



## 5<sup>TO</sup> CONGRESO DE PERIÓDICOS POPULARES

CARTAGENA  
COLOMBIA

12 AL 14 DE SEPTIEMBRE 2011



### PROGRAMA DE ACTIVIDADES (PRELIMINAR)

#### HOTEL LAS AMÉRICAS, CARTAGENA

##### DOMINGO, 11 DE SEPTIEMBRE

- 4 – 6 P.M. Inscripción y entrega de credenciales y materiales (salón por confirmar).
- 8-10 P.M. Coctel de bienvenida (salón por confirmar).

##### LUNES, 12 DE SEPTIEMBRE

- 8:30 – 9 A.M. Inscripción, continuación (salón por confirmar). Todas las sesiones: salón por confirmar.
- 9 A.M. Ceremonia de apertura y palabras de bienvenida.  
■ Representante del Grupo Nacional de Medios (GNM), Colombia  
■ **Sauro González Rodríguez**, gerente, Instituto de Prensa de la SIP.
- 9:30 A.M. **PRESENTACIÓN:** “La Guerra de las P”. Mientras el mercadeo tradicional de periódicos en Latinoamérica se concentra en las P de Promoción y Precio, *Q’hubo* en Colombia ha demostrado cómo la Plaza (canal de venta) y el Producto, generan mayor eficiencia y logran mejor impacto en el mercado.  
■ **Juan Pablo Moreno**, GNM
- 11 A.M. Receso para café
- 11:15 A.M. **PRESENTACIÓN:** “Tres nuevos populares para tres mercados distintos: siguen naciendo periódicos masivos en América del Sur”.  
■ **Rafael Klappenbach**, Cases i Associats, Buenos Aires, Argentina
- 12:30 P.M. Almuerzo cortesía de *Q’hubo* (salón por confirmar)
- 2 P.M. **PRESENTACIÓN:** “El popular por las nubes. El caso de *El Alteño* en Bolivia.” Una mirada al líder en la ciudad de El Alto, a 4.000 metros de altura, con una población aymara de un millón de personas y en plena efervescencia económica, política y cultural.  
■ **Carlos Echeverry**, La Máquina de Ideas, México/Bolivia

## QUINTO ENCUENTRO DE DIARIOS POPULARES Y MERCADEO COMUNITARIO

Del 12 al 14 de septiembre del 2011

Hotel Las Américas, Cartagena, Colombia

---

- 2:45 P.M. **PRESENTACIÓN:** “*Ajá*. El humor como arma de los populares”. La prensa peruana es un verdadero caleidoscopio de marcas, segmentos y estrategias. El diario *Ajá* mantiene viva la cultura del periodismo que disfruta el lenguaje del humor para llegar a sus lectores.  
■ **Carlos Echeverry**
- 3:30 P.M. Receso para café
- 3:45 P.M. **PRESENTACIÓN:** “*MUY*: La nueva experiencia en diarios populares de Buenos Aires”. Editado por el Grupo Clarín, *MUY* está en la calle desde el 2 de mayo. Sus pilares: un diseño muy visual y colorido, la cercanía con el lector y una apuesta fuerte a las noticias deportivas, del espectáculo y policiales.  
■ **Horacio Convertini**, *MUY*, Buenos Aires, Argentina
- 5 P.M. Cierre de la jornada

### MARTES, 13 DE SEPTIEMBRE

- 9 A.M. **PRESENTACIÓN:** “Cinco claves del éxito de un diario popular”.  
■ **Ernesto Cortés Rojas**, Prensa Popular S.A.C., Lima, Perú
- 10:30 A.M. Receso para café
- 10:45 A.M. **PRESENTACIÓN:** “Cómo cantar las portadas con genialidad... y algunas interiores...”. Titulares populares con impacto que pueden servir de referencia. Ejemplos de populares de México, Ecuador y otros países, con consejos para no atascarse a la hora de redactar cabezas, escoger fotos y jerarquizar noticias.  
■ **Homero Hinojosa**, Monterrey, México
- 12 P.M. **PRESENTACIÓN:** “El Estudio de Costos e Ingresos para diarios populares: la oportunidad de compararnos.” Con la participación de 12 periódicos participantes, el Instituto de Prensa acaba de lanzar un estudio dirigido a los diarios pertenecientes a este segmento.  
■ **María Clara Kohn**, Instituto de Prensa de la SIP
- 12:30 P.M. Almuerzo cortesía de *Q’hubo* (salón por confirmar)
- 2 P.M. **PRESENTACIÓN:** “La unión hace la fuerza”. El modelo de negocio de *Q’hubo* en Colombia, mediante la unión de varias casas editoriales regionales, ha logrado ser el de mayor circulación y lecturabilidad en un país multiculturalmente diverso.  
■ **Juan Pablo Moreno**, GNM, Bogotá, Colombia
- 3:30 P.M. Receso para café
- 3:45 P.M. **PANEL:** “La ética de la prensa popular en el blanco”. A raíz del escándalo del tabloide británico *News of the World* y la historia de Rupert Murdoch en el periodismo sensacionalista, el público cuestiona la forma en que los periódicos populares consiguen, difunden y promueven noticias.  
■ **Representantes de diarios participantes**

**QUINTO ENCUENTRO DE DIARIOS POPULARES Y MERCADEO COMUNITARIO**  
**Del 12 al 14 de septiembre del 2011**  
**Hotel Las Américas, Cartagena, Colombia**

---

**5 P.M.** Cierre de la jornada

**6-8 P.M.** Fiesta del seminario

**MIÉRCOLES, 14 DE SEPTIEMBRE**

**9 A.M.** **PRESENTACIÓN:** “La receta del éxito del *Diário Gaúcho*: del producto a las promociones”. En sus más de 11 años de circulación en Porto Alegre, su región metropolitana y las principales ciudades de Río Grande do Sul, el *Diário Gaúcho* consolidó la promoción del Junte & Gane, que fidelizó a los lectores y las lectoras. Otras promociones forman parte de las acciones del DG.

■ **Cláudio Thomas**, *Diário Gaúcho*, Porto Alegre, Brasil.

**10 A.M.** **PRESENTACIÓN:**  
■ Conferencista por confirmar

**11 A.M.** **PANEL:** “Vendiendo más que noticias: experiencias exitosas de mercadeo y promoción de diarios populares”.

■ **Representantes de diarios participantes**

**12 P.M.** Ceremonia de clausura

**1 P.M.** Almuerzo de clausura cortesía de *Q’hubo* (salón por confirmar).