

# REDACCIÓN DE SESIONES

1

## COMISIÓN ESPECIAL INVESTIGADORA POR AVISAJE DEL ESTADO.

**ACTA DE LA SESIÓN N° 20 DE LA 354ª LEGISLATURA CELEBRADA EL JUEVES 19 DE ABRIL DE 2007, DE 10:50 A 11:35 HORAS.**

---

**SUMARIO:**.-Se escucha al Presidente de la Asociación Nacional de la Prensa, don Juan Luis Sommers.

.- Se adoptan otros acuerdos.

Se inicia la sesión a las 10:50 horas.

**I PRESIDENCIA:** Preside la sesión el Diputado señor **Marco Enriquez-Ominami Gumucio**.

Actúa como Abogado Secretario Accidental de la Comisión, don Álvaro Halabi Diuana.

**II ACTAS:** El acta de la sesión N° 19 se pone a disposición de los señores Diputados y se da por aprobada por no haber sido objeto de observaciones.

**III ASISTENCIA:**

Asisten los siguientes señores diputados miembros de la Comisión:

Cardemil, don Alberto;  
Díaz, don Marcelo;  
Dittborn, don Julio;  
Egaña, don Andrés;  
Enriquez- Ominami, don Marco;  
Jiménez, don Tucapel, y  
Silber, don Gabriel.

**ASISTE ADEMÁS:**

EL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE LA PRENSA,  
DON JUAN LUIS SOMMERS.

**IV CUENTA:**

**Fax enviado por la Asociación Chilena de Municipalidades se excusa de asistir argumentando que no tiene información sobre la materia.**

\*\*\*\*\*

### ACUERDOS ADOPTADOS

1.-Destinar las dos sesiones ordinarias de mayo de 2007 a escuchar a invitados; para comenzar en el mes de junio de 2007 a elaborar las conclusiones y proposiciones del informe final.

2.- Invitar a la sesión del 03 de mayo de 2007 al Ministro del Interior, don Belisario Velasco, al Secretario General de la Presidencia, don Ricardo Lagos Weber y al Director de la Secretaría de Comunicaciones del Gobierno, don Juan Carvajal,

\*\*\*\*\*

## **REDACCIÓN DE SESIONES**

**2**

Las intervenciones de los señores Diputados y del invitado constan en la versión taquigráfica elaborada por el cuerpo de taquígrafos de la Cámara de Diputados y que se anexa al final de la presente Acta, que se tiene como parte integrante de la misma.

Por haberse cumplido el objeto de la sesión, se levanta a las 11:35 horas.

**MARCO ENRÍQUEZ- OMINAMI GUMUCIO**  
Presidente de la Comisión

**ÁLVARO HALABI DIUANA**  
Abogado Secretario Accidental de la Comisión

## REDACCIÓN DE SESIONES

3

### COMISIÓN ESPECIAL INVESTIGADORA POR AVISAJE DEL ESTADO

Sesión 20<sup>a</sup>, celebrada en jueves 19 de abril de 2007,  
de 10.51 a 11.29 horas.

### VERSIÓN TAQUIGRÁFICA

Preside el diputado señor Marco Enríquez-Ominami.

Asisten los diputados señores Alberto Cardemil, Marcelo Díaz, Eduardo Díaz, Julio Dittborn, Andrés Egaña, Gabriel Silber y Tucapel Jiménez.

Concurre, como invitado, el señor Juan Luis Sommers, presidente de la Asociación Nacional de la Prensa.

### TEXTO DEL DEBATE

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- En el nombre de Dios y de la Patria, se abre la sesión.

El acta de la sesión 18<sup>a</sup>, ordinaria, se da aprobada, por no haber sido objeto de observaciones.

El acta de la sesión 19<sup>a</sup>, ordinaria, queda a disposición de las señoras diputadas y de los señores diputados.

El señor Secretario dará lectura a la Cuenta.

-El señor HALABÍ (Secretario accidental) da lectura a la Cuenta.

## REDACCIÓN DE SESIONES

### 4

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Recomiendo a los honorables diputados que lean el oficio remitido por las Fuerzas Armadas respecto del avisaje, que es muy interesante. Debemos felicitarlos por su diligencia y por la transparencia con que respondieron, a diferencia de otras instituciones.

También nos ha respondido Chilecompra respecto de la implementación de la glosa que incluyó la Cámara de Diputados en la ley de Presupuestos, aprobada por unanimidad. Ésta consistía en exigir a los órganos del Estado un plan de medios. Como pueden apreciar, ya se están viendo frutos concretos, lo que me parece estupendo.

He estado trabajando un preinforme con un conjunto de abogados. Me gustaría que me dieran la oportunidad de consensuarlo. Si no hay acuerdo -como señalaba el diputado Cardemil-, entonces la Comisión contaría con dos informes, uno de mayoría y otro de minoría. Sin embargo, me gustaría que hiciéramos el intento de consensuar el informe.

En cuanto a los invitados, nos resta por recibir a los representantes del diario electrónico El Mostrador y de El Mercurio de Valparaíso; a los ministros del Interior y Secretario General de Gobierno, y, por última vez, a representantes de Chilecompra.

¿Por qué citar al ministro del Interior? Ya lo habíamos acordado. Lo importante es perseverar en una hebra que apareció el jueves pasado, oportunidad en la cual estuvieron presentes la diputada Cristi y los diputados Díaz, Fuentealba y quien habla.

Hoy, en regiones, muchísimas autoridades consideran que el avisaje del estado incluye publicar saludos a través de los diarios con fotografías de las autoridades. Se dirá que es un tema menor, pero, al constatar la cantidad de avisos que publica un intendente o un Seremi de Gobierno con esos formatos, se observa que existe un nivel de discrecionalidad altamente revisable, que

## REDACCIÓN DE SESIONES

### 5

el propio intendente de la Cuarta Región reconoció como una mala práctica. Esa misma autoridad se declaraba perdido en el tema, puesto que no había un instructivo respecto de lo que es el avisaje del Estado.

Esto se encarnó en distintos medios -estoy convencido de que es una política repartida en todo Chile-, respecto del uso que hacen las autoridades de los recursos públicos en relación con las comunicaciones. Por eso quería recordar la razón de la citación al ministro del Interior, pues es muy importante saber qué política tiene el Gobierno respecto de este tema.

Al menos, en la Cuarta Región, a raíz de esta situación que comento, la autoridad anunció que corregiría su política del avisaje. También es muy importante que esta Comisión pueda entregar recomendaciones o sugerir, al menos, que en los próximos tres años existan instructivos y directivas que sean extremadamente precisas respecto de lo que es el avisaje del Estado.

Me parece que el saludo de un intendente en un diario, con su foto, es altamente discutible.

Hoy corresponde recibir al señor Juan Luis Sommers, presidente de la Asociación Nacional de la Prensa.

El señor CARDEMIL.- Señor Presidente, respecto de las conclusiones, ¿cuál es el cronograma, la carta Gantt que tenemos por delante para su elaboración? ¿Cuáles son los tiempos y procedimientos a seguir?

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Tenemos invitados para dos sesiones más, vale decir, para la primera quincena de mayo. Ese mes será muy breve, porque tendremos dos semanas distritales. Por lo tanto, creo que sería necesario celebrar dos sesiones más de audiencias. Así, en mayo, cerraríamos el ciclo de audiencias.

El señor CARDEMIL.- ¿Antes del 21 de mayo?

## REDACCIÓN DE SESIONES

### 6

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Exactamente.

Por otro lado, he pedido a Pro Acceso -una ONG que asistió a la Comisión y expuso junto a un grupo de argentinos y americanos respecto de legislación comparada y de posibles análisis en relación a este tema- un preinforme, de modo de compartirlo con los miembros de la Comisión, a fin de arribar, en lo posible, a un informe de consenso, único. Si eso no es posible -como mencionó el diputado Cardemil-, no hay ningún problema en que tener un informe de mayoría y otro de minoría. Sin embargo, me gustaría, ya que hemos trabajado en un ambiente de mucho consenso, elaborar un informe de consenso. Les entregaré una copia de ese preinforme, como sugerencia, confeccionado por esos abogados, para que lo trabajemos durante las sesiones de junio, de modo de concluir el trabajo en julio.

El señor DITTBORN.- ¿Ellos lo van a hacer a título gratuito?

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Ellos me han ofrecido asesoría desde el principio. Han estado aquí, han venido con asesores, han escuchado y han tomado nota de las discusiones.

El señor CARDEMIL.- Tal vez, sería conveniente celebrar una sesión con ellos, para que nos expongan que van a hacer.

Ojalá pudiéramos llegar a un informe de consenso, o, al menos, lograr acuerdos en la mayor cantidad de elementos: un diagnóstico y, a lo mejor, participar de recomendaciones comunes, porque quizás no estaremos en condiciones de suscribir todo de manera consensuada.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Así es.

La ONG Pro Acceso es la misma que nos entregó una publicación, cuyo nombre no recuerdo, que venía de una ONG americana. Ellos han hecho un seguimiento de este tema en

## REDACCIÓN DE SESIONES

7

Perú, en Argentina y en Estados Unidos y han aportado una gran cantidad de insumos respecto a posibles legislaciones. En Brasil, hay una interesante discusión respecto de la legitimidad de que el Gobierno tenga un logotipo, cuestión que parece obvia, pero que no lo es.

El señor DITTBORN.- ¿Es una consultora?

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Es la fundación Pro Acceso.

El señor DITTBORN.- ¿Ellos venden servicios al mercado o hacen asesorías en este tema?

El señor ENRIQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Entiendo que no, pero puedo consultarles.

El señor DITTBORN.- Lo que pasa es que si venden servicios, sería complicado recibir trabajos gratuitos. Nos podrían acusar de que el informe puede tener algún sesgo que los beneficie a ellos. Aceptaría un trabajo gratuito sólo si se trata de una institución sin fines de lucro y que no participa en el mercado de asesorías comunicacionales.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Voy a chequear esa información, y durante la primera semana de mayo tengo una respuesta.

En todo caso, de no fructificar esa posibilidad, también tengo preparado un trabajo.

A continuación, ingresará nuestro invitado, el señor Juan Luis Sommers, Presidente de la Asociación Nacional de Prensa.

*-El señor Juan Luis Sommers ingresa a la Sala de la Comisión.*

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Señor Sommers, le doy la bienvenida y le agradezco que haya aceptado la invitación a asistir a esta Comisión Especial

## REDACCIÓN DE SESIONES

### 8

Investigadora que tiene por objeto abordar el tema del avisaje del Estado y sus derivaciones.

Esta Comisión no parte de posibles irregularidades, sino más bien de posibles lagunas en materia legislativa y de regulación.

Le ofrezco la palabra, por alrededor de diez minutos, y después comenzaremos una ronda de preguntas de los señores diputados.

El señor SOMMERS.- Señor Presidente, tuve la oportunidad de ilustrarme sobre en qué consistía el trabajo de la Comisión. Muchos de los medios asociados a la asociación han asistido a ella, y hoy vengo representando a la Asociación Nacional de la Prensa.

En primer lugar, nuestra asociación no recibe avisaje estatal ni distribuye avisaje. Sus funciones no son comerciales, sino más bien a nivel de relaciones con los asociados. Se preocupa de la relación con los poderes del Estado: todo lo que tenga que ver con leyes, proyectos y otros temas que puedan afectar la libertad de prensa. Además, le interesa crear un ambiente de buena relación con sus socios y, finalmente, promover y difundir la actividad periodística. En el fondo, éstas son las grandes materias a las que estamos abocados.

La asociación existe desde hace 57 años y asocia a las empresas periodísticas más representativas de Chile: diarios y revistas. Digo "representativas", porque son de carácter nacional y regional. Si bien es cierto hoy existen muchas publicaciones que podrían pertenecer a nuestra asociación, ello no ocurre producto de un estatuto bastante antiguo, que no ha sido modificado, que exige a los asociados dos años de existencia en el medio. Y dos años de existencia es un período bastante largo para una publicación, y si lo supera, se debe a que ha sido aceptada por el público. Muchas veces el avisaje y la plata no son condiciones determinantes para que una publicación exista.

## REDACCIÓN DE SESIONES

### 9

Por nombrar algunos casos particulares, El Metropolitano y El Diario Siete contaban con importantes recursos, pero no llegaron a puerto.

Generalmente, se piensa que el avisaje va a garantizar que los medios existan, pero no es así. Hay algo en este negocio editorial que hace que los medios sobrevivan. En este sector ocurre lo mismo que en los restaurantes: no porque sea bonito y esté bien ubicado tiene garantizado el éxito. Muchas veces locales con menor calidad o menos sofisticados tienen mejor vinculación con sus clientes.

Nuestros asociados deben representar alrededor del 95 ó 98 por ciento de la inversión publicitaria, tanto en prensa como en revistas. Por lo tanto, tranquilamente podemos hablar de 90 por ciento. Esto se hace principalmente a través de agencias de medios que le entregan a los asociados la publicidad tradicional de las empresas comerciales.

Existe una parte de avisaje estatal que es canalizado a través de los medios regionales. Algunas veces es muy mal canalizado, porque la ley establece que los avisos deben ser publicados en un diario de circulación nacional, aunque ese diario tenga una circulación muy pequeña en esa zona de influencia.

Seguramente los diputados de regiones saben que el diario local tiene mucho más influencia que el de circulación nacional. Es una realidad. Incluso, lo hemos visto en la televisión en este último tiempo con los problemas del sistema de transporte. No puede ser que toda la información nacional se centre en Santiago.

En los pequeños diarios del país, que hacen que efectivamente exista la diversidad de opinión, la capacidad para que la comunidad se informe de lo que pasa en su localidad, es en donde tiene una mayor incidencia el avisaje estatal. En los diarios grandes, pertenecientes a las

## REDACCIÓN DE SESIONES

10

cadenas de El Mercurio o Copesa, el avisaje estatal es muy menor respecto de sus ingresos, pero no así en los diarios pequeños.

La Asociación Nacional de la Prensa tiene una vinculación directa con el gremio de suplementeros. La ley N° 17.393 -si no me equivoco-, que se dictó en 1972, estableció un convenio prensa-suplementeros, que tiene poco más de 30 años, mediante el cual se exige a la Asociación Nacional de la Prensa una cantidad de prestaciones para los suplementeros. Por ejemplo, tenemos consultorios que le ofrecen prestaciones de salud, manejamos un sistema de porcentaje de las ventas de ejemplares, que se le paga a la confederación. Esa normativa nos obliga a mantener una vinculación muy fuerte con ese canal, que tiene una cantidad de puntos de distribución en las calles, pero, como ustedes saben, muchos alcaldes ponen restricciones a la exhibición de ejemplares e, incluso, a la permanencia de los quioscos. Estamos en un círculo vicioso, porque la prensa regional necesita venderse, necesita exposición y para ello necesita puntos de venta.

Por otra parte, el avisaje de las empresas comerciales, de retail y supermercados es un ítem importantísimo que pasa por decisiones centrales en Santiago y, al final, las regiones reciben muy poco. Seguramente, esto no debe ser distinto de lo que les contó la gente de las radios. Es muy pequeña la cantidad del avisaje comercial que llega a los diarios de regiones.

La Asociación Nacional de Prensa tiene, además, una fundación de la prensa, que se dedica al bien.

La función de la ANP es relacionarse con los poderes del Estado. Normalmente tratamos temas difíciles, conflictivos, como el estudio de proyectos de ley, como el Estatuto del Periodista, el tema de la protección y de la privacidad, la ley de prensa, que demoró diez años en ser aprobada, etcétera. Tenemos una relación bastante cercana con el Ministerio Secretaría General de Gobierno.

## REDACCIÓN DE SESIONES

### 11

La fundación se preocupa de temas importantes, porque entendemos que, junto con la libertad de prensa, también es importante la responsabilidad. La fundación tiene un estudio, llamado Barómetro de acceso a la información, donde medimos la capacidad que tienen los periodistas de poder acceder a información pública en las organizaciones públicas y privadas. En ese sentido, hay organismos que mejoran y otros que empeoran dicho acceso.

Hace poco tiempo publicamos un manual del periodista, en el que se abordan temas como el derecho y la ética, de manera muy sencilla, y cualquier periodista puede encontrar la respuesta a preguntas relacionadas con el secreto profesional, con lo que se debe hacer si le incautan el computador, con la difamación, con la censura, etcétera. Además, se hizo una relación práctica entre las leyes y los fallos de la Corte Suprema. Les dejo un par de ejemplares para que lo revisen.

Más que la labor comercial de cada medio de comunicación, nos interesa la labor periodística. A nuestro juicio, la perduración de un medio de comunicación no está relacionada necesariamente con la cantidad de recursos de que disponga para funcionar, sino con la calidad de la información que entrega y con que al público que lo lee, que lo consume, le guste el producto. Por lo tanto, tenemos una responsabilidad frente a la calidad del contenido.

Ahora estamos trabajando con la información económica. Creemos que los mercados bursátiles han evolucionado fuertemente. Hoy, la prensa puede tener un efecto importante en la variación del precio de las acciones, por ejemplo, de las sociedades anónimas deportivas. Así, si la prensa publica que Claudio Borghi, entrenador de Colo Colo, se va a otro equipo, ello puede hacer cambiar el valor bursátil del club.

Por lo tanto, tenemos una nueva inquietud y, por eso, estamos trabajando en un manual sobre información económica y periodística. La principal labor de nuestra

## REDACCIÓN DE SESIONES

12

asociación es mejorar nuestros contenidos, a fin de tener un mejor periodismo, un periodismo más responsable y más ético. No digo que actualmente no haya ética. Lo que pasa es que la ley es el mínimo ético que puede tener cualquier cosa.

Asimismo, como asociación hemos desarrollado vínculos con nuestros pares de los países vecinos. Hace un año y medio comenzamos reuniones bilaterales con nuestros colegas peruanos, donde también participaron la Cancillería y las embajadas locales. Las reuniones de trabajo abordan temas como la responsabilidad de la prensa frente a las relaciones bilaterales entre ambos países. ¿Cuál es el objetivo de estas reuniones? Simplemente, corroborar información. Por ejemplo, sobre el tema del límite con Perú se está llegando a un acuerdo para que los editoriales de El Mercurio se publiquen en el diario El Comercio, de Lima, y viceversa. Así se sabrá qué se dice en cada país sobre el tema en particular.

Ya sostuvimos reuniones con representantes de Bolivia y, el próximo jueves, lo haremos con Argentina. Viajará una delegación de doce directores de diarios -El Mercurio, La Tercera, Diario Financiero, El Rancagüino, El Sur de Concepción, entre otros- a reunirse con nuestros pares trasandinos, y durante uno o dos días conversaremos con ellos sobre ética, estableceremos vínculos y compararemos nuestros procesos de acceso a la información. Les puedo adelantar que los chilenos estamos bastante más atrasados que los peruanos en materia de acceso a la información, pero no así en relación con los bolivianos; y estamos un poquito más avanzado que los argentinos. Quizás no sería adecuado comparar para abajo, sino para arriba.

En ese sentido, también tenemos un consejo ético de los medios de comunicación, conformado por gente buena que se dedica a velar por la ética.

Señor Presidente, ése es un resumen de lo que somos y a quienes agrupamos.

## REDACCIÓN DE SESIONES

13

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Muchas gracias.

Ofrezco la palabra.

Tiene la palabra el diputado Julio Dittborn.

El señor DITTBORN.- Como la materia de esta Comisión es, básicamente, la discrecionalidad o no que tiene el Estado para asignar sus gastos en avisaje, quiero saber si alguna vez ha sido preocupación de la ANP esa discrecionalidad; y si así ha sido, si ello ha puesto en peligro la existencia de algunos medios. ¿O no es un tema que preocupe a la asociación porque estima que eso no pone en riesgo la libertad de expresión ni la existencia de algún? ¿Cuál es su sensibilidad frente a ese tema?

El señor SOMMERS.- El tema es recurrente. En términos prácticos, son los diarios regionales los que hacen ver su inquietud. Se han enviado documentos, sobre todo a las intendencias, respecto de la publicación de avisos legales. Más que considerar la calidad de la publicación, como señalé, muchas veces la ley obliga a que se publique en un medio de circulación nacional cuando hay una licitación, por ejemplo, en Talca. Y seguramente, en muchas oportunidades, los interesados de la zona no tienen ninguna posibilidad de ver esa publicación de licitación.

Diría que el avisaje estatal es un porcentaje bastante menor dentro de la torta publicitaria, pero en ciertos diarios es un porcentaje muy pequeño, y mientras más regional, es más reducido. Por ejemplo, para el diario El Ovallino, lógicamente, puede ser mucho más determinante que para El Sur, de Concepción.

Efectivamente, hay mucha preocupación por parte de las autoridades respecto de la concentración de los medios, tema que es súper recurrente.

El señor DITTBORN.- No sólo de los medios.

## REDACCIÓN DE SESIONES

14

El señor SOMMERS.- ¡Que bueno, diputado, que haga esa observación! Pero, en términos prácticos, la concentración de los medios es un tema muy recurrente. Y muchas veces es la única forma de que los medios regionales subsistan.

Hace algunos días hablé con el presidente de la Asociación de Radiodifusores y comentábamos que algunas radios de Ovalle se están cerrando por falta de financiamiento. Entonces, ¿cuál es el camino que le queda a esa radio? Que va a venir alguien que le va a comprar la frecuencia. Aquí entra el tema del fondo de financiamiento de medios de comunicación, en el cual la radio se lleva el 60 por ciento y la prensa un 40 por ciento. El año pasado, ese fondo ascendía a 180 millones de pesos; ahora es de 517 millones de pesos. Hubo un incremento para el 2007.

Cuando eran 180 millones, y existen 1.500 radios regionales, muchos medios, ya sean radios o diarios, ni siquiera hacen el intento de hacer la presentación, por los costos, para conseguir 400 mil pesos, y lo dejan de lado.

Ahora, con 570 millones de pesos, al menos hay una motivación mayor, ya que se podrían llevar 1 millón 200 mil pesos, en vez de los 400 mil pesos del año pasado, pero aún es poco.

Definitivamente, más que la libertad de expresión, lo importante es la capacidad que tenga la gente de informarse de acuerdo con lo que ellos quieran consumir. Y Existe la preocupación de que puedan desaparecer muchos medios regionales.

El señor DITTBORN- O concentrarse.

El señor SOMMERS.- Pero concentrarse no es desaparecer. Concentrarse tiene que ver directamente con la propiedad del medio, y la concentración es un camino natural, y no solamente en Chile, sino en el mundo entero. Cuando vienen cadenas internacionales, claramente hay un riesgo.

## REDACCIÓN DE SESIONES

15

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Tiene la palabra el diputado Tucapel Jiménez.

El señor JIMÉNEZ.- El señor Sommers ha resuelto la mayoría de mis dudas. Sin embargo, me interesa aclarar un punto.

En su momento, el señor Sommers dijo que esto estaba mal canalizado en los medios regionales. Me gustaría saber si esto se debe sólo a un error de la ley. Lo que buscamos es precisar si hay favoritismo cuando se avisa en distintos medios. Pero, sobre la base de la respuesta que dio recién, ¿diría que ese error se debe a que la ley está mal hecha? ¿Hay o no favoritismo?

El señor SOMMERS.- No puedo opinar respecto del favoritismo, porque no tenemos mayor injerencia en el avisaje. Efectivamente, el avisaje legal se rige por ciertas normas y la ley obliga a que se haga en un medio de circulación nacional. Entonces, muchas veces, las intendencias u organismos públicos responsables de publicar ciertos avisos, lo hacen en diarios nacionales, en circunstancias de que la zona de incidencia, de influencia del aviso es la zona local.

Nosotros no tenemos un catastro exacto de lo que sucede. Me estoy refiriendo al avisaje clásico, a la "caluga" clásica de licitación, del Serviu, etcétera. Y sobre esa base, los organismos que publican en las regiones se ciñen a los reglamentos que tienen.

El señor JIMÉNEZ.- Y en cuanto a esas bases, ¿siempre se ha estipulado que debe ser a través de un medio de prensa nacional, lo que impediría que se haga en un medio local?

El señor SOMMERS.- No siempre.

Hay muchos casos en los cuales el tipo de licitación obliga a publicar en un medio nacional. Pero la

## REDACCIÓN DE SESIONES

16

zona de influencia de la licitación no tiene nada que ver con el medio de circulación nacional.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Estoy totalmente de acuerdo con su exposición y con muchas de las cosas que usted describió, pero quiero hacer un alcance.

Como usted dice, para la prensa regional puede ser muy importante el avisaje, pero también lo es para la prensa independiente.

El señor DITTBORN.- ¿Qué es prensa independiente?

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- La prensa que es considerada marginal. Quizás es un mal término, pero me refiero a la prensa emergente, independiente.

El señor DITTBORN.- No asociada.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- No asociada a los grandes bloques.

En todo caso, hay un matiz que me parece muy interesante: el de las Fuerzas Armadas. Por ejemplo, algunos medios conquistan el 82 por ciento, al año, de la asignación directa de la Fuerza Aérea. No se hace por concurso público ni atendiendo los índices de lectoría a nivel regional. Puede ser que en la torta total de ese monto de 1.000 millones de dólares, de avisaje nacional en todos los soportes, haya un porcentaje muy importante. Si asumo que eso ocurrió en los últimos 17 años y, quizás, en los últimos 30, hablamos de montos importantes. Un millón de dólares a un medio de comunicación es significativo.

También me interesa saber lo siguiente. ¿En la ANP están representados los medios electrónicos que están en Internet?

El señor SOMMERS.- No. Están los medios que están en Internet propios de los medios asociados. Nada más.

## REDACCIÓN DE SESIONES

17

Ellos están representados en una asociación que se llama Asociación de Medios en Internet.

Los estatutos de la ANP establecen que sólo se pueden asociar las publicaciones de venta al público en calle. Generalmente, se trata de papel impreso que está en la calle. Más aun: una revista de un centro comercial que no se venda en la calle, que no tiene precio de tapa, no puede asociarse con nosotros, debido a nuestros estatutos.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- ¿Y cómo se aprovecharían mejor los fondos, para hacer más transparente el sistema?

El señor SOMMERS.- Si tuviera la posibilidad de administrar recursos, dispondría fondos a una empresa que hiciera las verificaciones de lectoría y circulación regionales para contar con esa información.

Por ejemplo, Procter & Gamble, que es una empresa gigantesca, tiene una agencia de medios que, a su vez, tiene un programa que evalúa cuál es el mejor medio para publicar sus avisos, de acuerdo con el target o grupo objetivo que se desea impactar.

Hoy, como los medios regionales no tienen ninguna información que se pueda introducir en un sistema automatizado, que utilizan las empresas para evaluar, entonces no existen, razón por la que no aparecen en el listado que utilizan las grandes empresas a la hora de analizar en qué medios publicarán sus avisos. Los medios pequeños, como El Observador, de Quillota, no tienen la posibilidad de hacer un estudio, porque no pueden invertir quince o veinte millones de pesos en un estudio que nada les garantiza. Pero si hacen lo que hemos hecho nosotros, efectivamente esa prensa regional puede salir adelante.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Creo que la ley de Prensa define como diario regional al que circula tres días consecutivos a la semana.

## REDACCIÓN DE SESIONES

18

El señor SOMMERS.- ¡Periódico! Y diario es aquel que circula cinco días o más.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Perdón, quise decir periódico.

Nuestra Comisión podría proponer una modificación en ese sentido, porque hay diarios, como el Observador de Quillota, que salen a circulación tres veces a la semana, pero no de modo consecutivo.

El señor SOMMERS.- De acuerdo con la definición estricta, El Observador es un periódico.

En todo caso, hago presente que dejaré en poder de la Comisión una breve presentación que elaboré con algunas soluciones al problema que hemos analizado.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- En nombre de la Comisión, agradezco la presencia del presidente de la Asociación Nacional de la Prensa, señor Juan Luis Sommers.

*-El señor Sommers se retira de la Sala de la Comisión.*

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- En relación con nuestro cronograma futuro, propongo invitar al director de la Secretaría de Comunicaciones, señor Juan Carvajal, con el objeto de analizar la falta de instrumentos de verificación del avisaje estatal. Megatime es la única empresa que lleva a cabo un análisis sobre esa materia.

A nivel de gobierno, la Secom cuenta con estudios sobre índices de *people meter* y de lectoría, puesto que los utiliza para llevar a cabo sus análisis políticos. Sin embargo, a pesar de que esa secretaría invierte recursos en antecedentes clave para decidir sobre las orientaciones de la Presidencia, los demás órganos del Estado no tienen acceso a esa información, de manera que considero importante invitar al director de ese organismo, señor Carvajal, para que nos explique las razones de lo anterior.

## REDACCIÓN DE SESIONES

19

Asimismo, propongo invitar a representantes de las Fuerzas Armadas, a fin de que nos expliquen -aclaro que no estoy levantando sospecha alguna en ese sentido- por qué el 82 por ciento de sus avisos aparecen en un medio de comunicación y no en otro.

¿Habría acuerdo en tal sentido?

### **Acordado.**

El señor CARDEMIL.- Sería interesante invitar al señor Juan Carvajal a la misma sesión a la que concurrirá el ministro Secretario General de Gobierno, porque hay un tema de funciones repartidas.

El señor HALABÍ (Secretario accidental).- ¿Y el ministro del Interior.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- No; separados.

El señor HALABÍ (Secretario accidental).- En todo caso, quedarían para mayo. Veremos el cronograma con los ministros.

El señor JIMÉNEZ.- ¿Cuándo vence el plazo de que dispone la Comisión?

El señor HALABÍ (Secretario accidental).- El 26 de julio.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Tiene la palabra el diputado Alberto Cardemil.

El señor CARDEMIL.- Señor Presidente, varias veces ha salido a la palestra el tema sobre el rol subsidiario del Estado, a fin de ayudar a medir a los medios que hoy no están en la "pantalla" o que no aparecen en ningún barómetro.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Señores diputados, si tienen alguna propuesta para elaborar un preinforme, sería conveniente que la presenten.

## REDACCIÓN DE SESIONES

20

El señor CARDEMIL.- Señor Presidente, creo que hay que escuchar a la ONG e intentar hacer un diagnóstico común. Incluso, podríamos efectuar una sesión para aportar ideas y buscar acuerdos.

El señor JIMÉNEZ.- Si el plazo vence el 26 de julio, ¿disponemos de algunos días más para la elaboración final?

El señor HALABÍ (Secretario accidental).- Sí, de quince días más, para entregar el informe.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Por haber cumplido con su objeto, se levanta la sesión.

*-Se levantó la sesión a las 11.29 horas.*

**CLAUDIO GUZMÁN AHUMADA,**

**Redactor,**

**Jefe de Taquígrafos de Comisiones.**