

Un agradecimiento especial a:

EL COMERCIO



protecmedia

EXPOSITORES

■ **Carlos Andrés Jaramillo** - es editor del diario *Q'hubo* de Bogotá, Colombia.

■ **Matías Kaplan** - Con estudios en Deportes y en la UBA, en la carrera de Ciencias de la Comunicación, arranqué en *Diario Crónica* en 1999 a los 20 años. Pasé por casi todas las secciones: deportes, espectáculos, actualidad, director de suplementos, sub jefe de redacción y jefe de redacción, tarea que desempeñé en la actualidad. Obtuve tres nominaciones al premio revelación que entrega anualmente la escuela de periodismo TEA. En 2003 fui editor de "Tinta Fresca", colección de enciclopedias para público infantil del *Grupo Clarín*. Además, me desempeñé como responsable de la revista "Bailando", que contaba las intimidades del programa más exitoso de la televisión argentina. Años después, participé como panelista en el programa "El pueblo quiere saber" en 2009 y en el ciclo de TV "Ronda de Medios", que actualmente se emite por la TV Pública.

■ **Tony Ortiz** - Desde hace más de ocho años se desempeña como Director de Arte de *Grupo Crónica* de Argentina con el respaldo de trayectoria de más de 25 años en el Diseño Gráfico, la producción gráfica y la publicidad. Recibió el título de Diseñador Gráfico otorgado por la Escuela de Bellas Artes "Carlos Morel" de la localidad de Quilmes, Buenos Aires, Argentina (año 1990). Comenzó a trabajar en pequeñas imprentas, hasta llegar a otras con tecnologías de última generación y equipos de alta producción, lo que le permitió conocer el antes y después del desarrollo gráfico en todo tipos de soportes. Trabajó como freelance y pasó por Estudios de Diseño que apuntaban a piezas de alta calidad en lo visual y en su producto final, editoriales y agencias de publicidad con cuentas como Modena Design, Alfa Romeo, Bell Helicopter, EPSON, AMD, Petrobras, YPF, LAN, Air Pegasus, Aguas Argentinas, Banco Itaú, etc.

■ **Jitzel Sandoval** - es gerente de Marca del diario *Crítica* del Grupo Editorial Panamá America (EPASA).

■ **Homero Hinojosa** - es consultor de periódicos. Trabaja como *coach* de periodistas latinoamericanos para desarrollar habilidades en redacción, edición y gestión con liderazgo en la Redacción. Graduado en Periodismo de la Universidad de Texas en Austin y en Ciencias de Comunicación del Tecnológico de Monterrey. Ha sido periodista visitante en Poynter Institute. Tiene su propia firma consultora, Masperiodismo. Fue subdirector de *El Norte* de Monterrey (Grupo Reforma).

■ **Rafael Ernesto Cerna** - es gerente de Redacción del diario *Más!* de San Salvador, El Salvador.

■ **José Jorge Gómez** - es gerente regional de Estudio de Proyectos en la empresa española de tecnología de medios Protecmedia. Anteriormente ocupó cargos ejecutivos en TecnoMaryna, Ailink y QSystems. Ha ofrecido conferencias en congresos internacionales sobre Convergencia Periodística y Redacciones Integradas y Estrategia Digital para Diarios. Es ingeniero químico graduado de la Universidad Complutense de Madrid.

■ **Sergio Marabolí Trivinio** - es director del diario *La Cuarta* del Consorcio Periodístico de Chile (Copesa). Se inició en los medios en la Agencia UPI. Posteriormente, en 1996, trabajó en *Las Últimas Noticias* como reportero policial. En 1999 llega a *La Tercera* como reportero de la Edición Nocturna, Policía y Tribunales, hasta el 2003 donde es ascendido como subeditor nocturno. El 2005 queda a cargo de la Edición Nocturna, y en 2009 hasta su llegada a *La Cuarta*, se desempeñaba como editor de portada y editor de lunes en *La Tercera*.

■ **Juan Pérez Gaudio** - es periodista visual. Diseñador e ilustrador del diario *La Voz del Interior*. Profesor Universitario del Colegio Universitario de Periodismo.

■ **Franklin Rodríguez** - es gerente de Producto de *Trome*, líder en ventas y lectoría en Perú y el diario impreso de mayor circulación en América Latina. Graduado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Piura con maestría en Marketing y Gestión Comercial en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).



X Congreso de diarios populares

*Una actividad del
Instituto de Prensa
de la SIP*

*Quito, Ecuador
Hotel JW Marriott
13-15 de septiembre*

PROGRAMA

MIÉRCOLES 14 DE SEPTIEMBRE

- 2:00 p.m.** **Inscripción y entrega de credenciales**
Todas las sesiones: Salón Esmeraldas
- 2:30 p.m.** **Introducción. Palabras de bienvenida**
- 2:45 p.m.** **Portadas: El pulso de nuestros diarios**
Una revisión en grupo de trabajos participantes en el III Concurso de Portadas de Impacto de Diarios Populares. Sus fortalezas y debilidades. ¿Se están haciendo repetitivos o muy obvios? ¿Están perdiendo su enfoque comunitario o, por el contrario, se han afianzado en el sentir de sus comunidades durante los últimos 10 años? Una visión introspectiva para iniciar el congreso.
Moderador: **Horacio Ruiz**, Instituto de Prensa, Miami, Florida
- 4:00 p.m.** **Receso para el café**
- 4:15 p.m.** **La portada en los populares es mucho más que sangre y vulgaridad. El secreto está en atreverse.**
¿Si estamos sorprendiendo a nuestro lector con la misma fórmula judicial? Hay muchas otras opciones de portadas que impactan en nuestro público. Los populares deben pasar a otra etapa, pues hemos perdido la capacidad de sorpresa. Atreverse y perder el miedo a temas diferentes es un compromiso que debemos asumir ya.
> **Carlos Andrés Jaramillo**, *Q'hubo*, Bogotá, Colombia
- 5:30 p.m.** **Fin de la jornada**

JUEVES 15 DE SEPTIEMBRE

- 8:15 a.m.** **Inscripción, continuación**
- 9:00 a.m.** **El contenido es rey la creatividad su reina**
Los diarios impresos tienen el reto de diseñar nuevas fórmulas de contenidos creativos y deben reaccionar rápido a los “trends” sociales (Pokémon Go) para estar en la jugada. Los periodistas tienen el reto de probar nuevas narrativas y microformatos que ayuden a sus lectores a entender mejor los sucesos y con mayor contexto.
> **Homero Hinojosa**, *Más Periodismo*, Monterrey, México
- 10:15 a.m.** **Receso para café**
- 10:30 a.m.** **El saber escuchar al público popular**
La audiencia de los diarios populares ha sido empoderada por la tecnología de la comunicación; ahora quiere interactuar, par-

icipar, opinar y es capaz de aportar información inmediata y de primera mano. Para escuchar bien lo que expresa es necesario abrir canales de participación. Esto permitirá trazar una estrategia editorial y comercial en pro de satisfacer sus necesidades e identificar nuevas oportunidades de negocio, además de fomentar vínculos con la marca y promover el *engagement*.

> **José María León**, *Protecmedia*, Santiago, Chile

- 11:45 a.m.** **Más lectores a través del deporte en los barrios**
Dos experiencias editoriales exitosas para ganar lealtades y potenciar circulación por medio del deporte en los barrios. Los lectores son elevados a la categoría de estrellas por medio de sus hazañas en las canchas y sus historias humanas. También, cómo la vida del mejor futbolista salvadoreño de todos los tiempos, el Mágico González, fue contada por medio de un *cómic*.
> **Rafael Ernesto Cerna**, *Más*, San Salvador, El Salvador

1:00 p.m. **Almuerzo**

- 2:30 p.m.** **La evocación en títulos y diseño, como recurso de conexión con el lector**
La titulación original es parte del alma de la prensa popular. La evocación, una de sus especialidades. La simplificación del mensaje. Concepto e idea. La creatividad al servicio de la información.
> **Juan Pérez Gaudio**, *La Voz del Interior*, Córdoba, Argentina
> **Homero Hinojosa**, *Más Periodismo*, Monterrey, México

- 3:45 p.m.** **Visita a los diarios *El Comercio* y *Última Hora* de Quito. Recorrido y presentación.**
El autobús saldrá del lobby del hotel

6:00 p.m. **Regreso al hotel. Fin de la jornada**

VIERNES 16 DE SEPTIEMBRE

- 9:00 a.m.** **La Cuarta: Del blanco y negro a la multiplataforma**
Detalles de cómo el gran diario popular chileno que se imprime desde 1984 pasó también a ser el medio de comunicación y entretenimiento más leído en la web con expansión en las redes sociales. Ofrece información online, concursos interactivos y dos programas de TV en formato streaming que son referentes en Twitter. También el diario realiza con esas multiplataformas El Copihue de Oro, un evento del espectáculo cuya alfombra roja es la más extensa de Sudamérica.
> **Sergio Marabolí Triviño**, *La Cuarta*, Santiago, Chile

10:30 a.m. **Receso para café**

- 10:45 a.m.** **La voz de los que no tienen voz**
Diario Crónica sigue apostando al papel gracias a un público fiel que lo acompaña desde su fundación hace 53 años. En el contexto de un mercado muy duro donde dos de sus competidores debieron emigrar a la web. *Crónica* es un mediador para que los problemas de

la gente puedan ser escuchados y resueltos. Modelo “Héroes del Pueblo”, un éxito que se instaló como una marca registrada de todos los años. El *whatsapp* como la principal agencia de noticias y generadora de primicias. Los lectores son nuestros ojos en la calle y nos alertan para estar primeros en el lugar antes que la competencia.

> **Matías Kaplan y Tony Ortiz**, *Diario Crónica*, Buenos Aires, Argentina

- 12:00 a.m.** **Qué hicieron los diarios populares de Río de Janeiro para cubrir un evento tan masivo como los Juegos Olímpicos?**
> **Representantes de diarios brasileños,**

1:15 p.m. **Almuerzo**

- 2:45 p.m.** **Casos de estudio: Marketing y Contenido Interacción del papel a la web. Promociones por T.V.**
Es momento de crear una sinergia alrededor de todas nuestras plataformas. El año pasado hicimos una promoción para mandar lectores hacia nuestra web, lo cual generó crecimiento en el tráfico de nuestra página e ingresos de publicidad. Promociones con apoyo por televisión.
> **Jitzel Sandoval**, *Grupo Editorial Panamá America*, Panamá
> **Franklin Rodríguez**, *Trome*, Lima Perú

4:45 p.m. **Receso para café**

- 5:00 p.m.** **PANEL: Hora de definiciones para la prensa popular**
Los populares han comenzado a sentir la crisis en una industria periodística que ha sido dislocada por las plataformas digitales. No es hora de plantear interrogantes sino de hacer definiciones. De este panel de discusión extraeremos las ideas más útiles.
> **Representantes de diarios participantes**

6:00 p.m. **Premiación del III Concurso de Portadas de Impacto de Diarios Populares. Ceremonia de clausura.**

6:30 p.m. **Fin del congreso**