



Mega entra a la competencia de los canales de noticias

Meganoticias Ahora, la nueva señal informativa que comenzó a transmitir ayer, se plantea como una alternativa a 24 Horas, CNN Chile y T13 en Vivo.

PATRICIA CERDA F.

Gianfranco Dazzarola, director de Prensa de Megamedia, dice que la demanda por información con mayor profundidad explica la arremetida que han tenido en los últimos años en el país los canales de noticias. Un mercado al que se sumó ayer Meganoticias Ahora, canal informativo que pretende ser una alternativa a señales como 24 Horas, CNN Chile y T13 en Vivo.

El ejecutivo confía en que el público verá la nueva señal —que está disponible durante todo el día en la plataforma Mega Go, Youtube y en el cable— porque tiene elementos que, a su juicio, no existen en la competencia.

“Este canal va dirigido a un público joven, de hasta unos 35 años, el mismo que hoy se informa por TikTok o Instagram”, dice. Y agrega que, por lo mismo, la mayor parte de los programas serán conducidos por rostros jóvenes, que pasarán de reporteros a conductores.

Consultado sobre si realmente hay público para otro canal de noticias en el país, Dazzarola cree que sí porque los televidentes quieren profundizar en la información y eso, afirma, no sería posible hacerlo a cabalidad en las señales abiertas.

“Es distinto el trabajo en un canal informativo, donde puedes profundizar a través de programas, entrevistas, y extenderse también en otros bloques horarios”, puntualiza.

El nuevo canal tendrá en su parrilla todos los noticieros regulares que se emiten por la señal abierta.



Meganoticias Ahora tendrá en su parrilla el noticiero central de la señal abierta, Meganoticias Prime, que conducen Andrea Arístegui y Juan Manuel Astorga.

La competencia por el público que consume noticias en televisión no será fácil. 24 Horas, el canal informativo de TVN, es lo más visto entre las señales informativas del cable. La estación, que está cumpliendo 15 años, obtuvo el año pasado una participación del 52% entre el público que ve canales informativos superando a CNN Chile (26%) y T13 en Vivo (22%).

En lo que va del año, además, 24 Horas tiene un promedio de rating de 0,3 puntos y CNN Chile marca 0,1 puntos, cifras en las que hay que considerar la cantidad de canales que existen en la TV de pago.

Christian Weinborn, editor general de noticias, destaca que el capital de 24 Horas es tener cobertura en todo el país. “Sabemos que no todas las noticias ocurren en la Región Metropolitana y nosotros podemos salir desde todo Chile”, indica.

T13 en Vivo, en tanto, se estre-

nó en abril del año pasado en la señal 2 de Canal 13. Aunque es un canal abierto, se mide y se compara en la industria con los canales informativos del cable.

En cifras, desde abril del año pasado ha logrado un promedio de 7.495 personas. “Estamos contentos con todo lo que hemos logrado construir en este primer año, a través de un contenido de calidad y que viene a seguir la línea de lo que hacemos históricamente en Canal 13”, plantea el director de Prensa de esa señal, Claudio Villavicencio.

CNN Chile se encuentra actualmente enfocado en el desarrollo de su transformación digital, para lo cual sumó a Jorge Cabezas, exdirector de Prensa de Canal 13 y TVN, como asesor estratégico, y al periodista Sebastián Rivas como director de estrategia digital.

El canal cuenta hoy con programas como “Tolerancia cero”, “CNN Magazine” e “Íntimo”.