



Cartas

Institucionalidad

● Ante los últimos acontecimientos ocurridos en el país, algunos han señalado que se deben reformular todas las instituciones, lo que está muy lejos de la realidad. Es cierto que en algún momento se deberá limpiar lo que está sucio, pero si el mal se esconde, ya que nunca aparece al desnudo sino bajo las apariencias de bien, todavía se oculta más el bien, ya que es humilde y circular de incógnito por el mundo. El mal es la ausencia del bien debido.

Iván Alviña Olavarria

Crisis de seguridad

● Se cumplieron seis meses desde la muerte de Joaquín, un niño que, al igual que tantos otros en nuestro país, fue víctima de una balacera. Desde Pacto Niñez queremos expresar nuestra más sinceras condolencias a su familia y a la Fundación Don Bosco, organización parte de nuestra red que acogió a Joaquín en su programa Patio Don Bosco en La Florida.

Lamentablemente, la pérdida de Joaquín es un doloroso recordatorio de la crisis de seguridad que afecta a niñas, niños y adolescentes en Chile. Como Pacto Niñez, articulación que reúne a 119 organizaciones de la sociedad civil, nos remece profundamente esta realidad que, lejos de mejorar, ha empeorado.

Según cifras del Informe Nacional sobre el Bienestar de la Niñez en Chi-

le 2024, reflejadas y sistematizadas por Observatorio Niñez de Fundación Colunga, en 2017 un 41% de las niñas y niños vivían en barrios con violencia crítica; en 2022 ese porcentaje aumentó al 47%, alcanzando un 50% en la Región Metropolitana. Pero ¿qué significan estas cifras? ¿Cómo cuidamos a nuestra niñez?

Estamos llegando tarde. Como país debemos reconocer la magnitud de este problema y entender que no basta con aplicar medidas cortoplacistas. Es necesario detenernos a pensar los entornos amables que queremos para la niñez, convocar a los distintos sectores y definir estrategias y presupuestos articulados para la generación de políticas con enfoque de niñez: su bienestar es tarea de todos y todas.

Florencia Hepp Castillo
Coordinadora Pacto Niñez

Educación TP

● Este fin de semana terminó el mes de la Educación Técnico Profesional (TP), área que destaca por su impacto profundo y transformador en la vida de miles de chilenos. La educación TP ha sido un camino esencial para superar barreras sociales y mejorar la calidad de vida de generaciones, incluyendo la de aquellos que, como mis abuelos y mi padre, encontraron en ella una oportunidad para forjar un futuro mejor.

La educación TP no es sólo una preparación para el mundo laboral; es una herramienta poderosa para la

movilidad y el desarrollo personal. Sin embargo, enfrenta desafíos que requieren nuestro compromiso para robustecerla. Es fundamental que el Estado, el sector privado y las comunidades se unan para garantizar recursos, infraestructura y docentes capacitados que mantengan la educación TP alineada con las demandas actuales.

El futuro de nuestro país depende de la formación de técnicos competentes y comprometidos. Fortalecer la educación TP es una responsabilidad compartida, y sólo mediante un esfuerzo colectivo podremos asegurar que continúe siendo un motor de transformación.

Christian Lazcano
Director de formación Centro de Innovación en Liderazgo Educativo Ciled-UDD

Atenciones odontológicas

● En estos días, el Ministerio de Salud ha dado a conocer las cifras actualizadas de las listas de espera en Chile. Como es costumbre, la lista de espera no GES del sistema público supera los 2,1 millones de pacientes, y de esa cifra, 1 de cada 4 corresponden a atenciones de odontología.

Detrás de estos números hay personas que esperan por tratamientos que impactan en su calidad de vida, empleabilidad, autoestima e inserción social. La postergación de la salud bucal en Chile tiene su símbolo en estas listas de espera, donde la de odonto-

logía es la más grande del país.

Desde Fundación Sonrisas hemos alertado de esta situación de forma sistemática. Es una postergación que necesita medidas urgentes para ser resuelta por medio de la innovación y la articulación de diferentes actores.

Es urgente fortalecer nuestro sistema público de salud y, al mismo tiempo, impulsar mecanismos de colaboración público-privados para responder a un problema de esta envergadura.

Raúl Valdivia
Director ejecutivo
Fundación Sonrisas

Responsabilidad publicitaria

● El impacto de efemérides se ha convertido en una herramienta poderosa para el marketing, oportunidad que las marcas toman estratégicamente en la promoción de sus productos, conectando con ofertas atractivas e incluso creativas. Sin embargo, cuando se trata de alimentos, cuyo consumo excesivo está asociado a riesgos para la salud, la responsabilidad de las empresas y el papel de la publicidad adquieren un papel relevante.

En este contexto, observamos casos virales, como el usuario que durante un mes solicitó 100 porciones de papas fritas a través de una aplicación de delivery, a propósito de una promoción basada en una efeméride que celebraba el día mundial de dicho ali-

mento. Este ejemplo nos alerta de la necesidad de revisar las estrategias de marketing, considerando que si bien las ofertas pueden estimular la compra, es esencial que se considere el probable impacto en el comportamiento de las personas.

En estos días, además de comunicar descuentos o promociones imperdibles; también puede ser un espacio para educar. La estrategia publicitaria puede incluir mensajes sobre el consumo moderado y los beneficios de una alimentación equilibrada. Además, establecer límites de compra o promover la opción de tamaños más pequeños podría ser un paso en la dirección correcta.

Conar promueve que las marcas asuman una responsabilidad y autorregulación activa al comunicar los riesgos asociados con el consumo excesivo de sus productos. En lugar de limitarse a celebrar efemérides con ofertas, es crucial que aprovechen la oportunidad para influir positivamente en los hábitos de consumo.

Maribel Vidal
Directora ejecutiva del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar)

El Mercurio de Valparaíso invita a sus lectores a escribir sus cartas a esta sección. Los textos deben tener una extensión máxima de 1.000 caracteres e ir acompañados del nombre completo, cédula de identidad y número telefónico del remitente. La dirección se reserva el derecho de seleccionar, extraer, resumir y titular las misivas. Las cartas deben ser dirigidas a cartasdeloslectores@mercuriovalpo.cl.