ATDL

Intercambio Técnico

Número 121 www.atdl.org Octubre 2014

100 AÑOS DE DIARIO PANORAMA

MARACAIBO VENEZUELA

- VISITA A DIARIOS ASOCIADOS DE LA ATDL: PANORAMA DE MARACAIBO- VENEZUELA
- PÓSTER GIGANTE DE MEDIOS DE LA REGIÓN Y PROVEEDORES QUE FORMAN LA ATDL

Tenemos los mismos objetivos

Reproducir la realidad

Cuente con nosotros.

con precisión

Tintas
Químicos
Mantillas
Coatings

Líder mundial
en tintas e insumos
para todo tipo de impresión

Hay muchas novedades en
www.flintgrp.com

AN ENVIRONMENTALLY FRIENDLY INK SYSTEM
AGRIWEB
a trademark of Flint Group

FlintGroup

INDICE

3	Índice
4	Editorial
5-13	Visita Diarios Asociados: Panorama de Maracibo-Venezuela. 100 años informando: Su visión, su parque impresor, ciudad.
14-15	Mapa de ATDL, asociados y proveedores
16-17	Aporte tècnico: La toma fotográfica para una buena publicación.
18-19	Reportajes: Despedida de Director Ejecutivo de la SIP: Julio Muñoz.
20	Reportaje: Proveedores asociados. El futuro de la impresión de Latinoamérica
22-25	Noticias Mundo al día
26	Guía

Panorámica de la ciudad de Maracaibo, Venezuela

Presidente
Ignacio Prado,
El Comercio (Perú).

Directores
Fernando Gil,
Grupo Vocento (España).

Thomas Hanisch,
Expreso (Ecuador).

Enrique Leonián,
Clarín (Argentina).

Pedro Moral,
El Mercurio (Chile).

Miguel Ángel Pérez,
El Tiempo (Colombia).

Luis E. Ramírez,
Panorama (Venezuela).

Marcial Sánchez,
ABC Color (Paraguay).

Roberto Fuenzalida,
Director Ejecutivo ATDL.

Editor de Intercambio Técnico
Thomas Hanisch

Comité Editorial
Thomas Hanisch
Pedro Moral
Luis Ramírez
Roberto Fuenzalida

ATDL tiene convenio de cooperación con AEDE (Asociación de Editores de Diarios Españoles), integrada por 82 diarios de habla hispana, y ANJ (Associação Nacional de Jornais) de Brasil, conformada por 137 diarios

ATDL Intercambio Técnico

ATDL: UNIENDO A LA REGIÓN

Estamos cerrando nuestra nueva edición 121 en días de celebrarse en la ciudad de Panamá una nueva reunión y Seminario de la Asociación Técnica de Diarios Latinoamericanos,

Todos los socios y proveedores tendrán la oportunidad de reencontrarse, contar las experiencias de sus medios y aprender de los éxitos y fracasos de los nuevos proyectos que se están desarrollando debido al complicado momento que viven las empresas que imprimen diarios.

En nuestras primeras páginas tenemos un amplio reportaje dedicado al Diario Panorama de Maracaibo, Venezuela.

El ingeniero Luis Enrique Ramírez, Gerente de Producción de Panorama y Directivo de la ATDL, nos lleva por un recorrido completo a conocer un producto editorial que tiene 100 años informando a su comunidad. Nos hace un repaso de sus características editoriales, infraestructura, circulación y estrategias,

También nos lleva a conocer las bondades técnicas de su moderno parque impresor donde se imprimen todos los productos que Panorama entrega día a día a sus lectores.

Incluimos en esta revista una entrega especial. El Mapa gigante de la ATDL con las ubicaciones de los diarios asociados y proveedores en toda Latinoamérica.

Lo hacemos dando un homenaje a nuestra hermandad, unidad y crecimiento en Latinoamérica por que somos una fuerza de medios importante en la región.

Estamos ligados con un objetivo común y primordial, intercambiar conocimientos, experiencias y actualización técnica.

Seguimos aportando como en todas las ediciones anteriores con consejos técnicos para el eficiente control de calidad, esta vez con el reportaje de la tomas fotográficas para una buena publicación.

En este nùmero tenemos ademàs una entrevista muy especial con una gran amigo de la ATDL, el señor Julio Muñoz quien se retira de la SIP luego de una larga y fructífera carrera

Esperamos finalmente que la gran cita de hermandad de la ATDL brille por todo lo alto y desde ya anunciamos publicar en la siguiente edición todos los pormenores, de las reuniones, charlas, fotografías de invitados y amigos que se darán en este gran evento a desarrollarse en Panamá

DIARIOS ASOCIADOS

ARGENTINA: Clarín, La Gaceta, La Nación, La Nueva Provincia, La Voz del Interior, Los Andes. **BRASIL:** O' Estado, O' Globo. **COLOMBIA:** El Colombiano, El Tiempo. **CHILE:** El Mercurio, La Tercera. **ECUADOR:** El Comercio, El Telégrafo, El Universo, Expreso. **EL SALVADOR:** La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy. **ESPAÑA:** Grupo Vocento. **GUATEMALA:** Siglo XXI. **HONDURAS:** La Prensa. **MÉXICO:** El Universal. **NICARAGUA:** La Prensa, **PANAMÁ:** Grupo Gese, Grupo Epasa, **PARAGUAY:** ABC Color, Última Hora. **PERÚ:** El Comercio, La Industria, Grupo Epensa. **PUERTO RICO:** El Nuevo Día. **URUGUAY:** El País. **VENEZUELA:** El Carabobeño, El Impulso, El Nacional, El Tiempo, Meridiano, Panorama.

PROVEEDORES MIEMBROS ASOCIADOS

AGFA GRAPHICS - Latin America; Baldwin, B.O.D. Arquitectura e Ingeniería; CCI; Media Consulting; Corporación Bermont; Félix Böttcher GmbH & Co.; Ferag AG; Flint Ink, Corp. Latin América; Fujifilm; Goss International Corp.; Graphic System Int. Co.; Grupo DANA; huber group; Industintas S.A.; KBA; Kodak Graphic Comunication Group; manroland web AG; Megtec System Inc.; Müller Martini AG, Latin America; Nela- USA; OneVision Software (Latin America) Ltda. ; Papeles Bio Bio; Papel Prensa S.A.; Protecmedia ; Q.I. Press Controls Latin America Ltda.; Rendic Graphic Systens; Resolute Forest Products; RIMA; Sun Chemical Latin America; Sygne Corporation; Technotrans; Tintas Sánchez; Wifag Maschinenfabrik AG.

Dirección de ATDL - Sede Principal Chile, El Rincón 12315, Lo Barnechea, Santiago de Chile,
Teléfonos: +562 2380 0901 +56 9 9231 1679, Correo electrónico: roberto.fuenzalida@atdl.org.
Dirección de envío de material publicitario y textual: roberto.fuenzalida@atdl.org y hanischt@granasa.com.ec
Teléfono: 562 - 380 - 0901 y 569 9231 1679, *Derechos reservados: Copyright©1983-2010, ATDL*

El diario PANORAMA de Maracaibo VENEZUELA

El Diario PANORAMA, de Maracaibo, Venezuela, cumple el 1 de diciembre del presente año su primer centenario llevando a sus lectores los acontecimientos más importantes ocurridos en todo el mundo.

Actualmente el periódico está dirigido por una mujer, Patricia Pineda Hernández, quien representa a la tercera generación de una familia que ha crecido entre papel y tinta.

Fundación hace 100 años

Sus inicios se dieron justo cuando en Venezuela comenzaba la extracción petrolera a gran escala y el mismo año (1914) que arrancó la primera guerra mundial; y la modernización de esta empresa periodística comienza en el año 1949 con el doctor Luis Guillermo Pineda Urdaneta, quien sembró la semilla de la continuidad exitosa en esta actividad empresarial.

El doctor Pineda Urdaneta fallece tempranamente en el año 1967 y lo sucede en la presidencia del diario su hijo Esteban Pineda Belloso, padre de la hoy presidenta.

A finales de los años 70, con Esteban Pineda al frente, se acometen importantes avances tecnológicos, pues se introduce la electrónica al taller del diario, cuando desaparece la impresión en plomo para dar paso al sistema de fotocomposición en la elaboración de las páginas. Se logró un procedimiento de impresión mitad tipográfico, mitad offset.

Un aspecto relevante en el salto tecnológico de PANORAMA lo constituyó la instalación de terminales de video en la redacción.

El Jefe de Información y los Secretarios de Redacción tomaron parte activa en la producción técnica del periódico, ejerciendo un mayor control en el procesamiento del material informativo.

En 1981 PANORAMA se convierte en el primer periódico del occidente del país y el segundo en circulación a nivel nacional, posición que mantiene hasta el presente. Se iniciaba la etapa moderna de PANORAMA y por ello se hizo necesaria la proyección de una nueva sede que respondiera al crecimiento de todos los procesos de producción que el diario imponía, y que se adaptara a una Maracaibo en pleno desarrollo.

El nuevo edificio se inauguró el 1 de diciembre de 1984, cuando PANORAMA estaba celebrando su 70º Aniversario. Está ubicado en la avenida 15 (Las Delicias) de Maracaibo, sobre una planta física de 36.000 metros cuadrados de construcción y una parcela de 16.000 metros cuadrados, convirtiéndose en aquel momento en la sede más grande y funcional de los periódicos del país y una de las más modernas de Latinoamérica.

Nueva rotativa Goss

En esta edificación se continuó incorporando nueva tecnología para satisfacer las exigencias del mercado con la instalación de una rotativa Goss Metroliner con sistema offset compuesta por nueve unidades, cuatro de ellas para imprimir color, con una velocidad para producir

75.000 ejemplares por hora de 144 páginas cada uno.
Su sistema computarizado le permitía autonomía en sus operaciones, evitar errores y vigilar el movimiento de papel en las bobinas. En 1998 a este equipo se le incorporó una nueva torre de color que incrementó el número de páginas que podían llevar color. Años más tarde (en el 2000) se adicionó una rotativa comercial marca Tensor.
En la parte tecnológica se aplicó el sistema térmico CTP, Computer to Plate, un proceso de impresión directo del computador a la plancha, incrementando la nitidez en fotografías, infografías, textos y anuncios comerciales, siendo PANORAMA pionero en el mundo en usar este sistema.

Diario actual
Todos reconocen que PANORAMA es un diario fresco y contemporáneo producto de tres rediseños ocurridos en los años 1999, 2008 y 2012, esto con el empeño en hacer crecer la empresa con capacidad y seriedad, pero sobre todo, con el compromiso de velar por el patrimonio heredado de los antepasados, quienes infundieron el respeto a la responsabilidad social.
Hoy día PANORAMA se ve y se siente más dinámico, con una reorganización de sus secciones y un despliegue gráfico audaz y de alta calidad, adaptado más al lector, a su ritmo de vida, porque es un diario para quienes exigen contenidos de gran calidad, integrado a la multimedia y como medio de comunicación también es líder en seguidores en redes sociales en el estado Zulia.

PANORAMA está suscrito a la Asociación Técnica de Diarios Latinoamericanos (ATDL), a la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), a la Newspaper Association of America (NAA), a la International Newspaper Marketing Association (INMA), y a la Society for News Design (SND) entre otras asociaciones internacionales del campo periodístico.

LA CIRCULACIÓN: UNA DE SUS FORTALEZAS
Una de sus potencialidades proviene del alto posicionamiento y prestigio que tiene, y de su sistema de distribución que es aval de una excelente cobertura en sus áreas de influencia en todo el occidente venezolano y parte del centro: los estados Zulia, Trujillo, Táchira, Mérida, Falcón, Lara, Miranda y el Distrito Capital (Caracas).
De lunes a sábado PANORAMA tiene una circulación de 82.000 ejemplares y los domingos 103.000 ejemplares. Es líder en lectoría en todos los segmentos sociales, con una participación mayoritaria en los segmentos C+CDE y una importante penetración en el segmento AB en la región zuliana, ya que el 63 % de la población lee el diario. Se puede verificar la transparencia de las cifras reales de la penetración de PANORAMA en el mercado y las ventajas competitivas que este medio ofrece, así como su eficacia y eficiencia en la planificación de su circulación.
El periódico cuenta, además, con 2 revistas que salen encartadas los días sábado y domingo:

Facetas, revista dominical dirigida principalmente a las mujeres, sin olvidar los tópicos de interés para hombres, con temas de actualidad y contenidos diversos brindando información de calidad, vanguardia y buen gusto.

Pitoquito, la revista de los más chicos de la casa, es la opción preferida de los intereses infantiles que abarca desde contenidos educativos hasta farándula y tecnología. Circula el día sábado.
Hoy día la empresa se ha convertido en una Casa Editorial que maneja un diario estándar: PANORAMA; un tabloide popular llamado Mi Diario; y una de las páginas web más importantes de Venezuela: www.panorama.com.ve. También está presente en las redes sociales del momento.

UN DIARIO CENTENARIO
Este diario ha sabido mantener la razón fundamental de existencia del periodismo: respeto a la ética y apego a la verdad, por lo que su contenido noticioso es novedoso, creativo, orientador y fundamentado éticamente en sus trabajos de información e investigación en distintos campos del quehacer periodístico, destacándose también en su diseño y material fotográfico.

Estudio de lecturía en la región

Un estudio basado en el índice de lectoría en medios impresos en esta parte de Venezuela, confirma que el Diario PANORAMA sobresale como el periódico preferido por los lectores, ocupando el primer lugar con un 63% de penetración en el público, seguido de Mi Diario, un diario popular que edita esta misma casa editorial.
De todo el universo de entrevistados en ese estudio 61% asegura leer el Diario PANORAMA diariamente, lo que confirma el liderazgo y el poder de este rotativo que ha sabido mantenerse durante sus 100 años de trayectoria.
El posicionamiento de este rotativo se ve reflejado en la opinión de la gente y en la asociación directa con sus tradiciones.
Es considerado como un ícono de la región, al igual que su ferviente devoción por su patrona La Virgen de Chiquinquirá.

Tal como PANORAMA ha estado a la vanguardia en materia tecnológica y en innovación para producir un producto de calidad, también ha sido uno de los primeros en contar con una plataforma multimedia, que además de fortalecer la marca, ofrece un periodismo adaptado a las necesidades actuales.
Información de utilidad, noticias en tiempo real y en formato multimedia, todo con el sello de calidad PANORAMA, consolidan la fidelidad de millones de lectores y constituyen la mejor garantía de éxito para los anunciantes.
PANORAMA fortalece cada vez más su redacción multimedia con un equipo de profesionales jóvenes que mantienen altos estándares de calidad en los contenidos que producen para el portal web www.panorama.com.ve como en las distintas estrategias de redes sociales de esta marca que se mantendrá por muchos años más de la mano de la presidenta de PANORAMA, Patricia Pineda Hernández, quien recibió el testigo de su padre en 2009, y el equipo de directivos

que han sabido interpretar la necesidad de información que exigen los nuevos tiempos.

PANORAMA-WEB
PANORAMA sigue expandiéndose y otorgando su peso específico a lo que es llamado "el negocio del futuro", por ello sus proyectos están encaminados a seguir fortaleciendo su página web.

Visita a rotativa de Diario Panorama

IMPRIMOS 70.000 EJEMPLARES POR HORA

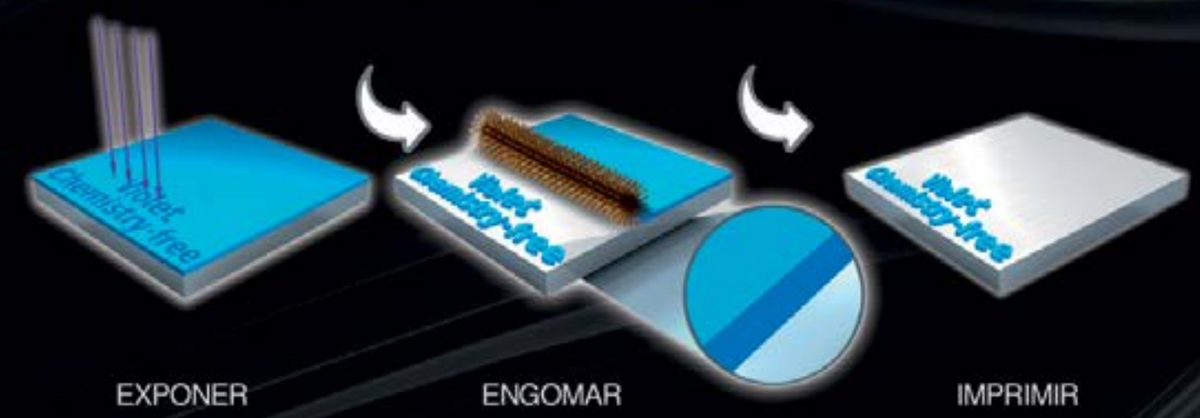
El ingeniero Luis Enrique Ramírez, Gerente de Producción de Diario Panorama de Maracaibo, Venezuela muestra a la revista Intercambio Técnico las modernas instalaciones de su parque impresor. Hace un recorrido por ellas y nos cuenta sus especificaciones técnicas.

¿Qué productos imprime en sus instalaciones?
En nuestras instalaciones se imprimen los Diarios PANORAMA y MI DIARIO, también revistas, folletos y encartes propios y para terceros (comerciales).

¿Cuáles características tienen estos productos, formatos, paginajes, tirajes, mercado al que está dirigido?
Panorama es un diario de tamaño estándar, con un promedio de 36 páginas y circulación de lunes a sábado de 82.000 ejemplares, domingo de 103.000, con color del 70%, dirigido a todo público.
Es el primero en circulación en el estado Zulia y en el Occidente Venezolano, el segundo a nivel nacional, y el que mayor índice de lectoría posee en el país.
-Mi Diario es un tabloide popular con 24 páginas a todo color, con un promedio diario de 115.000 ejemplares y está dirigido a todo público en Maracaibo, estado Zulia y la Costa Oriental del Lago de Maracaibo.
-Revista Facetas, que circula los domingos con el diario Panorama, tamaño catálogo, 28 páginas promedio en papel supercalandreado LWC de 56,2grs, dirigido a todo público pero en especial a la mujer.
-Revista Pitoquito, circula los sábados con el diario Panorama, tamaño catálogo, 16 páginas en papel periódico y está dirigido al mundo infantil.
-Revistas Ambientes, Sobre Ruedas, Promo y Universitaria, tamaño catálogo, con promedio de 24 páginas en papel supercalandreado LWC de 56,2grs, están dirigidas a los lectores pertenecientes a cada uno de los sectores económicos nombrados, y circula con el diario Panorama un sábado al mes por referencia.
-Encartes para las ofertas de los supermercados, tamaño tabloide en papel periódico mejorado/ultrablanco de 52grs.

¿Cuántas rotativas posee, tipo , marca, modelo, año, unidades, velocidad de impresión?
Para impresión de los dos diarios contamos con una rotativa Metro doble ancho, doble desarrollo, que consta de una Torre Metrocolor año 1998, una Torre Goss- Universal 75 XL año 2013, más 9 unidades de la Metroliner con 4 unidades tricolores y 5 monocolores; el total de la capacidad de producción en sistema acumulado es de 160 páginas estándar, de las cuales 32 pueden ir a 4 x 4 tintas ó 112 páginas estándar de las cuales 64 puede ir a full color. Velocidad 75.000 ejemplares / hora en sistema straight.
- Una rotativa semi-comercial marca Tensor año 2005, para impresión de revistas, folletos y encartes, con 6 torres a 4 X 4 tintas, capacidad de imprimir hasta 96 páginas tamaño catálogo en un solo tiro; de las 6 torres, 4 son con sistema de entintado y curado para tintas UV e impresión en papeles satinados, y 2 torres para impresión con tinta convencional; consta también de 2 folders para salida simultánea de 2 productos.

:N94-VCF ¡ Un proceso fácil y con beneficios ambientales !



Si eres un periódico con directo a placa
-tecnología violeta- ahora tienes acceso a la tecnología libre de químico

Conoce sus ventajas:
- Placa libre de químicos
- Elimina las variables de proceso
- Calidad previsible y constante
- Altos rendimientos en prensa
- Bajos costos de operación
- Imagenes de alto contraste para detectar errores
- Y más...

"Seguimos afianzando nuestro liderazgo en la industria periodística mundial"

Contáctanos:
Argentina, Paraguay y Uruguay: mariano.munaguria@agfa.com
Chile: javier.meneses@agfa.com
Perú: oswaldo.saravia@agfa.com
Latin America Manager: fernando.campiao@agfa.com

Nuestro MUNDO
El lugar donde podemos mejorar el negocio y cuidar el medio ambiente

www.agfa.com

AGFA Agfa

LUIS ENRIQUE RAMÍREZ / GERENTE DE PRODUCCION/PANORAMA

Operador de empalmadores

Reviisón de impresos en consola.

Las dos rotativas tienen sistema automático de registro de color Quad Tech; consola de entintado centralizada para todas las unidades; sistema de humectación por cepillos, grapadora en línea y sistema Ink Jet para numeración y personalización de los diarios. Un scanner de barrido marca Tobias que sirve a las dos rotativas para entintado y corrección automático del color. La rotativa Tensor es de entintado con Fuente abierta y la Metro con sistema de entintado por Inyección digital.

¿Tienen planes de expandir sus líneas de impresión y porque?
R: No hay planes de expansión en la capacidad de producción, debido a que es reciente (un año) la compra de la torre – Goss Universal 75 XL, y el paginaje del periódico no crecido en los últimos tiempos debido a la difícil situación económica que atraviesa Venezuela, crisis que ha afectado sobre todo a los medios de comunicación; también está el hecho de que la publicidad está migrando hacia los medios digitales.

¿Cuántos Empalmadores posee por Rotativa, tipo (empalme al vuelo o detenido), marca, modelo y año?
R: La rotativa Metro para los diarios tiene 10 empalmadores actualizados a RTP en el año 2009, completamente automáticos al vuelo, son marca Goss. En la rotativa Tensor tenemos 6 empalmadores al vuelo marca Jardis.

¿Qué equipos tiene para la transportación y embalaje de los diarios, marca, modelo, número de apiladoras, tipo de embalaje ?
Los conveyor para transportar los diarios en la rotativa Metro son marca IDAB, son de tipo guaya combinado con bandas y en la rotativa Tensor son de bandas marca Quipp.

¿Qué tipos de papel usa, en que gramajes, procedencia, molinos y principales anchos de bobinas?
R: El papel de los diarios es New Print de 45grs de los molinos Resolute/Canadá y Catalyst/Canadá; para las revistas y encartes son: Supercalandreado de 56,2grs de Resolute y periódico mejorado/ Ultrablanco de 52grs de Catalyst. Los anchos de bandas son: 48", 36" y 24" para los diarios; y 35", 24", 17,5" para las revistas y Suplementos Comerciales.

¿Qué tipo de tinta (alta pigmentación o no) usa tanto en heatset como en Coldset, marca y país de procedencia?
La tinta Coldset para los Diarios es de alta pigmentación "Performance Plus" de Flint y procede de U.S.A. También importamos de Colombia tinta marca Industintas. La tinta UV es marca ARETS y se fabrica en Bélgica.

Vista panoràmica de la consola de mandos.

LUIS ENRIQUE RAMÍREZ / GERENTE DE PRODUCCION/PANORAMA

¿Qué insumos usa según marca de Mantillas, Rodillos y Químicos de Limpieza?
Las mantillas son marcas DAY, los rodillos se reencauchan en Venezuela y la química de limpieza y solución de Fuente son marca C&W, procedente de U.S.A.

¿Qué tecnología usa para la elaboración de planchas (CTP Violeta, CTP Térmico o CTF), marca, modelo, velocidad de procesado?
La CTP para los diarios son 2 de proceso térmico marca KODAK, modelo Trend Setter News, año 2014 de 80 planchas por hora; para la rotativa comercial son dos de proceso térmico marca KODAK, modelo Trend Setter 800 II y III, y de 17 planchas/por hora, para cada una.

¿Cuál es el flujo de trabajo, software adoptado.-Pre-prensa? ¿Qué RIP usa para la elaboración de planchas?
El flujo de trabajo y software adoptado en Pre-Prensa, es el Prinergy de Kodak; trabajamos sin RIP, directamente con Pdf's. Sistema automático de retoque de fotos de BINUSCAN.

¿Qué sistema editorial usan, está integrado con el sistema de avisos y de facturación?
R: El sistema editorial es el Good News de Tera (Italia) y está integrado al SIRIUS SUITE de Credimática, para avisos y facturación (España).

¿Qué equipos tiene para el control de calidad?
Contamos con los siguientes equipos para la gestión de Calidad:
-Espectrodensitómetro EyeOne Gretag-Macbeth Revision A X.
-Espectrodensitómetro EyeOne revisión C.
-Espectrodensitómetro 520.
-2 densitometros Xrite 508.
-Balanza semi analítica Ohaus Scout pro capacidad 2000grs.
-Balanza analítica Ohaus capacidad 210g.
-Quick Peek: placa metálica, rodillo aplicador con su placa de dosificación de 2 agujeros para pruebas de intensidad de tono, arrastre, entre otros.
Equipo Precisión Gage para verificación de molienda de tintas.

Sistema de transportaciòn y apiladores Quipp

Cuadrando paràmetros de impresiòn.

Area de empalmadores de la rotativa.

LUIS ENRIQUE RAMÍREZ / GERENTE DE PRODUCCION/PANORAMA

Vista general de la rotativa

-Balanza para preparación de mezclas de color (Pantone).
-Agitador de mezcla DUKE para determinación de Ink-Water/Emulsificación.

¿Han participado en el concurso internacional de calidad de impresión INCQC del IFRA?
Participamos en el pasado concurso internacional de calidad de impresión INCQC del IFRA, no calificamos, pero la experiencia fue enriquecedora para mejorar la calidad de impresión.

¿Cuáles son los principales indicadores de gestión que usan, cual es el -desperdicio impreso total que manejan en porcentaje y cuantos ejemplares de desperdicio tienen en los arranques de impresión de los diarios?
Tenemos el 2,1 % de desperdicio impreso total, es nuestro principal índice de gestión; la meta es llegar al 1,8% promedio del desperdicio al final del año 2014.
El desperdicio en el arranque primario es de 450 ejemplares promedio y en las paradas durante el tiraje es de 250 ejemplares promedio.

¿En porcentaje, cuánto tiempo maquina destinan a impresión de diarios, de suplementos para los diarios, de insertos para terceros?
R: En la rotativa Metro (impresión de los diarios) tenemos una ocupación del 58% y en la rotativa Tensor (impresión Comercial) la ocupación es del 45%, de la capacidad productiva total.

¿Qué medidas están tomando para el cuidado del medio ambiente, tienen pensado aplicar o ya tienen el ISO 14000? ¿Responsabilidad Social Empresarial?
Para la conservación del medio ambiente hemos instalado filtros y sistema de neutralización de elementos tóxicos a la salida de las reveladoras de planchas, son marca METAFIX de origen U.S.A; para los residuos de tintas se ha contratado una empresa con licencia gubernamental con el fin incinerar trapos y residuos de tinta en los tambores. No tenemos ISO 14.000, y no hemos considerado todavía su aplicación.

¿Publican los diarios en plataformas digitales, lo hacen a través de la convergencia de las redacciones?
R: Diario Panorama se publica en la página web (www.panorama.com.ve) y tenemos aplicaciones para medios móviles. Hay una sola Sala de Redacción para la información total; pero con personal exclusivo para subir la información que pertenece a la web.

¿Reciben la revista Intercambió Técnico de la ATDL?
R: Recibimos la revista "Intercambio Técnico" de la ATDL tanto en físico como por la página web de la ATDL.

Diarios en camino a la sala de despacho

UNA METROPOLI CARIBEÑA

Bordeada al este por un lago majestuoso, el más grande de América, se erige una de las ciudades más hermosas de América Latina, con diversos contrastes en sus paisajes, calles e infraestructuras, un calor sobrenatural que no solo proviene del sol sino del cariño y afecto de su gente; una gastronomía variada, y el bullicio alegre en cada uno de sus rincones, esa es Maracaibo, una metrópolis caribeña.
Esta ciudad representa el centro económico más importante del occidente de Venezuela. Es la capital de uno de los estados más prósperos de Venezuela, el Zulia.
Esta joya tropical, con lugares históricos de interés turístico, parques y áreas verdes, y un extenso Lago apto para el transporte masivo y recreativo es un imán para el turista extranjero que desee conocerla. Su casco histórico catalogado como "el corazón de Maracaibo" está en el centro de la ciudad, comprendido por 140 hectáreas de valor patrimonial, posee llamativas edificaciones, plazas, iglesias y un extenso malecón de 45 mil metros cuadrados, apto para el esparcimiento.

Maracaibo desde el Lago

Casa de la Capitulación

Monumento a La Virgen de Chiquinquirá

Centro de Arte Cultural - Lía Bermúdez

revista
Intercambio Técnico

ASOCIACIÓN TÉCNICA DE DIARIOS LATINOAMERICANOS

Uniendo la región

DIARIOS ASOCIADOS:

- EL UNIVERSAL
- La Prensa
- LA PRENSA
- LA PRENSA
- EL DIARIO DE HOY
- Panamá América
- LA ESTRELLA DE PANAMÁ
- EL CARABOBEÑO
- EL IMPULSO
- PANORAMA
- EL NACIONAL
- Meridiano
- EL TIEMPO
- EL TIEMPO.COM
- EL COLOMBIANO
- expreso
- EL UNIVERSO
- EL COMERCIO
- El Telégrafo
- La Industria.pe
- El Comercio
- O ESTADO DE S. PAULO
- O GLOBO
- abc
- ULTIMAHORA
- EL PAIS
- EL MERCURIO
- LATERCERA
- Clarín
- LA GACETA
- La Nueva Provincia
- La Voz
- LA NACION
- Los Andes
- ABC

PROVEEDORES ASOCIADOS:

AGFA GRAPHICS - Latin America;
Baldwin,
B.O.D. Arquitectura e Ingeniería;
CCI Media Consulting;
Corporación Bermont;
Félix Böttcher GmbH & Co.;
Ferag AG;
Flint Ink, Corp. Latin América;
Fujifilm;
Goss International Corp.;
Graphic System Int. Co.;
Grupo DANA,
huber group,
Industintas S.A.;
KBA;
Kodak Graphic Comunication Group; Manroland web AG;
Megtec System Inc.;
Müller Martini AG, Latin America;
Nela- USA
OneVision Software (Latin America)
Papeles Bio Bio;
Papel Prensa S.A.;
Protecmedia ;
Q.I. Press Controls Latin America.
Rendic Graphic Systens;
Resolute Forest Products;
RIMA;
Sun Chemical Latin America;
Sygne Corporation;
Technotrans;
Tintas Sánchez;
Wifag Maschinenfabrik AG.

LA TOMA FOTOGRÁFICA PARA UNA BUENA PUBLICACÍON

José Banchón M.
Asesor en Producción Gráfica
jbanchon@mrbtl.com

La calidad fotográfica juega un papel muy importante en la producción, la toma, el proceso de digitalización, la corrección de color y la impresión deben tener un equilibrio tal que en el papel sea lo más cercano a la realidad, con buen color y gradaciones tonales (en el caso de fotos bn) y reproducción de los detalles.

Creo en la idea de que el cuerpo de fotógrafos debe conocer los métodos de reproducción y el o los productos donde se publicarán sus fotografías, sin que esto represente que ellos tengan la tarea de alterar la imagen antes del proceso de corrección de color, situación que se da en ciertos casos, ya que debemos entender que es otro proceso hecho por personal especializado en base a parámetros numéricos y gráficos.

Sin embargo, es importante la interacción del fotógrafo con los encargados de la corrección de color, ya que esto alimenta el criterio profesional y resulta en una calidad acorde a lo que exige la publicación, el lector y el cliente.

Por otra parte, si bien es cierto la corrección de color enfrenta varios cambios a nivel de producción de diarios, entre ellos que el software interviene ya en esta labor, el tiempo es muy corto y la calidad se mantiene en un punto en que el tiempo y el contenido tienen mayor relevancia, sin embargo, quienes jugamos del lado de la calidad creemos que puede haber un equilibrio donde la toma fotográfica cumpla parámetros básicos que permitan una muy buena reproducción, con todas las herramientas disponibles.

Que debemos considerar

Si bien es cierto hay muchos criterios al momento de una toma, su uso, el concepto, el tiempo, el lugar, la cámara, la luz, etc. sin embargo todo fotógrafo sabe que debe guardar parámetros básicos como enfoque, detalles, brillo, contraste, volumen, color y lógicamente resolución, la impresión de diarios tiene muchos factores que con el tiempo han definido una calidad máxima, pero debemos entender que tanto para fotógrafos como para correctores de color, diseñadores y otros profesionales del ramo, imprimir en papeles finos, con acabados especiales, prensas actualizadas y otros factores exige una toma de excelente calidad y por ende procesos especiales en la preimpresión.

El criterio del fotógrafo al momento de la toma es muy amplio, pero debe apegarse al objetivo de la misma, es decir, la fotografía tiene un concepto bajo el cual el fotógrafo la hizo, sin embargo éste debe tener presente donde se la va a emplear (características del producto, medida, resolución, etc) y por lo tanto no solo debe considerar su criterio, sino también los parámetros técnicos que esta requiere para poder ser reproducida con calidad, así mismo, el corrector de color debe saber como reproducir la foto y como debe llegar de parte del fotógrafo, pero no significa que le indicará a este como aplicar su criterio profesional.

Hoy en día contamos con herramientas digitales que permiten corregir la toma, bien aplicadas pueden darse grandes resultados, sin embargo es preferible que sea el fotógrafo quien cumpla con requisitos de calidad del original, aspectos como una correcta exposición, la relación entre la profundidad de campo y la velocidad, la captura de los detalles y manejo del ruido digital por un valor ISO determinado entre otros, son criterios que afectarán el tiempo de procesos, y lógicamente la calidad resultante.

En conclusión, el fotógrafo conoce los parámetros de ajuste de su cámara de acuerdo a un conjunto de criterios, el corrector de color conoce los parámetros técnicos para reproducir una fotografía lo más cercano al original o aún mejor, por lo tanto si unimos ambos criterios al momento de evaluar y elegir la toma para una producción, el beneficio será para ambos, pero aún mejor para un producto de excelente calidad y por ende para el lector o cliente.

Más Rápido a la prensa.
Máximo tiempo de actividad.

Reduzca los puntos de contacto y aumente las capacidades de trabajo con la nueva Opción de Automatización de la Filmadora de Placas **Kodak Trendsetter News** con Unidad de Cassette Simple.

Entre en el nuevo mundo de la Automatización, de manera accesible.

Conozca más acerca de esta solución en
kodak.com/go/ctp

CAMBIA A LA AUTOMATIZACIÓN
Múltiples opciones, con facilidad de uso

www.kodak.com
comercial@kodak.com

©2014 Kodak. Kodak Achieve, Trendsetter y Trendsetter News son marcas registradas de Kodak.

Kodak

Director ejecutivo de la SIP Julio Muñoz se despide luego de fructífera carrera

Ha sido el director ejecutivo con más larga trayectoria de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).

En su despedida en el Teatro Municipal de Las Condes Julio Muñoz exhortó a seguir creciendo pese a la crisis

El chileno Julio E. Muñoz, quien desde hace veinte años ejercía la dirección ejecutiva de la SIP, se despidió recientemente del organismo en una emotiva ceremonia en el Teatro Municipal de Las Condes que puso broche de oro a su fructífera carrera como directivo.

Originario de Coelemu (445 km al sur de Santiago de Chile), Muñoz llegó a trabajar a la entidad rectora de la prensa del continente como responsable de prensa en 1982. Fue elegido director ejecutivo en 1994 y desde ahora se aleja del organismo para dedicarse a la docencia.

Muñoz es reconocido por ser uno de los personeros que consolidaron la institución, sobre todo al conseguir la estabilidad económica.

Durante las dos décadas en que ejerció como director ejecutivo, la organización consolidó el soporte de fundaciones y de sus socios.

Ese apoyo permitió a la SIP tener sede propia, el edificio Jules Dubois, en el centro de Miami e impulsar los proyectos de Chapultepec y Contra la Impunidad, de profunda relevancia para los periodistas y medios del continente.

Jorge Canahuati, presidente del Comité Ejecutivo de la SIP, subrayó que "Julio deja un importante legado y una silla que será muy difícil de llenar, dado la cualidad y la excelencia de su conducción".

La revista Intercambio Técnico tuvo la oportunidad de compartir varias interrogante a este gran profesional en sus ùltimas declaraciones antes de su retiro de la SIP

¿Puede contarnos parte de su trayectoria?

Fui a estudiar mi doctorado en la Universidad de Minnesota con una beca de la Sip. Esta institución me abrió las puertas para mi carrera profesional. La beca de la Sip llevaba el nombre de Jules Dubois un referente que siempre me acompaño y a quien dedique mi discurso de despedida

¿Sus inicios en el mundo de la prensa escrita?

Estudie periodismo en la Universidad de Concepción en Chile y mis primeros años los trabaje en los diarios El Sur y Cronica de esa ciudad para luego pasar a El Mercurio y la revista Que Pasa. El punto de mi cambio se dio en Quito donde fui a estudiar a Ciespal y de ahí saltar a Estados Unidos

¿Sus años en la SIP?

Han sido la mejores de mi vida. Llegué recién casado a la Sip en 1982 y el desarrollo de mi familia coincidió con mi carrera en esta institución la cual la vi crecer de una modesta organización hasta ser lo que es hoy una de las organizaciones de prensa mas prestigiosas del mindo

¿La anécdotas más alegres?

Son muchas pero recuerdo una muy especial en la oficina del publisher del Washington Post el Sr. Graham. Nos invito a tomar un café en y cuando uno de nuestros miembros quiso servirse de una cafetera especial esta revento y todos quedod bañados en un aromático café!!!

¿Momento dificiles en su carrera?

Las grandes crisis y las búsquedas de recursos para la Sip. Las fundaciones norteamericanas nos ofrecieron mucho dinero para concretar nuestros proyectos lo que puso a la Sip en el ámbito mundial

¿Qué trabajo e innovaciones hizo en sus actividades labores?

Demasiadas. Convertí al instituto de prensa en el principal ente de la Sip y Chapultepec fue nuestro logro mundial mas grande

¿Su opiniòn de los avances tenológicos?

El internet y las redes sociales son los mejores aliados para difundir el mensaje y luchar por los principios que defendemos

¿Su opiniòn del momento de los diarios impresos?

Están en un momento muy difícil. Pero no van a desaparecer. Lo mismo se visualizo cuando Marconi descubrió la radio. La credibilidad y la permanencia del mensaje son los mejores aliados. Hoy los mediod digitales deben ser vistos como aliados y nunca como competencia

¿Cómo avizora el futuro de la SIP y los Medios Escritos?

La Sip debe adecuarse a los nuevos tiempos y debe ser liderada como lo muestra su larga historia por personas de principios y de valores. Nuestro brillante pasado deber servir para orientarnos hacia el futuro

Lillian Castañeda, Ricardo Trotti, Julio Muñoz y Carlos Alberto Montaner, en la sede de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) en Miami.

Ricardo Trotii, nuevo director de la SIP

Santiago, Chile.-

La Sociedad Interamericana de Prensa anunció el nombramiento del periodista argentino Ricardo Trotti como su nuevo director ejecutivo en el primer día del programa de la 70ª Asamblea General de la SIP que se realiza en esta ciudad.

El Comité Ejecutivo de la SIP votó en forma unánime por Trotti como sucesor de Julio E. Muñoz, a partir de enero de 2015. "Con este nombramiento queremos consolidar la continuidad del trabajo que la SIP realiza desde hace más de 70 años en defensa y promoción de la libertad de prensa aseguró la presidente de la SIP, Elizabeth Ballantine.

JOSÉ CARLOS VALVERDE / SALES MANAGER QUADTECH

El futuro de la impresión en Latinoamérica

El futuro de la impresión en nuestros países esta infelizmente ligado a los factores de crecimiento económico y dentro del entorno político de cada país y sus regiones. Hoy en día prácticamente ningún país tiene perspectivas muy optimistas a futuro.

La integración de canales de comunicación paralelos a la impresión es lo que esta generando una mejor oportunidad de sobrevivir como GRUPOS DE MEDIOS. Los periódicos han sufrido una disminución de sus tirajes así como una baja en las suscripciones.

Hoy, los canales electrónicos y las redes sociales generan la inmediatez de la noticia. La gente lee menos y lo esta haciendo por otros canales. La información tiene otros tiempos.

La presión del mercado por ofrecer mejores impresiones y productos con mejor diseño, mas color y con un valor agregado, es una realidad.

Hoy un periódico tiene que aprovechar su estructura y generación de información para hacerla llegar a los diferentes sectores de la población de la manera mas inmediata posible. Tiene que ser una combinación de medios electrónicos con medios impresos. Unos con la inmediatez y los demás con la profundidad.

José Carlos Valverde / Sales Manager Mexico and Latin America

Así mismo, la presión interna de ser mas productivos, disminuir desperdicios, mejorar calidad, disminuir consumo de tinta, mermas de papel, etc., es lo que marcara la pauta.

En el futuro inmediato se tendrán que optimizar la productividad de las maquinas rotativas con mejores equipos que puedan generar DISMINUCION DE COSTOS REALES.

La tecnología esta hoy al alcance de todos los sectores y la impresión no es la excepción.

Se tienen que modernizar y actualizar equipos de control si se quiere tener periódicos rentables. Se tiene que aprovechar la capacidad instalada y sacar mayor beneficio con la impresión de nuevos productos.

GRUPO DANA: Nueva empresa asociada de la ATDL

El Grupo Dana es una empresa española de proveedores recientemente asociada a la ATDL.

La empres DANA provee los siguientes servicios:

Suite SIRIUS: La gama de software más completa del mercado de los medios de comunicación, con módulos específicos para cada área y canal:

- Sistema Editorial multisoporte: web to papel y viceversa.
- Publicidad multimedio y multisoporte: Prensa, web, radio y televisión, portales de clasificados, etc.
- CRM
- Circulación
- Suscripciones
- Colaboraciones
- Compras, almacén e inventario
- Contabilidad y Financiero
- Comercial y producción de plantas de impresión
- Cuadro de Mando Integral: Proporciona una visión rápida y certera del estado de la empresa

Servicios de consultoría para revisar los procesos del negocio y aplicar las mejores prácticas del sector

8 productos informáticos 100 % verticales y totalmente integrados, cubriendo todas las fases del negocio, pero también independientes que se integran con otras tecnologías

Creados, instalados y mantenidos por Grupo DANA, sin intermediarios

HelpDesk 24 x 7 para garantizar la mejor atención a todos nuestros clientes en 10 países.

Tine oficinas en:

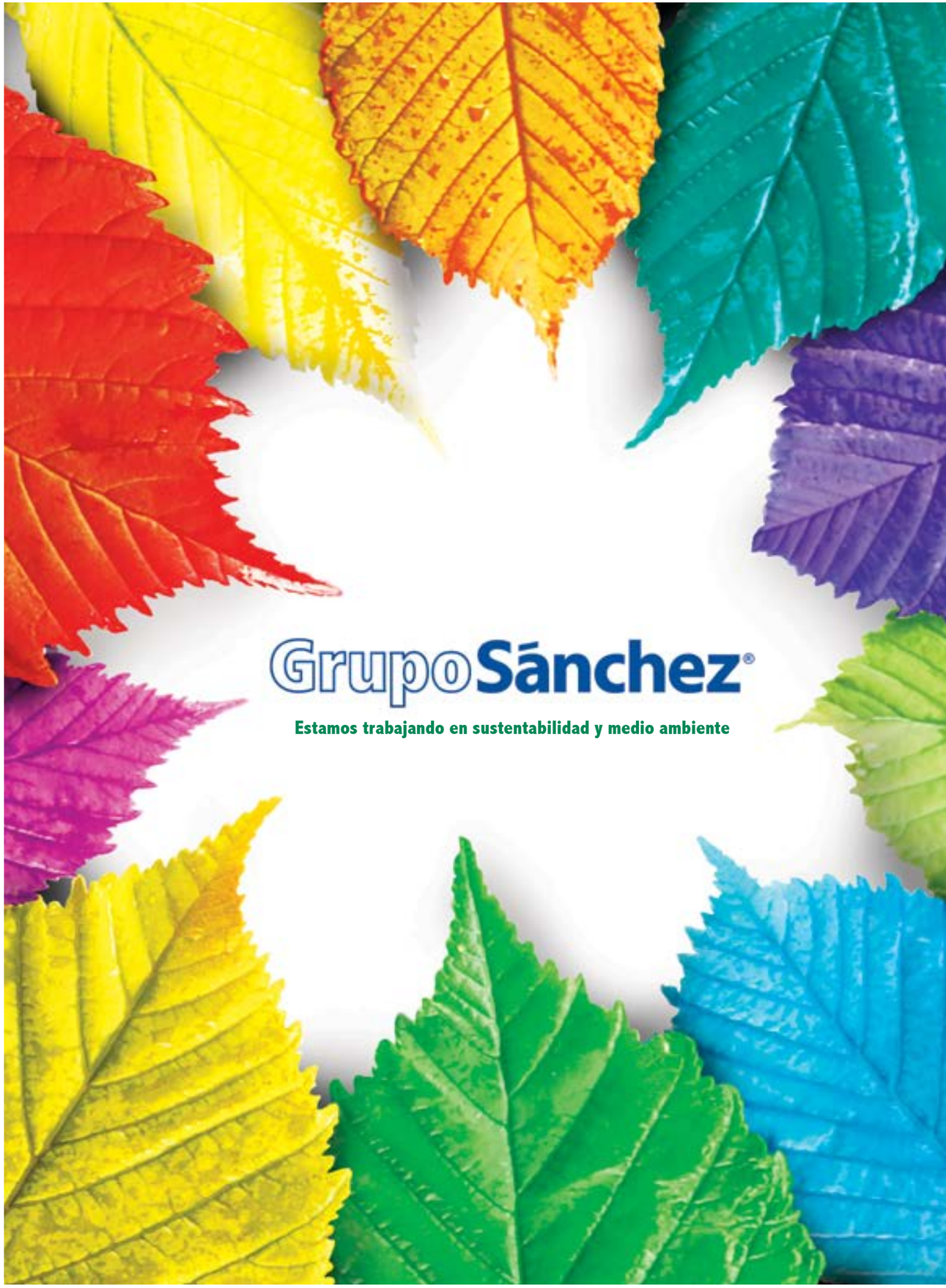
Avenida de la Victoria 65 28023 Madrid Tel. +34 902 505 250

Calle Víctor Chávarri 23 33001 Oviedo Tel. +34 985 21 41 27

C/ Rómulo O'Farril 539, Col. Las Águilas Pilares 01710 México D.F. Tel. +52 55 5680 69 28

Contactos:

Jesús Álvarez Marcos, Presidente Grupo Dana, jesus.alvarez@danagrupo.com



RIMA-SYSTEM

El mejor partner en un mundo de prensa cambiante

Nadie más que RIMA-SYSTEM ha sido capaz de combinar el diario y las operaciones comerciales en un flujo de trabajo híbrido dando plantas de periódicos modernos y las herramientas para conseguir más negocios fuera de sus rotativas.
Estas soluciones incluyen transporte, recorte opcional de apilamiento y de periódicos en diferentes pliegues y formatos, un buen manejo de los productos comerciales, como folletos y catálogos de venta y el apilamiento o registro de apilamiento de los directorios y libros escolares.
Cubriendo todas estas áreas con las máquinas en su mayoría híbridos como los 36S RS y el RS 34S apiladores permite a los periódicos tener una sencilla sala de correo.
Al mismo tiempo que se aprovechan de la creciente flexibilidad de la producción y la gran calidad del conjunto de estos apiladores que abre nuevas oportunidades de negocio - especialmente en el área de la impresión comercial y en el área de "Diario Popular" - y conduce a nuevas fuentes de ingresos.
Muchas plantas de periódicos, comerciales e híbridos en América Latina en los últimos años ha invertido en esta tecnología ya sea para construir una sala de correo optimizado para sus nuevas prensas capaces de manejar diferentes productos

Worlds biggest heatset press. 160 page Lithoman IV with RIMA-SYSTEM Postpress.)

El Comercio, Peru (2x RS 34S)

En Granasa, Ecuador (RS 830 Trimming Line)

RS 90S: Plug & Play Newspaper Stacker

o para actualizar su sala de correo existente.
La última adición a la línea de productos RIMA-SYSTEM es el apilador periódico RS 90S. En varias visitas y reuniones del proyecto nos dimos cuenta de que muchas plantas de periódicos están luchando con sus viejos apiladores de periódicos. Pierden dinero, tiempo y oportunidades sueltas todas las noches.
• Por un lado, la edad y la forma de apiladores mayores directa y negativamente afectan a la productividad de la sala de correo y los costos de operación. El tiempo de inactividad, los atascos, mala calidad del haz y los plazos de entrega perdidas son problemas de los jefes de explotación tienen que hacer frente a todas las noches.
• Por otro lado, la disminución de la circulación de las impresoras tradicionales de fuerza periódicos para buscar alternativas. Diferentes pliegues, paginaciones inferiores, más flexibilidad de formato y la capacidad de manejar el trabajo comercial abre nuevas fuentes de ingresos a la prensa diario - si el apilador puede manejar estos productos. La mayoría mayores apilador periódico no puede!
• Por último, pero no menos importante, en el lado del proveedor que hemos visto muchos fabricantes cierran sus plantas o se reducen significativamente. Posteriormente, el servicio y el apoyo han desaparecido o se han reducido a un mínimo. Esto dio lugar a un nivel de soporte (puntualidad, el conocimiento, la disponibilidad de piezas, fijación de precios) no es aceptable para los periódicos que se han de tener en sus productos fuera de la puerta cada noche.
RIMA-SYSTEM tiene más de 30 años de experiencia en el diseño, la distribución y la implementación de sistemas de acabado y ha realizado más de 9.000 exitosos proyectos.

COLONIAL PRESS INTERNATIONAL BUSCA SER MAS EFICIENTE

La GOSS Sunday 3000

En la Feria GraphExpo, la empresa Colonial Press International de Miami, EE. UU. cerró el trato de adquisición de la nueva impresora 2x8 Sunday 3000 de Goss, que triplicará la producción de impresión actual de la compañía y amplificará la capacidad competitiva a una gama más amplia de productos.

Con su nueva GOSS Sunday 3000, Colonial Press International busca ser más eficiente y extender su mercado.

El formato 2x8 de 75 pulgadas (1905 mm) de ancho de la nueva impresora Sunday 3000 de cinco unidades es único en el mercado y fue la característica clave para la decisión de Colonial.

La impresora ofrece el doble de ancho que cualquiera de las impresoras actuales de la compañía, con un límite de 221⁄4 pulgadas (565 mm), y se instala con una plegadora PFF3.2 sin agujas y una plegadora de mordaza JF80G.
La Sunday 3000 vendrá equipada con un doblador PFF 3.2 para imprimir revistas a 97 mil CPH (o 194 mil en 16s) y nuestra nueva innovación de dobladores el nuevo JF80, 80 mil copias para otros

formatos.

Esto permitirá a Colonial una producción estándar de 8 1⁄2 x 11, así como de productos de plegado doble paralelo y tabloide.

La velocidad, el formato y la configuración de la nueva impresora Sunday 3000 triplicarán la capacidad de impresión de las máquinas actuales de Colonial y le permitirá ofrecer a sus clientes una nueva capacidad de producción, en cuanto a los tiempos de los ciclos y los plazos de entrega de impresiones.
Eso no es todo, la Sunday vendrá equipada con nuestro último modelo de hornos ECOSET que ofrece un 70% en ahorros en consumo de gas.

•La capacidad de producción de 75 pulgadas de ancho de bobina fue la clave de la decisión

•La impresora 2x8 ofrece una flexibilidad de producción inigualable.

Agfa Graphics lanza "eXPERT Services"

Basado en la norma ISO de control de calidad

Agfa Graphics ha lanzado su " servicios de expertos ", una nueva serie de programas para revisión de procedimientos basados en la norma ISO de control de calidad , capacitación, consultoría e integración de sistemas específicamente diseñados para garantizar y asegurar a los impresores de periódicos que se están cumpliendo sus necesidades de la organización y que todo el proceso, desde el CTP de prensa está funcionando sin problemas y eficientemente como sea posible .

El Programa de Agfa se construye en torno a cuatro objetivos principales: IQA (ISO Calidad Assist), CTP Avanzada de

Configuración e Integración, Consultoría y Capacitación.

Los programas de IQA (Calidad ISO Assist) utiliza las normas y procedimientos de la industria para garantizar la calidad reproducible desde la preimpresión hasta presionar para ajustarse a la norma ISO 12647-3.

Agfa Graphics, ofrece a sus clientes un servicio profesional y apoyo que ha sido siempre la clave para hacer negocios . Esto requiere una combinación de " desempeño superior " preimpresión equipos , el software y las personas con las competencias adecuadas " , dijo Emiel Sweevers , Agfa Graphics. "

El programa ' Servicios Periciales ' está diseñado para mejorar y controlar la calidad de la producción , optimizar la producción y aumentar la productividad.

CONTROL DE RESIDUOS DIARIOS MAL IMPRESOS

Proyectos para ahorrar papel

Wan Ifra publica informe sobre gestión de papel periódico

Reconociendo las presiones de los costos externos, los impresores de periódicos se reunieron en la India para reducir el nivel de sus residuos.

Los delegados a la conferencia de la WAN -IFRA India en Delhi escucharon de un proyecto pionero para medir y comparar la eficiencia , con lo que potencialmente vendran enormes beneficios y que pueden llegar a ser un modelo para la industria de todo el mundo.

Y a nivel de planta individual , el enfoque se dirigió a los ahorros en los costos de energía y el uso de papel de periódico .

Kasturi Balaji , es el autor de un informe que WAN -IFRA ha publicado sobre la gestión de el papel que se desecha mal impreso.

Con éste informe la organización quiere apoyar a las editoras de prensa y a sus impresores en su esfuerzo por ahorrar papel y contribuir a la conservación del medio ambiente.

"El papel prensa es, con diferencia, el consumible de los diarios", señala Balaji. "La experiencia demuestra que un uso eficiente del papel prensa tiene un impacto notable en la eficiencia de todo el proceso de producción".

El papel de periódico es alrededor de la mitad del costo de producción de un diario , por lo que cada por ciento de los residuos ahorrado sirven al final de las cuentas.

"Hay una razón muy simple pero muy convincente de por qué se debería hacer algo para reducir la maculatura del papel prensa: las cuentas", asegura Balaji. "Todo el dinero ahorrado en papel prensa es dinero ganado. Además, una reducción del consumo de papel prensa va generalmente acompañada de una reducción del período de paro y una sensible mejora de la calidad".

El informe ofrece asimismo una versión actualidad de la información sobre el uso eficiente de papel prensa recogida en la 'Newsprint and Newsink Guide' de WAN-IFRA, que brinda una panorámica completa del uso del papel prensa: propiedades físicas; el control de la calidad; las características de las bobinas y el mandril; el transporte, el almacenamiento y el manejo; la calidad de impresión, y el control de la maculatura.

DRUPA: Cambio en la demanda de impresión

Drupa acaba de publicar un resumen ejecutivo del informe "drupa Global Insights" sobre el impacto de Internet en la impresión. Se trata del primero de una serie de informes que analizan las tendencias estratégicas del sector de las artes gráficas y la comunicación a escala tanto internacional como regional.

En los últimos quince años, con la llegada de las tecnologías digitales, una proporción cada vez mayor de las comunicaciones es digital, no analógica.

Entre los miembros del panel de expertos de la drupa, el 46% afirma que la demanda de impresión tradicional (no digital) ha caído en

los últimos cinco años, mientras que el 21% señala que la demanda ha aumentado, lo que da como resultado un descenso medio de la demanda del 25%. Si analizamos las respuestas por segmentos de mercado, el sector de los envases es el que menos ha notado la bajada de la demanda, de un 14% de media, que contrasta con el descenso del 33% en la impresión comercial y del 42% en el caso de los impresores editoriales.

En cuanto a los soportes de impresión, se aprecia una caída media de la demanda de papel del 9% en los últimos cinco años, si bien diversos encuestados han notado un aumento de la misma. Ese descenso contrasta con un incremento medio de la demanda de cartón, soportes flexibles, metal, vidrio y tejidos.

Vocento, Prisa, Unidad Editorial y Godó lanzan una plataforma de venta de publicidad 'on line'

Los grupos editoriales más importantes de España, Vocento, Prisa, Unidad Editorial y Godó, junto con otros medios digitales, han lanzado PMP Medios, una plataforma de venta programática de publicidad en tiempo real exclusiva de los medios de comunicación.

Se trata de una plataforma pionera en España y permite a anunciantes y agencias planificar eficientemente su publicidad en un entorno seguro de contenidos de calidad.

Esta iniciativa nace para satisfacer la creciente demanda del mercado publicitario de un modelo de compra automática de espacios publicitarios.

PMP Medios pone a disposición de agencias y anunciantes, de manera conjunta, su inventario digital para ofrecerles un entorno seguro de calidad donde poder planificar eficientemente sus campañas de manera programática mediante la automatización de la compra de espacios publicitarios en tiempo

real en función de los criterios de segmentación establecidos.

Las agencias y anunciantes podrán comprar publicidad eligiendo el perfil de las audiencias en función de los distintos canales de noticias, deportes, economía, tecnología, ocio o mujer.

PMP Medios está formado por más de 50 cabeceras premium de los medios más importantes de España que, en conjunto, suman más de 17.605.000 lectores y alcanzan una cobertura del 92% de la audiencia de información digital.

Con esta iniciativa se pasará a comprar directamente las audiencias de forma rápida, fiable, eficaz y exclusiva a través del sistema de puja de compraventa de espacios para anunciarse.

La plataforma ya está operativa e integrada en el mercado a través de DoubleClick AdExange, para garantizar el mejor funcionamiento.

No es la primera vez que Unidad Editorial realiza este tipo de alianzas para captar publicidad de los soportes web. A primeros de 2013, Prensa Ibérica, Grupo Zeta y Unidad Editorial pusieron en marcha Corporación Publicitaria de Medios, CPM, con el objetivo de comercializar su publicidad digital.

Latinoamérica debe prepararse Tsunami digital: Juan Luis Cebrián

El presidente ejecutivo de PRISA, Juan Luis Cebrián, señaló hoy que "Latinoamérica debe prepararse para el tsunami digital" que ya ha azotado a Europa y a Estados Unidos cambiando radicalmente el panorama de los medios de comunicación y la industria cultural, tanto en sus modelos de negocio como en su relación con los usuarios.

El ejecutivo indicó que mientras en Europa y en Estados Unidos los medios y, en particular los diarios y el mundo editorial, han sufrido una crisis severa por la irrupción de los medios online, en la mayoría de los países de Latinoamérica no se ha dado ese proceso e incluso se está viviendo un boom de publicidad.

Pero se mostró convencido de que ese fenómeno se reproducirá en breve en la región y que los medios latinoamericanos deben afrontar esa revolución digi-

Juan Luis Cebriàn

tal como una oportunidad y no como un problema.

"No caigan en el espejismo de que no van a sufrir lo mismo que hemos pasado aquí. Y es que las nuevas tecnologías van a cambiar fundamentalmente el espectro de los medios de comunicación y eso va a afectar no solo en su negocio sino a la vertebración de las opiniones públicas y a cómo va a funcionar la democracia en el futuro", indicó el directivo durante su intervención en la XXV Asamblea Plenaria del Consejo Empresarial de América Latina que se celebra en Madrid.

El presidente ejecutivo de PRISA (grupo editor de EL PAÍS) indicó que Latinoamérica tiene un gran potencial porque se trata de un mercado cultural único de 730 millones de personas, en el que la penetración de Internet es solo del 54% pero con un perfil de crecimiento amplio gracias al aumento de la clase media y a la extensión de redes que están llevando a cabo los operadores.

Cebrián insistió en la buena salud de la que goza la prensa impresa en la región, aunque alertó de leyes que limitan la inversión extranjera en los medios de comunicación en algunos países (Venezuela, Ecuador, Argentina y otros).

EMPRESA

EMPRESA	PAÍS	SITIO WEB	CORREO ELECTRÓNICO
Clarín	Argentina	www.clarin.com	eleonian@agea.com.ar
La Gaceta	Argentina	www.lagaceta.com.ar	jblanco@lagaceta.com.ar
La Nación	Argentina	www.lanacion.com.ar	jpini@lanacion.com.ar
La Nueva Provincia	Argentina	www.lanueva.com.ar	jdetzel@lanueva.com.ar
La Voz del Interior	Argentina	www.lavozdelinterior.com.ar	lsentana@lavozdelinterior.com.ar
Los Andes	Argentina	www.losandes.com.ar	ahavila@losandes.com.ar
0' Estado de Sao Paulo	Brasil	www.estado.com.br	odair.bertoni@grupoestado.com.br
0' Globo	Brasil	www.oglobo.globo.com	rodrigo.schoenacher@infoglobo.com.br
El Colombiano	Colombia	www.elcolombiano.com	luisb@elcolombiano.com.co
El Tiempo	Colombia	www.eltiempo.com	migper@eltiempo.com
El Mercurio	Chile	www.elmercurio.com	cmunoz@mercurio.cl
La Tercera	Chile	www.latercera.cl	magloni@copesa.cl
El Comercio	Ecuador	www.elcomercio.com	gianca@elcomercio.com
El Telégrafo	Ecuador	www.telegrafo.com.ec	diego.tobar@telegrafo.com.ec
El Universo	Ecuador	www.eluniverso.com	gvalarezo@eluniverso.com
Expreso	Ecuador	www.expreso.ec	hanischt@granasa.com.ec
La Prensa Gráfica	El Salvador	www.laprensa.com.	sv Ideramond@laprensa.com.sv
El Diario de Hoy	El Salvador	www.elsalvador.com	federico.rank@editorialaltamirano.com
Grupo Vocento	España	www.ABC.es	fgil@vocento.com
La Prensa	Honduras	www.laprensahn.com	orlandom@laprensa.hn
El Universal	México	www.eluniversal.com.mx	raymundo.regalado@eluniversal.com.mx
La Prensa de Nicaragua	Nicaragua	www.laprensa.com.ni	Hholman@laprensa.com
ABC Color	Paraguay	www.abc.com.py	msanchez@abc.com.py
Última Hora	Paraguay	www.ultima hora.com	emilio-sapienza@uhora.com.py
El Comercio	Perú	www.elcomercioperu.com.pe	¡prado @comercio.com.pe
La Industria	Perú	www.laindustria.com	mlbc@laindustria.com
Grupo Epensa	Peru	www.grupoepensa.pe	cagois@grupoepensa.pe
Grupo Gese	Panamá	www.laestrella.com.pa	havila@laestrella.com.pa
Grupo Epasa	Panamá	www.epasa.com	michael.hanisch@epasa.com
El Nuevo Día	Puerto Rico	www.endi.com	jespinal@elnuevodia.com
El País	Uruguay	www.diarioelpais.com	fscalone@elpais.com.uy
El Carabobeño	Venezuela	www.el-carabobeno.com	mcuartin@el-carabobeno.com
El Impulso	Venezuela	www.elimpulso.com	finanzasccs@elimpulso.com
El Nacional	Venezuela	www.el-nacional.com	jabbate@el-nacional.com
El Tiempo	Venezuela	www.eltiempo.com.ve	ccamino@eltiempo.com.ve
Meridiano	Venezuela	www.meridiano.com.ve	jhuenufil@dearmas.com
Panorama	Venezuela	www.panodi.com	eferrer@panodi.com

PROVEEDORES

AGFA GRAPHICS - Latin America	www.agfa.com	fernando.campiao@agfa.com
B.O.D. Arquitectura e Ingeniería	www.bod.es	pdiez@bod.es
Baldwin	www.baldwintech.com	
CCI	www.ccieurope.com	jom@ccieurope.com
Corporación Bermont	www.BERMONT.es	max.garrido@bermont.es
Félix Böttcher GmbH & Co.	www.boettcher.de	bottchersud@bottchersud.com.ar
Ferag AG	www.ferag.com	massimo.indingaro@ferag.com
Flint Ink, Corp. Latin America	www.flintgrp.com	adhemur.pilar@flintgrp.com
Fujifilm	www.fujifilm.com	nobumitsu.kurashima@fujifilm.com
Goss International Corp.	www.gossinternational.com	ernesto.oliveira@gossinternational.com
Graphic System Int. Co.	www.gsihome.com	gacevedo@gsihome.com
huber group,	www.hubergroup.com	ablanco@hubergrouplatam.com
Industintas S.A.	www.industintas.com	miguelpineda@industintas.com
KBA	www.kba.com	michael.bender@kba.com
Kodak Graphic Comunication Group	www.graphics.kodak.com	andrea.perez@kodak.com
manroland Web AG	www.manroland-web.com	heiko.ritscher@manroland-web.com
Megtec System Inc.	www.megtec.com	rcasale@megtec.com
Müller Martini AG, Latin America	www.mullermartini.com	andre.becker@ch.mullermartini.com
Nela-USA	www.nela-usa.com	Felipe_Gonzalez@nela-usa.com
OneVision Software (Latin America) Ltda.	www.onevision.com	alessandro.regente@onevision.com
Papeles Bio Bio	www.papelesbiobio.cl	alvaro.olmos@pabio.cl
Papel Prensa S.A.	www.papelprensa.com.ar	albertocuesta@ciudad.com.ar
Protecmedia	www.protecmedia.com	jmleon@protecmedia.com
Q.I. Press Controls Latin America Ltda.	www.qipc.com	j.coutinho@qipc.com
Rendic Graphic Systems	www.rendicgs.com	jerko.rendic@rendicgs.com
Resolute Forest Products	www.resolutefp.com	luissueiro@resolutefp.com
RIMA	www.rima-system.com	Klaus.Kalthoff@rima-system.com
Sun Chemical Latin America	www.sunchemical.com	fernando.tavara@sunchemical.com
Sygne Corporation	www.sygnecorp.com	ruben@sygnecorp.com
Technotrans	www.technotrans.com	bernd.wallat@technotrans.com.br
Tintas Sánchez	www.sanchez.com.mx	edwincastaneda@sanchez.com.mx
Wifag Maschinenfabrik AG	www.wifag.com	matthias.kobel@wifag.ch

ANUNCIANTES

Agfa Graphics Systems	www.agfa.com	javier.meneses@agfa.com
Flint Group	www.flintgrp.com	adhemur.pilar@flintgrp.com
Goss International Corporation	www.gossinternational.com	ernesto.oliveira@gossinternational.com
Nela-USA	www.nela-usa.com	Jorge_Suarez@nela-usa.com
Tintas Sánchez	www.sanchez.com.mx	edwincastaneda@sanchez.com.mx
Kodak Graphic Comunication Group	www.graphics.kodak.com	andrea.perez@kodak.com

PLAN DE TRABAJO

Revista Intercambio Técnico 2014

Estimados amigos de la ATDL,
publicamos el programa para el año 2014.

Programacion año 2014 para Revista INTERCAMBIO TECNICO

Edicion del Mes	Revista Numero	Visitas	Fecha Visitas	Cierre Avisos	Cierre Redaccion	Publicacion PDF e iPad	Impresión Revista	Envio por Courier	Observaciones
Febrero	117	Cdad Panama	20-ene	01-feb	08-feb	15-feb	20-feb	25-feb	Principales diarios de Panama, su desarrollo en medios impresos, experiencias y su posicion en Panama
Abril	118	San José ó Cdad Guatemala	20-mar	01-abr	08-abr	15-abr	20-abr	25-abr	Casos de éxito diario popular la teja grupo La Nacion, o Grupo Diarios Modernos de Guatemala,.
Junio	119	Buenos Aires	20-may	01-jun	08-jun	15-jun	20-jun	25-jun	Grandes diarios de Buenos Aires y su vision de Print y Digital
Agosto	120	Mexico DF ó Montevideo	20-jul	01-ago	08-ago	15-ago	20-ago	25-ago	Especial por 20 años de Revista IT, historia inicios, primeras ediciones, cambios
Octubre	121	Maracaibo	20-sep	01-oct	08-oct	15-oct	20-oct	25-oct	Panorama y sus preparativos para su fiesta centenaria, Poster socios ATDL con logos de auspiciantes
Diciembre	122	Cdad Sede Seminario	Fecha del Seminario	01-dic	08-dic	15-dic	05-ene	10-ene	Especial cobertura seminario anual 2014

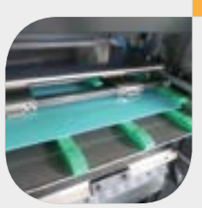
CLASIFICADOS ATDL

COMPRA, OFERTA Y VENDE

SECCIÓN CLASIFICADOS ATDL: Aquí los asociados podrán contratar económicos modelos para anunciar sus ofertas y necesidades, sean estas laborales, de equipos usados y de servicio. Podrá ofertar su producto a la comunidad ATDL que la conforman más de 30.000 lectores.

ATDL Intercambio Técnico *es una publicación de los Asociados a* ***ATDL*** *que cubre temas técnicos y se publica bimestralmente en idioma castellano, no responsabilizándose por el contenido de los artículos que expresan la opinión de su autor. Las tarifas publicitarias y cada edición aparecen en el sitio web de la asociación* ***www.atdl.org.***
Suscripciones: *Contáctese en el correo electrónico: suscripciones@atdl.org . Los asociados a* ***ATDL*** *tienen derecho a recibir por correo la publicación sin costo alguno. Las solicitudes de los no asociados a* ***ATDL*** *deberán calificar para el envío sin costo, quedando reservado el derecho de entrega a la asociación.*

...New Magnum Compact



Combining compact inker modules with powerful automation and agility features, the Goss Magnum Compact press introduces advantages never before available in the single-width sector. The result is a versatile, cost-effective option for newspaper, semi-commercial and book production, including multi-product business models and ultra short run lengths.

GOSS

Goss International, Inc.
121 Technology Drive, Durham, NH 03824
Leonardo Clavijo
PHONE: +603-767-5676
FAX: +603-750-6659
leonardo.clavijo@gossinternational.com
www.gossinternational.com

...see things differently