otro deportivo, "Facetas Deportivas"; uno infantil, "El Rincón del tío Alvaro"; otro misceláneo periodístico, "Encuentro"; todos ya cumplieron su ciclo y posiblemente en un futuro no lejano podamos realizar alguno similar u otro que sea necesario".

En cuanto a las perspectivas que le ve al Canal, Egaña indica que "son positivas, creo que es un medio que se ha ido consolidando, identificándose con la región, y adquiriendo una presencia avalada por sus diez años de existencia. Nos queda mucho por recorrer total vía ..."

## 2. Breve Análisis de "Telecinco".

Horario: 20:30 a 21:30 hrs.

Día : Lunes 2 de Septiembre de 1985.

Presentación: Dos locutores (un hombre y una mujer, que por lo general se turnan) leen los principales titulares. Luego de una pausa comercial, se pasa al desarrollo.

Primera Parte:

- Reasume el Intendente (Nota de partida, muda)
- Elecciones en la FEC (Nota con periodistas y entrevista)
- Nota deportiva (con una entrevista regional)
- Salud de Alessandri (Santiago, nota con periodista)
- I.P.C. (Nota de Santiago, conferencia de prensa)
- Juan Carlos Délano comenta información (Nota muda, Santiago)
- Ministro del Interior, pronunciamiento sobre acuerdo nacional (Nota periodística con entrevista, Santiago)
- Biccicross (delegación penquista en otra ciudad, nota muda)
- Agua Potable para Florida (Reportaje regional, periodista en la zona y entrevista)
- Ministro de Educación; proyecto de Ley disciplina estudiantil (Santiago, conferencia de prensa).

De este primer bloque que dura aproximadamente veinte minutos, el porcentaje de noticias regionales y nacionales es el mismo, es decir, 50% c/u.

Segunda Parte:

- Cursos de Capacitación Universidad de Concepción (Muda, conferencia de prensa)
- Complejo educacional Los Lobos de Talcahuano (Imagen, periodista relata)
- Fútbol (Comentario local con periodista en cámara)
- Caso de los degollados: Cánovas se declara incompetente (Nota periodística de Santiago, con declaraciones)
- Salud Sonia Viveros (sin imagen, locutor en cámara)
- Aniversario Liceo Técnico de Talcahuano (Imagen, voz locutores)
- Muerte de tres obreros, accidente en Bulnes (Nota sin imagen, locutor en cámara)
- Confirman al Vice Comandante de Ejército (Nota con voz locutor, Santiago)
- Visita de Héctor Riesle a Pinochet (Imagen, voz locutor, Santiago).

En la Segunda Parte, hubo cuatro noticias regionales, un comentario local y cinco informaciones de Santiago, manteniéndose la proporción registrada antes.

### Tercera Parte:

- Noticias internacionales con Bernardo de la Maza
- Asalto a agencia de noticias (Imagen y voz locutor de Santiago)
- Caso Tucapel Jimenez (Periodista entrevista a abogado, Santiago).

Y con esto finaliza. En total hubo seis noticias internacionales más dos de Santiago. No hubo regionales.

Con esto se concluye que de un total de 28 informaciones, 10 fueron locales, 12 de Santiago, y 6 internacionales. Lo que se ajusta a lo afirmado por Egaña en el sentido de mantener el equilibrio. Sin embargo, se aprecia un trato poco creativo en la información regional en lo que se refiere a imagen, en tanto que las informaciones en sí son las tradicionales. Se nota una ausencia de búsqueda de otras informaciones que pueden generarse en la región. Se concentra todo entre Concepción y Talcahuano, pero falta más presencia regional o por lo menos provincial. Lo cual puede explicarse por la carencia o escasez de medios.

En cuanto al resto de la programación, la mayor parte de los programas son los de Canal 13 a excepción de "Teletrece" (en su parte regional, que no dura más de diez minutos), "Telecinco", "Teletiempos", "Telebingo", y continuidad.

Por ejemplo, de un total de trece programas transmitidos de lunes a viernes por Canal 5, tres son regionales, en tanto los otros son de Santiago. En cuanto a si son en directo o en diferido se puede afirmar que: entre siete y ocho (depende el día) se transmiten en directo; el resto en diferido, sobre todo las seriales envasadas. El día sábado, hasta "Sábados Gigantes", se transmite en directo; los programas nocturnos, en diferido. El día domingo, todos a excepción de "Cine Misterio", se transmiten en directo.

## VI. CONCLUSIONES.

Este estudio es el primer intento de conocer la realidad regional de los medios masivos de comunicación y de los comunicadores de la zona. Se realizó en Concepción, una de las mayores ciudades de Chile y abarcó a la totalidad de los medios masivos de la Octava Región. Fue un esfuerzo conjunto de una entidad gremial regional, como el Colegio de Periodistas, de una entidad de desarrollo regional, como INPRODE y de una entidad de estudios de carácter nacional, CENECA.

El trabajo involucró el esfuerzo de comunicadores de la zona que desplegaron su conocimiento sobre la realidad regional y lograron identificar y recopilar informaciones que no habían sido ordenadas ni sistematizadas antes con un propósito como el presente. También se combinó con la participación de investigadores de CENECA que habían tenido experiencia previa en el diagnóstico de realidades de los medios masivos de comunicación a nivel nacional y regional, y que se trasladaron regularmente a la zona para contrastar y trabajar allí con los profesionales de la Octava Región.

Sin duda, no habría sido posible este resultado sin el apoyo de INPRODE y sin la colaboración de las propias empresas propietarias de los medios locales, quienes facilitaron antecedentes para el estudio. También ha sido de gran valor la información entregada por el Colegio Regional de Periodistas respecto de sus afiliados.

Sin embargo, el resultado no es alentador.

A pesar de lo limitado de algunos datos obtenidos, puede decirse que la situación de los medios a nivel regional y de los periodistas de la zona, no es buena.

El centralismo y por consiguiente la falta de políticas de desarrollo regional, se reflejan en este estudio. Aparece como preocupante la excesiva dependencia informativa de la región respecto de los medios nacionales. Es notorio como los medios de la región mantienen una diaria lucha por la subsistencia y deben competir muchas veces con la gran capacidad financiera de medios nacionales. No obstante, la subsistencia de la prensa regional, aún a costa de grandes sacrificios, permite augurar mejores condiciones.

De continuar la tendencia concentradora en la prensa nacional (convenios publicitarios con la cadena "El Mercurio", o tarifas publicitarias bonificadas en desmedro de los diarios locales, por ejemplo) se corre el grave riesgo de que la cultura regional se desperfile y de que el aporte regional al conjunto del país sea cada vez menor.

Surge entonces una primera conclusión relevante, en el sentido de estudiar nuevas formas de diagnóstico y apoyo a los medios regionales. La Asociación Nacional de la Prensa ha hecho también pública una inquietud similar.

Como complemento, la situación laboral de los periodistas no es buena. La gran fuente de trabajo son algunos medios regionales y luego vienen las corresponsalías de los medios nacionales. Indudablemente, es insuficiente que una región trabaje con corresponsales de medios externos, eso crea poca ocupación y deja limitada la información regional al tamiz o la lectura que de ella quieran hacer los editores nacionales. Es decir, el desarrollo de medios regionales, debiera también favorecer el empleo de profesionales capacitados.

También se concluye la existencia de capacidad ociosa, tanto en el plano humano como de recursos materiales. La Universidad de Concepción cuenta con talleres de impresión de calidad no usados en su plena capacidad. La dotación de radioemisoras es grande, pero pocas cuentan con Departamento de Prensa adecuados.

Si bien es necesario contar con una Escuela de Periodismo en el futuro, que entregue formación a interesados de la Región y el Sur del país, consideramos que más que reabrir una escuela de este tipo, es prioritario formar a corto o mediano plazo un Centro de Formación que ayude a los profesionales que ya existen. Esto se hace urgente ya que la mayoría de los profesionales de la región no cuentan con alguna instancia de formación y perfeccionamiento, y recordando que en la zona existió una Escuela de Periodismo. Basado en lo anterior, y, frente al aislamiento geográfico, económico y cultural que vivimos los periodistas de la zona y del sur del país, planteamos la posibilidad de crear una instancia de coordinación exclusivamente en el aspecto intelectual-formativo, pensando en que pudiéramos realzar acciones conjuntas con más facilidad, ante la dificultad de viajar a Santiago para satisfacer la necesidad de una mayor capacitación o perfeccionamiento.

Conforme a lo ya señalado, por último y como una forma de llenar los vacíos dejados por este estudio y de implementar algunas de estas conclusiones, estimamos necesaria la formación de un Centro de Estudios de la Prensa Regional que pudiera recoger otras inquietudes a nivel de las Regiones del Sur del País.

CENECA es una Corporación Privada sin fines de lucro que fue creada en 1977. Su objetivo básico es contribuir —desde una perspectiva democrática— al conocimiento y desarrollo de la sociedad chilena en su dimensión cultural. Con este propósito realiza tareas de investigación, animación y capacitación (tanto en Santiago como en provincias) en distintas áreas de la cultura y de las comunicaciones.

CENECA  
Santa Beatriz 106  
Fono 43772  
Santiago de Chile