



Universidad de Chile
Instituto de la Comunicación e Imagen
Escuela de Periodismo

LA DESPEDIDA DEL ANGELITO:

LA VENTA DE CANAL 13 A ANDRÓNICO LUKSIC

Memoria para optar al título de Periodista.

Autor:

Pablo Antonio Cádiz Pozo.

Profesora Guía:

Claudia Paola Lagos Lira.

SANTIAGO - CHILE

2014

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| AGRADECIMIENTOS | 4 |
| CARTA DE AJUSTE | 5 |
| CAPÍTULO I - DE ELEODORO A LA CRISIS: UN GIRO EN 180 GRADOS | 9 |
| EL ARRIBO DE JORDÁN Y LA DESAPARICIÓN DEL ANGELITO | 15 |
| “EL MUERTO VIVIENTE” | 19 |
| EL AJUSTE DE CINTURÓN DE BELLOLIO | 21 |
| EL “VERANITO DE SAN JUAN” DE ENRIQUE GARCÍA | 27 |
| “PROTAGONISTAS DE LA FAMA”: O ACERCA DE LAS CAUSAS Y CONSECUENCIAS DEL PRIMER <i>REALITY SHOW</i> EN CHILE | 32 |
| MACHOS: <i>EL REGRESO DE CANAL 13 A LA “GUERRA DE LAS TELESERIES”</i> | 36 |
| LA CAMPAÑA DEL VIH/SIDA QUE INCOMODÓ A LOS CURAS | 39 |
| LA UC AUMENTA SUS ATRIBUCIONES FISCALIZADORAS | 42 |
| EL CASO GEMITA BUENO | 43 |
| UNA VENTA FRUSTRADA | 49 |
| INFORME VALECH: EL 'MEA CULPA' DE CANAL 13 QUE PRECIPITA LA SALIDA DE GARCÍA | 52 |
| CAPÍTULO II - LA CUENTA REGRESIVA | 57 |
| LA PUGNA DE “LAS DOS CABEZAS” DE CANAL 13 | 57 |
| EL NUEVO CAMBIO EN LA TOMA DE DECISIONES | 62 |
| EL “MONSTRUO DE TRES CABEZAS” | 67 |
| ¿MISIÓN EDITORIAL VERSUS <i>RATING</i> ? | 71 |
| EL GIRO CONSERVADOR | 72 |
| POLÉMICA E IMPREDECIBLE: LA “PARRILLA FLEXIBLE” DE VASCO MOULIÁN | 76 |
| ¿CENSURA EN EL 13? | 80 |
| EL 13 TOCA FONDO | 85 |
| EL MONSTRUO DESCABEZADO | 86 |
| CAPÍTULO III - LA VENTA DE CANAL 13 Y EL FIN DE LA TELEVISIÓN UNIVERSITARIA | 90 |
| LA TRAMA DE UNA VENTA SILENCIOSA | 92 |
| A PRECIO DE HUEVO | 97 |
| LAS OTRAS RAZONES DE SÁNCHEZ PARA VENDER EL 13 | 102 |
| PALABRA DE EX EJECUTIVO | 104 |
| EL NUEVO GOBIERNO CORPORATIVO DE CANAL 13 | 105 |
| LA GRÚA DE CORTÁZAR | 113 |
| LA TERCERA ES LA VENCIDA | 116 |
| LA FALLIDA COMPRA DE CHILEVISIÓN | 119 |
| IMPERIO LUKSIC | 120 |
| LUKSIC Y LA COSA PÚBLICA | 126 |

| | |
|---|------------|
| EN EL OJO DEL HURACÁN | 129 |
| CAPÍTULO IV - EL DESTAPE | 132 |
| LOS <i>REALITIES</i> DE LA ERA LUKSIC | 134 |
| EL FENÓMENO “MUNDOS OPUESTOS” | 137 |
| LA APUESTA POR LA FICCIÓN: LAS NOCTURNAS LLEGAN AL 13 | 140 |
| EL AÑO DE “LOS ‘80” | 144 |
| EL <i>REVIVAL</i> DE LOS MATINALES | 147 |
| “EL TÍO EMILIO” | 152 |
| CALLA, YERKO, CALLA | 153 |
| UN “TELE13” MÁS POLÍTICO | 159 |
| LA PRUEBA DE FUEGO DE BOFILL | 163 |
| ¿EL 13 SE ABRE A LA BOLSA? | 168 |
| EL DÍA EN QUE LA UC PUSO EN DUDA SU CONTINUIDAD EN EL 13 | 169 |
| CAPÍTULO V - “CONTACTO” EN LA ERA LUKSIC | 173 |
| EL REPORTAJE DE LOS “FALSOS EXONERADOS” QUE CASI SE GUARDA BAJO LA ALFOMBRA | 176 |
| LAS TIJERAS DE CORTÁZAR | 180 |
| UNA CADENA DE ERRORES | 183 |
| LA CRISIS | 185 |
| LA DEFENSA Y EL PRONTUARIO DE CORTÁZAR | 189 |
| DEBATE SOBRE CENSURA Y CÁMARAS OCULTAS | 193 |
| CAMBIOS EN EL DEPARTAMENTO DE PRENSA: CONTACTO SALE DE “TELE13” | 197 |
| 2013: LA ARREMETIDA DE LOS AVISADORES | 200 |
| LA PUESTA EN EL AIRE, UN TIRA Y AFLOJA | 201 |
| DANONE Y JUMBO LE DOBLAN LA MANO A CANAL 13 | 204 |
| CAMBIO EN EL TIMÓN | 209 |
| CAPITULO VI - CONCENTRACIÓN MEDIÁTICA: <i>LAISSEZ-FAIRE</i> | 211 |
| LA CONCENTRACIÓN SE AGUDIZA | 218 |
| ESTAMOS AL AIRE | 221 |
| CHILE A LA SOMBRA DEL MUNDO | 227 |
| LOS PECES GORDOS Y EL PLURALISMO | 229 |
| MIRANDO AL VECINDARIO | 233 |
| LOS PASOS QUE VIENEN EN CHILE | 236 |
| PALABRAS AL CIERRE | 239 |
| BIBLIOGRAFÍA | 245 |
| ENTREVISTAS | 248 |
| INFORMES DE PROFESORAS EVALUADORAS | 252 |

AGRADECIMIENTOS

Nunca pude imaginar el día en que iba a llegar a escribir esta página de agradecimientos. Fue un larguísimo trayecto, donde tuve que lidiar con la difícil tarea de compatibilizar el trabajo de periodista con la ineludible misión de culminar esta investigación. Y aquí estoy, tratando de cubrir en sólo una página la larga lista de agradecimientos que tengo en mente. En primer lugar, quiero dejar plasmado el nombre de mis padres, David Cádiz y María Concepción Pozo, quienes en ningún momento dudaron de mi decisión de estudiar esta carrera. A la Memy por ser la mejor hermana del mundo y por ayudarme a ver la vida desde otros puntos de vista. A Marquitos, por llenar de luz y ternura a esta familia. A mis queridos amigos y primos, gracias por tanto.

A Claudia Lagos por su inagotable dedicación, rigurosidad, apoyo y entusiasmo. A Raúl Rodríguez por instarme, junto a Claudia, a hacer esta investigación dentro del marco del proyecto “Libertad de Expresión en Chile 2000-2010. Diagnóstico y mecanismos de monitoreo”, financiado por la Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo (VID) de la Universidad de Chile. Esta investigación es buena parte fruto de esas mañanas completas de revisar microfilmes en las heladas salas de la Biblioteca Nacional.

Y por último, pero no por ello menos importante, a ti, Ale, por compartir conmigo estos tres años, donde he aprendido a amar y a proyectar una vida juntos. Gracias, infinitas gracias.

CARTA DE AJUSTE

“¡¡No se va, no se va, el *Nico* no se va...!!”. Entre gritos y aplausos comenzaron a cantar un grupo de funcionarios de Canal 13 cuando el recién renunciado presidente del directorio de la estación, Nicolás Eyzaguirre, subió al escenario del centro de eventos Puente Verde, en Quilicura, para encabezar la ceremonia de premiación a trabajadores destacados, realizada la noche del 23 de agosto de 2013. Canal 13 celebraba 54 años desde su primera transmisión, realizada de manera experimental el 21 de agosto de 1959. Sin embargo, el ambiente no era festivo, sino más bien de incertidumbre, tensión. Para muchos, había molestia.

Un día antes de la fiesta se había dado a conocer la renuncia de Eyzaguirre, quien alcanzó a liderar la estación durante casi un año. El entonces ex ministro dejaba su cargo tras una soterrada disputa con el resto de los miembros de la instancia, motivada por diferencias sobre el tratamiento editorial de los contenidos de prensa (en particular, del programa de investigación “Contacto”) y las rutinas del personaje Yerko Puchento, figura del programa estelar de entretenimiento “Vértigo”, interpretado por el actor Daniel Alcaíno.

Ambos espacios habían enfrentado sendas polémicas en los meses previos a la renuncia de Eyzaguirre. En el caso de “Contacto”, un reportaje sobre eventuales conflictos de interés en la Cámara de Diputados¹ había enfurecido a los partidos políticos de los legisladores involucrados, y motivado el envío de una carta por parte de la corporación en la que acusaban que el programa había realizado denuncias sin pruebas².

¹ “Conflicto de intereses: cuando lo público y lo privado se confunden”, reportaje de “Contacto” emitido el 23 de julio de 2013. Disponible en <http://www.13.cl/programa/contacto-t23/exclusivo/conflicto-de-intereses-cuando-lo-publico-y-privado-se-confunden//> (Consultado el 19 de enero de 2014)

² El desempeño de los parlamentarios ya había sido analizado en otro reportaje para la temporada 2009, el que sin embargo se canceló. Dicha investigación ahondaba en las inasistencias y el funcionamiento de sedes distritales.

Otro de los reportajes -sobre la calidad de alimentos como el pan de molde, el yogurt y el aceite de cocina³- generó duras réplicas de las marcas involucradas y el inicio de acciones legales por parte de la empresa de lácteos *Danone* y del supermercado *Jumbo*, en defensa de su cuestionado aceite de oliva. Ambas firmas acusaban a “Contacto” de haber desconocido la información que les proporcionaron para refutar los resultados de su investigación y defender la calidad de sus productos.

En el caso de Yerko Puchento, el personaje enfrentaba reclamos por haber simulado fumar marihuana en pantalla, por calificar a la ciudad de Calama como “un pueblo de mierda”, entre otras situaciones derivadas de la total libertad con que el personaje salía al escenario de “Vértigo”. En el fondo, en el directorio temían que –a partir de estos dos casos- la estación estuviera fomentando una visión anti empresarial y contribuyendo al cuestionamiento de la institucionalidad vigente y de la clase política.

Según publicó revista *Qué Pasa*⁴, la sesión del directorio del día 26 de julio fue particularmente tensa. La versión del medio es que los directores pidieron sacar de pantalla a “Contacto” y al humorista, al menos, hasta contar con resguardos editoriales que -a juicio de ellos- no se estaban dando. Eyzaguirre habría rechazado con fuerza la propuesta, argumentando que velar por los contenidos del canal era su labor y no la de los directores. Incluso habría amenazado con dejar su cargo. La discusión duró más de siete horas y terminó con la petición de un voto de confianza: Eyzaguirre mantendría la libertad sobre los contenidos, a cambio de dejar su cargo ante el primer incumplimiento a la línea editorial del canal, que se basa en los preceptos de imparcialidad, responsabilidad e independencia.

Poco menos de un mes después de esa polémica sesión de directorio, Nicolás Eyzaguirre

³ “Alimentos saludables. ¿Gato por liebre?, reportaje de “Contacto” emitido el 09 de julio de 2013. Disponible en <http://www.13.cl/programa/contacto-t23/capitulos/alimentos-saludables-gato-por-liebre> (Consultado el 19 de enero de 2014).

⁴ “Renuncia en cámara lenta”. *Qué Pasa*. Chile. 30 de agosto de 2013.

dejó su cargo en Canal 13. Días antes se había anunciado la llegada del periodista y hasta entonces director de *La Tercera*, Cristián Bofill, a cargo de la dirección general de prensa del canal. El nombramiento molestó a Eyzaguirre, pues no le fue informado y se trataba de una persona con quien había tenido diferencias mientras encabezó el Ministerio de Hacienda (2000-2006). De hecho, un ex asesor afirmó bajo secreto de fuente que la impresión del economista sobre Bofill era la de un periodista que “inventaba noticias”.

La salida de Eyzaguirre permite graficar el estado de tensión en que ha vivido Canal 13 en los últimos años. Una crisis cuyo inicio puede fijarse en 1998, con la muerte de Eleodoro Rodríguez Matte, quien dirigió la estación durante 24 años de bonanza y dio paso a una época de números rojos y de rotativa de directores ejecutivos. Los cambios de timón en la dirección ejecutiva, en todo caso, es un aspecto que no ha aflojado desde que en 2010 la Universidad Católica vendiera en 55 millones de dólares dos tercios de la propiedad de Canal 13 al empresario Andrónico Luksic Craig, cabeza de Quiñenco S.A., uno de los *holdings* más influyentes en Chile y quien junto a su madre y hermanos ocupan el puesto 58 en el ranking 2014 de los más ricos del mundo, elaborado por la revista *Forbes*⁵. Un caso paradigmático de esta inestabilidad en la plana ejecutiva fue el de Rodrigo Terré, quien pese a ser la mano derecha del empresario, sólo duró dos meses en la presidencia del directorio. En tanto, el director ejecutivo, David Belmar, dejó su cargo luego de tres años de una posición disminuida frente a un directorio que asumió funciones de liderazgo.

Este texto reconstruye paso a paso la crisis de Canal 13, las razones de la venta y los principales cambios editoriales y programáticos de la era Luksic. Junto con esto, la historia de Canal 13 en los últimos años, su venta a uno de los principales líderes empresariales chilenos, con intereses en áreas sensibles de la economía (banca y minería, por ejemplo),

⁵ Ranking 2014 de las personas más ricas del mundo. *Forbes*, disponible en <http://www.forbes.com/billionaires/> (Consultado el 15 de marzo de 2014).

permite problematizar sobre la industria de los medios en Chile, la concentración de su propiedad y el tejido de tupidas redes de relaciones con otros actores sociales, políticos y económicos influyentes.

Así, a más de tres años de la venta de la estación, se abren varias preguntas. ¿Qué significa que uno de los empresarios más importantes del país tome control de uno de los principales canales de televisión abierta, en un país donde el 80 por ciento de la población dice informarse a través de este medio⁶? ¿Cuáles son los cambios que implica, tanto al interior de la estación como en el resto de la industria, un movimiento así? ¿Ha provocado esta venta una mayor pluralidad de voces o, por el contrario, se ha agudizado la concentración económica e ideológica existente en la industria televisiva local? ¿De qué manera se reflejarán cambios como éste en la configuración de la industria de cara a la introducción de la televisión digital al país?

Finalmente, la operación que implicó la venta del canal católico al líder de Quiñenco cobra particular relevancia considerando que no fue un hecho aislado. Ese mismo mes, la multinacional *Time Warner* compró al entonces Presidente de la República, Sebastián Piñera, Chilevisión. En marzo de 2012, en tanto, el grupo Bethia, compañía matriz de gigantes del *retail* como Falabella, entre otras empresas, ingresó al mercado de las comunicaciones con la adquisición de Mega (ex Megavisión). ¿Son éstos los nuevos magnates de los medios en Chile?

⁶ CNTV (2013) *Pluralismo: Percepción de los televidentes*. Departamento de Estudios de CNTV, Santiago de Chile. Disponible en http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20131204/asocfile/20131204102752/pluralismo_cuali_cuanti_2013.pdf f (Consultado el 04 de diciembre de 2013).

CAPÍTULO I

DE ELEODORO A LA CRISIS: UN GIRO EN 180 GRADOS

Crisis, pugnas e inestabilidad son tres de los conceptos más frecuentes al reconstruir la década previa a la venta de Canal 13. Durante la dictadura (1973-1990), y ante el descrédito de una Televisión Nacional de Chile (TVN) cooptada por el régimen, Canal 13 era el rey de la sintonía y la credibilidad. Sin embargo, avanzada la década de los '90 y sobre todo después de la muerte de su director ejecutivo histórico, Eleodoro Rodríguez, el canal poco a poco comenzó a irse por el despeñadero. Números rojos, baja en las audiencias, cambios en el gobierno corporativo, disputas internas de poder y una parrilla programática más bien errática configuraron un período difícil para un canal que fue perdiendo liderazgo en una industria que se volvió cada vez más competitiva.

El 13 inició sus transmisiones en 1959 como un canal universitario, pero con el paso de los años dejó de ser un proyecto experimental o con vocación de élite y se transformó en una empresa comercial con respaldo universitario o mixta. Siguiendo a Guillermo Sunkel y Esteban Geoffroy, Canal 13 “no es televisión universitaria ya que sus líneas programáticas no incluyen centralmente una función de extensión universitaria. Sin embargo, se ajusta a ciertos lineamientos morales e ideológicos establecidos por la universidad y, también, por la Iglesia Católica”⁷. Aunque al momento de su venta Canal 13 no era un canal “universitario” propiamente tal, resulta interesante analizar cuáles fueron los errores cometidos para que este modelo no funcionara. Mal que mal, tras la venta del canal de la Universidad de Chile (hoy Chilevisión) a principios de los '90, la estación católica era el baluarte que quedaba de

⁷ SUNKEL, Guillermo; GEOFFROY, Esteban (2000). *La Concentración Económica de los medios de comunicación*. LOM Ediciones. Chile. Pág. 94.

televisión universitaria. Con su traspaso al líder de Quiñenco, puso la lápida a la relación entre las universidades y la televisión abierta en Chile.

La adquisición del canal por parte de Luksic fue el corolario de varios intentos para resolver el hoyo económico del canal. La sostenida baja de *rating* y la consiguiente pérdida de avisaje abultaron una deuda con la banca que tenía al canal en números rojos desde hacía rato. A modo de ejemplo, entre enero y abril de 2010, Canal 13 promedió 6,2 puntos de *rating*, posicionándose en el último lugar entre todos los medios de televisión abierta de cobertura nacional⁸. La baja sintonía provocó una merma en los ingresos por publicidad, que representaban entonces el 79,48% de los recursos de la estación. Con estas cifras, el canal acumulaba en lo que iba de ese año pérdidas estimadas en 3.278 millones de pesos⁹. Estas cifras confirmaban que Canal 13 no era ni la sombra de lo que fue una década antes: En 1998, concentraba el 25,11 por ciento de la inversión publicitaria en televisión, seguido por TVN, Megavisión y Chilevisión¹⁰. Esta concentración del mercado publicitario en cuatro canales tenía su correlato en las audiencias.

En ese entonces, el canal era dirigido por Eleodoro Rodríguez Matte, en el cargo desde 1974, año en que el general Augusto Pinochet¹¹ lo designó en reemplazo del renunciado sacerdote Raúl Hasbún. La repentina muerte de Rodríguez, el 18 de julio de 1998, es para muchos el hito que gatilla la crisis del canal.

La década del 2000 estará marcada por apuestas fallidas en la dirección del canal, las que se manifestaron también en lo económico. Jaime Bellolio (2000-2002) llegó a la estación

⁸ Según cifras de la agencia Time Ibope.

⁹ "Iglesia se desprende del control de Canal 13 y vende 67% a Andrónico Luksic". *La Tercera*. Chile. 07 de agosto de 2010.

¹⁰ SUNKEL; GEOFFROY. Op. Cit. Pág. 100

¹¹ Entre 1973 y 1990 se extendió la dictadura del general Augusto Pinochet Ugarte. Junto con atribuirse la jefatura de Estado y Gobierno también designaba a los principales cargos de reparticiones públicas y académicas, como era el caso de Canal 13, dependiente de la UC.

con la idea de gestionar un canal más universitario¹², sin embargo, no tuvo el éxito esperado. Le siguió Enrique García (2002-2005), quien optó por la innovación, lanzando en enero de 2003 el primer *reality show* en Chile (“Protagonistas de la Fama”). Y no sólo eso: abordó por primera vez la homosexualidad en la franja de las 20 horas en la teleserie “Machos”, apuesta que entregó grandes réditos económicos y elevó el *rating* promedio de la estación a 11,1 puntos, el más alto de esa década. Sin embargo, el carácter liberal de García sumado a coberturas del departamento de prensa que resultaron polémicas, provocaron su salida en diciembre de 2004, tres meses antes de lo previsto, y sin la posibilidad de renegociar su contrato.

Tras la partida de García, Canal 13 apuesta por dos figuras femeninas que encarnan las dos almas de la estación: La academia y la formación al interior de los estudios de televisión. La primera en llegar fue Eliana Rozas (2005-2007), quien mantuvo al canal en números azules, pero tuvo que lidiar con un inédito sistema de administración que, en la práctica, significaba tener dos cabezas con poder de mando y dirección, y que produjo problemas recurrentes para los ejecutivos que la siguieron.

Posteriormente, asumió la dirección ejecutiva la periodista Mercedes Ducci (2007-2010), quien pese a su alta valoración como profesional, no logró remediar la pérdida de audiencias que experimentaba el canal. Durante su gestión, además, se inauguró la “parrilla flexible”, ideada por el entonces director de Programación, Vasco Moulián¹³ y que implicaba alterar la programación del canal según los resultados del *rating*, sacando del aire intempestivamente programas que estaban perdiendo audiencia o estrenando otros sin previo aviso. La apuesta motiva la salida de rostros y ejecutivos molestos con la

¹² “Las cuatro prioridades de Jaime Bellolio”. *La Tercera*. Chile. 04 de abril de 2000.

¹³ “Las razones que provocaron la salida de Vasco Moulián de Canal 13”. *La Tercera*. Chile. 02 de julio de 2009.

inestabilidad que provocaba la estrategia. Tras la renuncia de Ducci, Jorge Herrera (2010) asumió como director interino durante tres meses. El último director ejecutivo de este periodo fue Marcelo von Christmar (2010), quien tuvo la misión de comunicar a los trabajadores el fin de la administración de la Universidad Católica y el inicio de la era Luksic.

A la sombra de “Don Eleodoro”

¿Qué será de Canal 13 sin Eleodoro Rodríguez Matte?, era una de las preguntas que se formulaba en sordina por los pasillos de la entonces Corporación de Televisión de la Universidad Católica tras la muerte de quien fuera su director ejecutivo durante 24 años. “Don Eleodoro”, como lo llamaban cordialmente los trabajadores, falleció la noche del 18 de julio de 1998 producto de un paro cardiorrespiratorio en la unidad coronaria del Hospital Clínico de la Universidad Católica¹⁴.

La noticia golpeó al canal, que había tenido unos días particularmente duros, marcados por derrotas en audiencia, los reclamos del obispo de Punta Arenas, monseñor Tomás González, respecto a la línea editorial del canal¹⁵, y el escándalo por la participación del periodista Antonio Neme en la reventa de entradas para el mundial de fútbol de Francia '98, el primero en que participaba la selección chilena después de 16 años. La prensa local la bautizó como “la semana negra” de Canal 13¹⁶.

“Don Eleodoro Rodríguez Matte nos deja un inmenso legado a la industria de la televisión chilena y sudamericana, de su prolífica gestión se destacan, al momento de su partida, los notables avances tecnológicos, el autofinanciamiento de la televisión, las buenas relaciones con sus trabajadores y la televisión al servicio del público, la cultura, la Iglesia y la

¹⁴ “Falleció director ejecutivo de TV-UC, Eleodoro Rodríguez M”. *La Tercera*. Chile. 19 de julio de 1998.

¹⁵ El clérigo emitió una dura carta en que cuestionó los programas de espectáculo del canal -como “Viva el lunes”- y aseveró que el canal era “poco católico”.

¹⁶ “La semana negra de TV-UC”. *La Tercera*. Chile. 19 de julio de 1998.

Universidad Católica”, dijo Canal 13 mediante un comunicado tras la muerte de su director ejecutivo histórico¹⁷.

El luto de Canal 13 llegó incluso a las pantallas. Apenas se dio a conocer la muerte, el canal modificó la programación habitual por un concierto del *Réquiem* de Giuseppe Verdi, y luego dio por finalizadas las transmisiones. Al día siguiente se suspendieron los programas dominicales de entretenimiento “Cachureos” y “Venga Conmigo”, al igual que la película “Súper Mario Bros”¹⁸. Junto a los cambios programáticos, se informó que el gerente del canal, Manuel Vega, asumiría de manera interina la dirección ejecutiva.

El funeral de “Don Eleodoro” convocó a representantes de la política, como los entonces senadores Gabriel Valdés, Andrés Zaldívar y el ex dictador Augusto Pinochet, quien ese mismo año había asumido como parlamentario vitalicio. Entre los representantes de la Iglesia se encontraba el ex director ejecutivo y comentarista del canal, el sacerdote Raúl Hasbún, quien destacó que Rodríguez “defendió el ideario valórico que conforma el patrimonio de la Universidad Católica, en el canal de televisión”¹⁹.

La incertidumbre sobre el futuro del 13 se había instalado rápidamente en los pasillos del canal y en la prensa. El animador Mario Kreutzberger -conocido como “Don Francisco”- planteó esa tarde que la muerte de Rodríguez “pone fin a una etapa muy importante en la televisión (...). No podría decir lo que va a venir ahora, pero sé que el mundo de la televisión ha tenido un gran cambio en el último tiempo, especialmente en Chile, porque se privatizó, se comercializó y se incorporaron elementos electrónicos nuevos como el *people meter*. La televisión viene con el control remoto y es distinta, por eso le resulta muy difícil a

¹⁷ “Eleodoro Rodríguez dejó de existir a los 80 años de edad”. *La Época*. Chile. 19 de julio de 1998.

¹⁸ “Luto en TV-UC por muerte de su director”. *La Tercera*. Chile. 20 de julio de 1998.

¹⁹ “Raúl Hasbún: ex director y actual comentarista de TV-UC: Lo vulgar es imputable a la fragilidad humana”. *La Tercera*. Chile. 21 de julio de 1998.

un canal universitario competir con una televisión enteramente comercial”, dijo por esos días el animador²⁰.

Una inquietud que recuerda haber compartido la académica de la Universidad Católica, María Elena (Nené) Aguirre, quien también vivió la muerte de “Don Eleodoro” desde dentro del canal en su calidad de directora del área dramática. “La muerte de Don Eleodoro fue un remezón de que se acabó una era. Así como se acabó la era de hielo, así fue. Nosotros teníamos conciencia de que se acababa una época, que venía una nueva etapa”, recuerda²¹.

La incertidumbre no era gratuita. En ese entonces, muchos advertían que la crisis en Canal 13 ya estaba empezando. Lo que no sabían era que se extendería por más de una década. Aguirre sostiene que parte de la crisis en Canal 13 surge tras años de liderazgo, donde la estación “se durmió en los laureles” y no supo sintonizar con los cambios de Chile. Para la ex directora del área dramática, Canal 13 tenía una visión “un poco obsoleta” de un país que ya no era el de la dictadura y los inicios de la transición.

“Nosotros fuimos como el gato con chaleco que se instala en una casa y ya no sale a cazar. Nos pasó en todo orden de cosas, que no tuvimos la mirada a futuro. Don Eleodoro ya estaba mayor y le era muy difícil abrirse. Él estaba acostumbrado a manejar las cosas desde su mano y ya era una situación anticuada de trabajo. Eso fue lo que pasó. Los demás avanzaron y nosotros nos quedamos. La creatividad se detuvo y el gran barco no se movió”, explica Aguirre.

El sucesor de “Don Eleodoro” no tendría una misión fácil: Junto con enfrentar los primeros signos de la crisis y tener que lidiar con el pasado de un director ejecutivo que concentraba todas las decisiones en sus manos, los recientes cuestionamientos a la línea editorial del

²⁰ “La incertidumbre que ronda en los pasillos de TVUC”. *La Tercera*. Chile. 22 de julio de 1998.

²¹ Entrevista con el autor, realizada el 30 de abril de 2012.

canal le obligaban a encarar el debate sobre la forma en que el 13 debía hacer televisión. La paradoja entre la TV comercial versus la de “misión” y católica había llegado para quedarse.

El arribo de Jordán y la desaparición del Angelito

Un “extra” de noticias fue la plataforma en la que UCTV informó la tarde del 5 de agosto de 1998 el nombramiento de su nuevo director ejecutivo. Se trataba de Rodrigo Jordán, de 39 años, ingeniero civil industrial, doctor en filosofía de la Universidad de Oxford, asesor de empresas y montañista. Seis años antes de llegar a la cabeza de Canal 13, el ejecutivo había escalado otra cima: La cumbre del Everest, la más alta del mundo y a 8 mil 848 metros sobre el nivel del mar. Este hito lo llevó a ser reconocido por la revista *Time* en 1994 como uno “uno de los líderes del próximo milenio”²². Junto con su condición de graduado de la Universidad Católica, entre 1990 y 1994 lideró la Dirección de Educación a Distancia de esa misma casa de estudios, más conocida como Teleduc²³.

Con estos antecedentes, el entonces rector, Juan de Dios Vial, aseveraba que Jordán representaba “la innovación dentro de la tradición”. El nombramiento, dijo, “es el signo de una voluntad de progreso, de cambio, de afrontar los nuevos tiempos con la capacidad de un hombre joven, intelectualmente muy preparado en la conducción, en el liderazgo, que es lo que parece ser más necesario en estos tiempos”. En cuanto a los lineamientos editoriales del canal, el rector Vial dejó en claro que el camino del 13 sería un proceso de “exploración” de diversos factores, “de programas más interesantes y más de acuerdo con nuestro

²² Currículum Vitae de Rodrigo Jordán. Disponible en http://escueladeadministracion.uc.cl/images/academicos/cv/jordan-rodrigo_mayo_2011.pdf (Consultado el 10 de enero de 2014).

²³ El Centro de Educación a Distancia de la UC se fundó en 1977 y ha entregado formación a más de 500 mil personas. Hasta 2003 el programa contaba con un espacio televisivo en Canal 13, desde donde se mostraban talleres y cursos.

camino” (el de la universidad)²⁴.

“Queremos ser un canal que proporcione una información veraz y oportuna, una entretención sana y que eleve el nivel de la convivencia nacional con contenidos educativos, que rebaje ciertos niveles mórbidos de comunicación y transmisión”, dijo el rector. Con estas palabras, intentaba hacerse cargo de la demanda de la Iglesia por un canal que no se alejara de sus valores.

La llegada de Jordán al 13 se venía gestando desde a lo menos dos años antes y -según *Qué Pasa*- concitaba el acuerdo tanto del rector de la UC como del propio Eleodoro Rodríguez Matte, quien tenía plena conciencia de la necesidad de buscar un reemplazante, un delfín. Desde entonces, Jordán venía estudiando la situación económica del canal, con el objetivo de diseñar un plan que permitiera recuperar el liderazgo que poco a poco había ido perdiendo²⁵. Fuenzalida y Van Diest (2007) sostienen que “analistas de la industria calculaban que en 1999 Canal 13 había perdido alrededor de 12 millones de dólares, con sus costos de producción por sobre el promedio del mercado. Los mismos especialistas estimaban que la plantilla de sueldos del canal era entre un 15 y un 30% superior a TVN²⁶, su competencia directa.

En términos de *rating*, sostienen los mismos autores, Canal 13 mantenía el liderazgo en los sectores de mayor ingreso, pero perdía terreno en el nivel medio-alto frente a TVN, canal que al alero de la democracia comenzaba a recuperar la credibilidad perdida en dictadura.

Considerando que Canal 13 gastaba más que la competencia, el plan de Jordán buscaba “ordenar la casa”, reduciendo costos al máximo. Esta reestructuración buscaba un sólo

²⁴ “Rector de la UC, Juan de Dios Vial Correa, sobre designación de Rodrigo Jordán: 'Es la innovación dentro de la tradición”. *La Hora*. Chile. 06 de agosto 1998.

²⁵ “Terremoto planificado”. *Qué Pasa*. Chile. 05 de septiembre 1998.

²⁶ FUENZALIDA, Valerio; VAN DIEST, Camila (2007). *La TV chilena desde 1992 al presente*. En ACUÑA, Fernando; GUTIÉRREZ, Soledad; y PUENTES, Adrián (Editores). (2007). *Los primeros 50 años de la televisión en Chile*.

objetivo: Terminar 1999 sin pérdidas y comenzar a obtener utilidades al año siguiente, aunque fueran modestas. Entre otras medidas, el plan de Jordán proponía reducir la planta de trabajadores a 700 empleados, lo que implicaba el despido de al menos 50 personas, ahorrando con ello unos 200 millones de pesos mensuales. Adicionalmente, Jordán planteaba disminuir en un 20% los sueldos para los rostros del canal²⁷ y directivos, incluido el suyo, así como un recorte en las asignaciones de los invitados a los programas estelares. Otra de las medidas inéditas en el plan fue la cancelación del aporte de cerca de 250 millones de pesos mensuales que entregaba la estación a la Universidad Católica, hasta que nuevamente los balances arrojaran cifras azules²⁸. El plan de Jordán proponía también reestructurar el departamento de prensa: se realizaron estudios y *focus group* para diseñar una nueva apuesta que permitiera recuperar el liderazgo perdido. Junto con una nueva escenografía y gráficas, sin duda uno de los cambios más trascendentales fue la decisión de ubicar a periodistas en la conducción de los noticieros, apuesta que ya venía desarrollando con éxito TVN²⁹ desde principios de los '90.

Jordán finaliza el año con una de las medidas más cuestionadas de su gestión: el cambio de la imagen corporativa del canal, que se concretó la noche del 18 de junio de 1999. El nuevo y polémico logo dejaba de lado el nombre de “Corporación de Televisión de la Pontificia Universidad Católica de Chile”, vigente durante 30 años, para pasar simplemente a “Canal 13”. No sólo eso, también desaparecía el angelito, que hasta entonces había sido un elemento fundamental en la identidad corporativa de la estación³⁰.

²⁷ Entre los sueldos que fueron reducidos se encontraban los de los animadores Cecilia Bolocco y Kike Morandé, quienes obtenían ingresos mensuales por 29 y 19 millones de pesos, respectivamente. Ambos conducían el programa estelar “Viva el lunes”, uno de los espacios más cuestionados por la Iglesia católica chilena, que acusaba una excesiva presencia de contenidos -a su juicio- “chabacanos”.

²⁸ “La verdadera revolución de Jordán”. *Qué Pasa*. Chile. 27 de febrero de 1999.

²⁹ Hasta ese entonces el noticiero central de “Tele13” era conducido por el animador Javier Miranda. Los periodistas que conducían noticieros eran excepción más que una regla.

³⁰ El “Angelito” fue diseñado por Enrique Bustamante para graficar el “espíritu” de Canal 13 y debutó a inicios

Los números rojos y los cuestionamientos a la primera gestión sin “Don Eleodoro” dieron pie a los primeros rumores de venta, apuntando a la empresa Telefónica –Movistar- como posible compradora. Jordán desmintió esas versiones, mientras otros altos funcionarios aseguraban a la prensa de la época que la apuesta del canal apuntaba, más bien, a crear “alianzas o asociaciones”³¹.

La situación comenzó a preocupar a la Universidad Católica, y en particular al nuevo rector, Pedro Pablo Rosso. Marcando distancia de su antecesor, Juan de Dios Vial, la nueva autoridad universitaria criticaba abiertamente la gestión de Jordán. Y no sólo eso: Creó el Consejo Asesor de Canal 13, instancia que tendría por misión controlar y supervisar la gestión del director ejecutivo. Así, el decreto número 48/2000 de la casa de estudios nombraba como representante del rector y presidenta de la entidad a la decana de la Facultad de Comunicaciones de la UC, Silvia Pellegrini, y como vicepresidente al académico Jaime Belloio. El resto del Consejo estaba integrado por destacadas personalidades del mundo político, académico y eclesiástico, como el sacerdote Joaquín Alliende, el ex ministro de Educación José Pablo Arellano, y el propio Jordán en su calidad de director ejecutivo. Según quedó establecido en el decreto, el espacio tendría entre sus misiones asesorar al rector en la formulación y evaluación de políticas relativas a la gestión del canal en materias televisivas, financieras y administrativas, así como la aprobación de la cuenta anual del director ejecutivo de la corporación³².

La decisión se enmarcaba dentro de los lineamientos del nuevo rector, quien aspiraba a reforzar a través de los medios de comunicación de la Universidad su función evangelizadora. En otras palabras, acercar aún más el canal a la Pontificia. Las preguntas

de los '70, como parte de una tendencia por representar a los canales. TVN hizo lo propio con “Tevito”. Ver: ACUÑA, Fernando; GUTIÉRREZ, Soledad; y PUENTES, Adrián (Editores). (2007). *Los primeros 50 años de la televisión Chilena*.

³¹ “Canal 13 estudia alianzas o asociaciones”. *La Tercera*. Chile. 03 de marzo de 2000.

³² “Nuevo Consejo asesor controlará gestión de Canal 13”. *El Mercurio*. Chile. 24 de marzo de 2000.

centrales y que circulaban por los pasillos del canal eran: ¿Cómo lograr eso en un medio cada vez más comercial? ¿Es posible hacerlo sin arriesgar el *rating* y el avisaje?

La creación del Consejo Asesor será clave durante esta década, ya que marcará una compleja y tensa relación de los directores ejecutivos con los representantes de la casa de estudios en el canal, hasta su venta en 2010, donde se da paso a un nuevo gobierno corporativo.

“El muerto viviente”

Una de las lecturas más certeras de la creación del Consejo Asesor fue que los días de Jordán en Canal 13 estaban contados. Tanto así que por los pasillos de Inés Matte Urrejola lo creían “un muerto viviente”. Un reportaje de la época ilustra las sesiones de la instancia asesora como una suerte de inquisición, donde cada semana se sentaba en el banquillo a Jordán. El director ejecutivo enfrentaba tres cargos: Los malos resultados económicos, la desorganización interna y los conflictos editoriales³³.

En Canal 13 esperaban que el rector se pronunciase respecto de quizás uno de los pocos consensos entre Jordán y el Consejo: La convicción de que el primero debía dejar su cargo. A la espera de la sentencia final, el nombre del economista y vicepresidente de la instancia, Jaime Bellolio, sonaba como carta segura para la sucesión.

La renuncia finalmente se concretó a primera hora del día viernes 5 de mayo de 2000, luego de una reunión sostenida entre Jordán y Rosso en la casa central de la Universidad Católica. Horas más tarde, la rectoría informó que había aceptado la renuncia del director

³³ “La cuenta regresiva”. *Qué Pasa*. Chile. 29 de abril de 2000.

ejecutivo y que nombraba a Bellolio en su reemplazo, quien asumiría sus funciones el 1 de junio de ese mismo año³⁴.

Parte de los errores que precipitaron la salida de Jordán se explican porque apostó por cambios que, aparentemente, resultaban acelerados para una empresa de la envergadura de Canal 13. Otra de las críticas que se le hacía es que desoyó los planteamientos de personas con experiencia en la estación. Según Fuenzalida y Van Diest, “su modo de entender la organización empresarial se distinguía de la estructura imperante hasta ese entonces en UCTV, acostumbrada durante décadas a una gestión con una gran presencia de la autoridad central en prácticamente todas las decisiones. El estilo de Jordán era el de plantear objetivos y divulgarlos, para dejar a cada uno actuar por su propia iniciativa y responsabilidad”³⁵, algo inédito hasta entonces en el canal.

Para Nené Aguirre, “Don Eleodoro, que en paz descanse, murió en el momento preciso para no ver el derrumbe que venía ya dando luces de alerta en una empresa un poco anticuada, al estilo de una persona que la manejó muy bien durante muchos años. Pero, bueno, el mundo cambió, se globalizó... y ahí entró Jordán”.

De todos modos, la académica sostiene que muchas de las críticas a la gestión de Jordán fueron injustas: “Es verdad que tuvo un montón de caídas y errores, pero en ese año y medio que estuvo, él modernizó la empresa, en el sentido que entró la tecnología. Nosotros éramos una empresa muy piramidal, (que había sido) exitosa pero no tan exitosa ya”.

Este es el balance de Jordán a una década de su salida: “Mi experiencia de trabajar en Canal 13 fue muy dura. No voy a ocultar eso. (...) La experiencia mía en el Canal 13 es de fracaso, no hice lo que tenía que hacer”³⁶.

³⁴ “Rodrigo Jordán: Las razones de la caída”. *La Tercera*. Chile. 06 de mayo de 2000.

³⁵ FUENZALIDA, Valerio; VAN DIEST, Camila. *La TV chilena desde 1992 al Presente*. Op. Cit.

³⁶ “Mi manifiesto: Rodrigo Jordán”. Suplemento “El Semanal” de *La Tercera*. Chile. 21 de octubre de 2012.

El ajuste de cinturón de Bellolio

Con una camisa amarilla perfectamente arremangada Jaime Bellolio camina y mira desde la ventana de la sala de reuniones de su oficina el movimiento de las grúas levantadas a lo largo de Avenida Apoquindo, en la comuna de Las Condes. El economista hasta 2013 se desempeñaba como vicepresidente de Empresas UC S.A³⁷, entidad que controla las inversiones de la casa de estudios, entre ellas Salud UC, Inmobiliaria UC, el Dictuc, entre otras. La gestión de Bellolio como director ejecutivo Canal 13 estuvo marcada por un riguroso plan de ajuste para reducir costos en la casa televisiva: “Esto no resistía un día más”, recuerda³⁸.

Una de las primeras decisiones que tomó Bellolio fue remediar el polémico cambio de logo realizado por Jordán, retomando así el nombre de Pontificia Universidad Católica de Chile Televisión, Canal 13, y eliminando el eslogan “siga la señal del 13”. De manera gráfica, el nuevo logo ponía en primer plano a la UC -de Universidad Católica- y dejaba en segundo el número del canal. Según explicó en ese entonces la relacionadora pública de la estación, Patricia González, el cambio obedecía a que “queremos rescatar la idea que el canal pertenece a la universidad”³⁹.

El entonces director ejecutivo complementa que el cambio no sólo tenía un argumento editorial, sino que también económico: permitía utilizar toda la papelería -carpetas, lápices, hojas- que habían quedado en las bodegas del canal. La apuesta se enmarcaba dentro de un riguroso plan de ahorro, que incluía mensajes para evitar el desperdicio de agua, apagar los computadores y luces a la hora de colación, imprimir por ambos lados de la hoja, entre otras medidas de austeridad doméstica. Al plan de ajuste se sumó la reducción de horas

³⁷ Ver <http://empresasuc.cl>

³⁸ Entrevista con el autor, realizada el 07 de marzo de 2013.

³⁹ “Jaime Bellolio dio un nuevo golpe de imagen en Canal 13”. *La Tercera*. Chile. 13 de junio de 2000.

extra, rebajas en los sueldos, suspensión de la contratación de personal y congelar la posibilidad de implementar nuevos proyectos. El área de prensa comenzó a pagar a los corresponsales de regiones sólo por aquellas notas puestas al aire, mientras que en el caso de los enviados especiales se acortaron los períodos de estadía y se redujo el equipo de noticias a periodista, camarógrafo y asistente, prescindiendo del productor. Si bien Bellolio no coincidía con la forma en que Jordán había gestionado el canal, en particular por su decisión de modificar la imagen corporativa, sí había un punto en común: El 13 debía ajustarse el cinturón.

Bellolio recuerda que lo que emprendió “fue un plan de trabajo de ahorro de costos, de austeridad, brutal, muy fuerte, que era fundamental. Esto no resistía ni un minuto más, y la universidad no estaba dispuesta a colocar un solo peso en el canal. Y el canal ya no tenía ningún tipo de reserva, como lo hubo en la década de los ‘90. Tenía vacíos, tenía deudas con bancos”.

A las medidas se sumaba un inédito acuerdo con el sindicato de trabajadores de la estación para disminuir sus propios sueldos mientras se desarrollara el período de ajuste⁴⁰. A un año de su llegada, el balance de la gestión de Bellolio era auspicioso: Las pérdidas del canal se habían reducido en un 50%, lo que según Bellolio se calculaba en más de 17 mil millones de pesos.

Los ajustes radicales, sin embargo, no surtían tanto efecto frente a una audiencia que migraba hacia otros canales. El bajo *rating* de la teleserie de las 20 horas, “Sabor a ti”⁴¹,

⁴⁰ El contrato colectivo negociado entre el sindicato de trabajadores de Canal 13 y el director ejecutivo, Jaime Bellolio, se aprobó con un 90,7% de los votos de sus afiliados, e implicaba una disminución de los sueldos según el tramo de ingreso. Según estimaciones del canal, la medida permitía un ahorro mensual de 300 millones de pesos. A cambio, las autoridades del canal se comprometieron a mejorar la gestión, mejorar la productividad, y dar al canal una línea editorial definida. La medida sin embargo, no involucró a los rostros del canal, quienes no estaban sindicalizados y negociaban sus remuneraciones de manera anual.

⁴¹ La telenovela promedió 16,6 puntos de *rating*, una cifra que para la época era muy baja. Su competencia, “La Fiera”, de TVN, tuvo 38 unidades.

lleva a Bellolio a tomar una drástica decisión: Cancelar la puesta al aire de la telenovela del segundo semestre, “Corazón Pirata”, poniendo en su lugar la comedia colombiana “Yo soy Betty, la fea”. Si bien la apuesta fue un éxito en audiencia, generó una polémica sin precedentes con los actores del canal, quienes incluso esbozaron la posibilidad de ir a huelga. La protesta iba mucho más allá de lo puramente gremial. Canal 13 había sido la primera estación chilena en crear su propia área dramática y fue pionera en lanzar una producción “a color” con “La Madrastra”, escrita por Arturo Moya Grau y dirigida por Óscar Rodríguez, un hito de la televisión local e, incluso, latinoamericana. La telenovela se convirtió en un fenómeno televisivo y motivó que TVN, al mando de Sonia Fuchs, lanzara su propia área, inaugurando lo que la prensa denominó “la guerra de las teleseries”, que hasta mediados de los 90’ tuvo a Canal 13 a la cabeza⁴². Así, los actores no sólo rechazaban su pérdida de empleo, sino que el fin de un área fundacional en la televisión chilena.

Finalmente, se acordó que “Corazón pirata” saliera al aire en marzo de 2001. Sin embargo, el cierre del área dramática parecía inminente, dependiendo de los resultados de la teleserie del segundo semestre. En agosto de ese año los resultados de la teleserie “Piel Canela” fueron desastrosos para el canal. Nunca antes un primer capítulo había reflejado una diferencia tan grande: 53,6 puntos en promedio de la teleserie “Amores de Mercado”, de TVN, contra 16,1 de Canal 13⁴³. La telenovela del 13 fue “literalmente barrida del mapa por la competencia”⁴⁴.

La situación no era casual. El problema de Canal 13 no se reducía sólo a un tema de guiones o de calidad de las producciones. Para Jaime Bellolio la situación se relacionaba con una dificultad para leer o identificar una sociedad que había cambiado y una industria

⁴² *Los primeros 50 años de la televisión chilena*. Op. Cit.

⁴³ La diferencia se mantuvo hasta el final de las transmisiones, ya que mientras la producción del 13 promedió 11,3 puntos, la apuesta de TVN obtuvo 46,7 unidades, la cifra más alta de las teleseries en la historia del *people meter* en Chile (hasta febrero de 2014).

⁴⁴ “Canal 13 sufre derrota histórica ante TVN”. *La Tercera*. Chile. 07 de agosto de 2001.

televisiva que había dejado de tener dos grandes actores. En contraposición a esto, Televisión Nacional lograba sintonizar con el nuevo país que se construía al alero del nuevo siglo, a partir de producciones que recogían nuevas formas identitarias surgidas a partir de las transformaciones culturales en el país, el uso de exteriores y locaciones en regiones, un elenco profesional de actores, entre otras variables⁴⁵.

“La televisión en Chile fue absolutamente oligopólica hasta los años 2000. Había dos canales, TVN y Canal 13, y el resto de los canales prácticamente no existían, eran chicos, no tenían ni un peso. Toda la inversión publicitaria, la mayor parte se iba a esos dos canales y eso cambió. El canal no fue capaz de adaptarse al cambio y siguió viviendo como esas familias ricas que se les empieza a acabar la plata, pero todavía tienen una casa muy buena. Entonces, era muy complicado hacer un cambio si no había un giro más profundo”, recuerda el ex director ejecutivo de la estación.

Otra de las crisis que tuvo que enfrentar el entonces director ejecutivo en su paso por Canal 13 fue la eliminación de los comentarios religiosos del noticiero central. El tema, que se venía abordando internamente, se instaló en la agenda luego que el sacerdote Raúl Hasbún -ex director ejecutivo del canal y que se ubicaba en el sector más conservador de la Iglesia- cuestionara en pantalla el día 19 de enero de 2001 al entonces Presidente de la República, Ricardo Lagos, por su rol en la búsqueda de informaciones sobre el paradero de detenidos desaparecidos, como parte del acuerdo alcanzado meses antes por la “Mesa de Diálogo sobre derechos humanos”⁴⁶. Según trascendió en la prensa de la época, los dichos del

⁴⁵ SANTA CRUZ, Eduardo (2003). *Las telenovelas por dentro: El discurso social de la telenovela chilena*. LOM Ediciones. Santiago de Chile.

⁴⁶ La “Mesa de Diálogo sobre Derechos Humanos” fue convocada en agosto de 1999 por el gobierno del entonces Presidente de la República, Eduardo Frei, y reunió a representantes de las Fuerzas Armadas, la Iglesia, abogados de DD.HH, entre otros. La instancia entregó sus conclusiones el día 13 de junio del año 2000. Entre ellas se fija un periodo de 6 meses para que representantes de las FF.AA, de la Iglesia, civiles y otros entregaran antecedentes sobre el paradero de detenidos desaparecidos, pudiendo mantener en secreto la fuente de información. Para mayor detalle, revisar declaración de la Mesa de Diálogo, disponible en

sacerdote provocaron molestia en representantes de la Conferencia Episcopal, quienes pidieron a las autoridades del canal “adelantar” las vacaciones de Hasbún⁴⁷.

Debido a que los otros comentaristas, Rodrigo Tupper y Luis Eugenio Silva, se encontraban también de vacaciones, el Consejo Asesor del canal suspendió el segmento durante el mes de febrero, a la espera de una reflexión en torno al rol que debía tener el espacio y si es que éste se justificaba aún en la parrilla del canal⁴⁸.

Si bien Belloio concede que los dichos de Hasbún fueron una suerte de detonante, asegura que la decisión pasó más bien por un tema de audiencias: “La pérdida de *rating* en los comentarios religiosos, en general, era brutal, porque el país había cambiado, las condiciones eran distintas, y porque no se había hecho eco de eso”.

La instancia resolvió finalmente crear el Área Religiosa en Canal 13, con el objetivo de supervisar los lineamientos de los aportes de los sacerdotes en pantalla. Junto con ello, crear un micro espacio de comentarios religiosos que empezaron a emitirse desde junio de ese año después de “Tele Noche” y a cargo de un grupo más amplio de clérigos, entre los que se incluía el jesuita Fernando Montes, rector de la universidad privada Alberto Hurtado. La decisión motivó a Hasbún a dejar la casa televisiva luego de 30 años. Belloio asegura que “pudimos demostrar que de esa forma los comentarios se veían mucho más que en otras condiciones”.

Otro de los temas complejos que enfrentó Belloio fue el fallecimiento del director de programas estelares, Gonzalo Bertrán, producto de la leucemia que lo afectaba desde

http://www.ddhh.gov.cl/filesapp/Declaracion_Acuerdo_Final.pdf (Consultado el 25 de enero de 2014).

⁴⁷ Si bien la Iglesia no entregó mayores detalles sobre la determinación, lo cierto es que las críticas en pantalla del sacerdote apuntaban a una instancia donde la Iglesia tenía a dos de sus representantes: Los obispos Sergio Valech y Neftalí Aravena. El rol de los clérigos fue tal que el primero presidió posteriormente la instancia encargada de elaborar dos informes, publicados en 2004 y 2010, los que se conocen como “Informe Valech.”

⁴⁸ “Suspenden comentario del Padre Raúl Hasbún”. *El Mercurio*. Chile. 28 de enero de 2001.

1986⁴⁹. Alexis Zamora, director de Programación de Canal 13 desde 2014 y en ese entonces asistente de dirección, recuerda a Bertrán como su “mentor”⁵⁰.

“La muerte de Gonzalo fue un proceso súper duro, súper fuerte, y que tenía que ver con una partida muy importante para el equipo de entretenimiento, porque su liderazgo era bien fuerte, entonces todo pasaba por su figura. El equipo se resintió mucho y luego de la muerte lo que más quisimos fue no dividirnos y hacer un periodo de transición hasta 2003, cuando llegó ‘Vértigo’ y ahí se consolidó el área con un nuevo formato. Creo que los procesos de cambio tienen que ver con buscar nuevos caminos de hacer televisión”, sostiene.

A la partida del director de televisión, se sumó la primera publicación de los estados financieros del canal desde 1999, los que sinceraron la magnitud de la crisis⁵¹. Durante el primer semestre del año 2000, Canal 13 registró pérdidas por más de 2 mil millones de pesos⁵², las más altas de la industria durante ese año.

Pese a que las pérdidas aún se mantenían a un año y medio de su mandato, el mandamás del 13 anunció que la segunda parte de su gestión estaría centrada en los contenidos. La idea era lograr tres cosas: incrementar la audiencia, hacer del canal una empresa rentable y estructurar una línea editorial clara. Esto, en consonancia con lo que esperaba el nuevo

⁴⁹ Pese al avanzado estado de su enfermedad, Bertrán estuvo a cargo de la dirección ejecutiva del Festival de la Canción de Viña del Mar del año 2000, el primero a cargo del canal durante esa década. El 13 lamentó la pérdida y posteriormente le puso su nombre al principal estudio de la casa televisiva. Mayor referencia en “Falleció destacado director de TV Gonzalo Bertrán”. *Emol.com*. 30 de enero de 2001. Disponible en <http://www.emol.com/noticias/magazine/2001/01/30/44700/fallecio-destacado-director-de-tv-gonzalo-bertran.html> (Consultado el 01 de febrero de 2014).

⁵⁰ Entrevista con el autor, realizada el 02 de septiembre de 2014.

⁵¹ La publicación de los estados financieros (FECU) de Canal 13, ocurre luego de que TVN presentara un recurso ante la Corte de Apelaciones de Santiago para que su competencia entregara los balances pendientes desde 1999.

⁵² “Lo que encierra el primer balance económico de Canal 13”. *El Mercurio*. Chile. 19 de mayo de 2001.

rector de la universidad, Pedro Pablo Rosso⁵³, que era conformar un canal más universitario.

La segunda etapa de Bellolio fue más corta de lo que se esperaba, debido a los nuevos desafíos del canal -ligados a un tema más programático que de gestión- y a una inhabilidad sobreviniente⁵⁴, por lo que se comenzó a buscar a un sucesor. El nuevo director ejecutivo tendría como misión concretar el mandato de la rectoría y ser capaz de compatibilizar las muchas veces esquivas variables de *rating* y calidad.

El “veranito de San Juan” de Enrique García

Recién comenzaba el año 2002 y Jaime Bellolio dejaba la dirección ejecutiva meses antes de lo presupuestado y, en su reemplazo, asumía una persona que se alejaba del perfil de sus antecesores. Se trataba de Enrique García. Si bien es ingeniero civil industrial, su especialidad eran las comunicaciones y el *marketing*. Y no sólo eso: A diferencia de Jordán y Bellolio, ambos formados en la UC, él era egresado de la Universidad de Chile.

García inició su carrera en *El Mercurio*, desde donde llegó a ser gerente de planificación y desarrollo, posteriormente se desempeñó como gerente general de Comunicaciones Intercom, siendo uno de los responsables de la introducción de la televisión por cable en Chile, y luego fue socio y ejecutivo de la prestigiada agencia de publicidad BBDO y gerente y socio de la agencia TMG Media Group. García sabía lo que era hacer un producto rentable y vendible, y venía a demostrarlo a Canal 13. De hecho, durante la gestión de Bellolio había prestado asesorías al canal en temas de audiencias y *marketing*. Además, se

⁵³ Rosso inició su rectorado el 11 de marzo de 2000. Su plan de desarrollo institucional para los años 2000-2005 incluyó entre otras materias el aumento de la investigación teológica, humanista y científica, así como el establecimiento de estándares para el uso y enseñanza del castellano e inglés en todas las carreras.

⁵⁴ Los hijos de Bellolio y el rector Rosso contrajeron matrimonio, por lo que ambos pasaron a ser consuegros. Los lazos familiares son considerados una inhabilidad en los cargos de confianza en la Universidad Católica.

declaraba católico, asistía con regularidad a misa y no militaba en partidos políticos. Otros dos de los requisitos claves a la hora de nombrar a un director ejecutivo en la era de la Universidad Católica.

Las diferencias con sus antecesores no sólo eran de formación y procedencia, sino que de estilo: García acostumbra a usar calcetines de colores llamativos y corbatas con dibujos animados, pedía –y pide- que lo llamen “Kiko”, y cada vez que podía –y puede- menciona una de sus frases favoritas: “Yo elegí ser feliz. ¿Y tú?”. En tanto, la página *web* de la agencia que dirige desde 2005, muestra una foto suya en que aparece sacando la lengua. Al costado de la imagen, se dispone de un pincel digital con el que se puede rayar su retrato⁵⁵.

Pese a las diferencias con su antecesor, Jaime Bellolio –procedente de la academia y de estilo más bien formal-, la llegada de García fue vista como una decisión de continuidad. De hecho, Bellolio asumió como presidente del nuevo Consejo Superior del canal⁵⁶, el que venía a reemplazar a la instancia asesora creada a fines de la gestión de Jordán. En otras palabras, el ex director ejecutivo pasaba a ser la contraparte de García. Era el primer apronte de lo que se conocería más tarde como “las dos cabezas” de Canal 13.

El canal seguía hundido en una crisis económica. Muestra de ello fue el balance FECU⁵⁷ del primer semestre de 2002, el que registró pérdidas de 2 mil 861 millones de dólares, una cifra superior en 800 millones a la alcanzada en igual periodo de 2001. El informe a la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS) mostraba, además, una disminución en un 11,3% de los ingresos del canal. Pese a los esfuerzos de ajuste económico y cambios

⁵⁵ Ver www.samara.cl

⁵⁶ El nuevo Consejo Superior venía a reemplazar al Asesor creado en la gestión de Jordán. La instancia mantenía la mayoría de sus miembros, pero asumía otras responsabilidades. Una de ellas estaba en la gestión de los medios relacionados a la casa televisiva, que en ese entonces eran Canal 13 cable, el sitio web, y los nacientes proyectos de radiodifusión que se estaban trabajando.

⁵⁷ La Ficha Estadística Codificada Uniforme -FECU- es un informe trimestral mediante la cual las empresas dan a conocer a la Superintendencia de Valores y Seguros -SVS- sus estados financieros.

programáticos impulsados por Jordán y principalmente por Bellolio, el canal no mejoraba su situación. Los rumores de una posible venta reaparecieron, en un escenario donde el canal sólo arrojaba pérdidas y concentraba críticas por su incapacidad de transmitir el mensaje de la Iglesia.

Así las cosas, el mandato de García era continuar con la política de austeridad iniciada con Jordán e implementada sobre todo durante la gestión de Bellolio. Pero además, el ejecutivo tenía el desafío de reencantar a las audiencias. “Evangelizar” fue el concepto utilizado por el rector Rosso para graficar la nueva misión que tendría el canal. La frase, que puede entenderse como la aspiración de un canal confesional, apuntaba más bien a dialogar con nuevos espectadores que tradicionalmente no sintonizaban los contenidos de la estación.

El propio Enrique García lo explica de la siguiente forma⁵⁸: “Se pensó como una manera de acceder a audiencias a las que el canal no accedía. Que el canal tenía que dialogar con ciertos segmentos de la población. Todos los estudios hasta el 2001 y el 2002 demostraban que las audiencias del canal eran gente mayor, muy conservadoras y, más bien, de la derecha política de este país”. García continúa explicando para tener un canal masivo “había que rejuvenecerlo, había que liberalizarlo en términos de pensamiento, de las ideologías y, desde mi perspectiva, de lo valórico, sin salirse bajo ningún punto de vista de los marcos que yo creía relevantes para la Iglesia”.

A la labor económica y de audiencias se sumó otro objetivo, que estuvo liderado por el presidente del Consejo de la corporación, Jaime Bellolio: El “reordenamiento” del gobierno corporativo de Canal 13, para lo que se contrató la asesoría del entonces ex director ejecutivo de TVN, René Cortázar⁵⁹. El objetivo era dotar al canal de una entidad que

⁵⁸ Entrevista con el autor, realizada el 22 de noviembre de 2011.

⁵⁹ La asesoría de Cortázar no era fortuita: Durante su gestión como director ejecutivo de TVN se dio a conocer en 1997 el primer libro de “Orientaciones Programáticas” del canal estatal. Documento disponible en

funcionara lo más parecido posible al directorio de una sociedad anónima, con mayor autonomía respecto del rector. El mandato, además, incluía la definición de los estándares editoriales del canal, proceso que culminó con la publicación del “Libro de orientaciones programáticas de Canal 13”⁶⁰, texto que hasta 2013 seguía vigente en lo sustantivo. El documento incluye los orígenes, la misión, y los valores que busca promover la corporación. Del mismo modo, fija lineamientos frente a temas que pudieran resultar complejos, como la infidelidad, la sexualidad, la fe y los abusos sexuales contra menores, entre otros. “Los temas relativos a la sexualidad son tratados en Canal 13 con naturalidad, con respecto a ámbitos privados en los que se desarrolla, evitando una exposición abusiva, degradante o morbosa”, se lee en el texto. Del mismo modo, se dice que “Canal 13 no aprueba ni condena las opciones sexuales de las personas, a excepción de que éstas pongan en peligro a otros seres humanos o se basen en relaciones de explotación o vejamen. Para Canal 13 la homosexualidad no es sinónimo de perversión, pero tampoco la presentan como expresión de 'normalidad' o de modernidad”. Esta definición será clave para entender más adelante la construcción del personaje de Ariel Mercader, un gay en la teleserie “Machos”. En cuanto a los casos de abuso sexual -que aparecían en la prensa y en los cuales la estación había tenido un rol clave en su investigación⁶¹- el libro sostiene que la estación “condena y denuncia en forma categórica cualquier conducta de abuso sexual contra niños, sea ésta construida en base a la fuerza, la amenaza o la seducción”.

<http://www.tvn.cl/corporativo/orientaciones.html>. (Consultado el 01 de febrero de 2014). En diciembre de 2000 y luego de una polémica por un intento de censura de un reportaje, Cortázar pierde piso político al interior del directorio y deja la dirección ejecutiva de TVN. Casi una década después, y en un contexto distinto, Cortázar volvería a asumir en un cargo equivalente en Canal 13. Ver página 107.

⁶⁰ UCTV (2003). *Libro de orientaciones programáticas de Canal 13*. Santiago de Chile. Documento cedido por Enrique García para efectos de esta investigación. Al libro se sumó otro texto denominado “Las 13 claves del 13” que sintetizaba los lineamientos editoriales del canal en breves oraciones.

⁶¹ El 02 de julio de 2002 el Programa de investigación “Contacto” emitió el reportaje “Chile, país de pedófilos”, por medio del cual cayó una red de pedofilia liderada por un transportista escolar. Si bien el caso representó un gran golpe periodístico y provocó inmediatas reacciones de las autoridades de la época, provocó un debate ético sobre los métodos utilizados, ya que para concretar la denuncia el equipo debió esperar a que el abusador estuviera al borde de concretar su acción.

En el libro se reafirma que Canal 13 “se identifica con los valores del cristianismo y con la Iglesia Católica como institución y comunidad que encarna y promueve esos valores”.

No obstante, sostiene que “el extravío eventual de algún miembro de la Iglesia, que lo induzca a cometer actos indebidos o penados por la ley, es objeto de cobertura en Canal 13 con la misma fidelidad y rigor profesional que cualquier otro hecho, a sola condición de que se tenga en cuenta su efectiva relevancia”. Si bien los abusos sexuales por parte de clérigos aún no estallaban en Chile, ya desde 1997 el fundador de la influyente orden de los Legionarios de Cristo, el mexicano Marcial Maciel, enfrentaba acusaciones de tratos deshonestos.

Otra de las materias que resultará clave para más adelante será la definición sobre el uso de cámaras ocultas. “Por regla general, Canal 13 utiliza cámaras no visibles sólo en casos excepcionales y autorizados por el responsable del área o del producto, con consulta previa al director ejecutivo”. Entre los estándares a considerar se encuentra la “imposibilidad” de obtener la misma información a través de procedimientos abiertos. Esta definición cobrará relevancia al abordar la crisis en el departamento de prensa de Canal 13 por un reportaje del programa “Contacto”, en el año 2012, donde se utilizó este mecanismo para registrar la respuesta de colegios de élite de Santiago al momento de recibir a una mujer caracterizada como de bajos recursos quien pedía matrícula para sus hijos⁶². Pero todavía faltaba harta tela qué cortar.

⁶² Ver el capítulo V.

“Protagonistas de la Fama”: O acerca de las causas y consecuencias del primer *reality show* en Chile

En su intento por dialogar con nuevas audiencias, las autoridades de Canal 13 incorporan en el plan estratégico para el año 2003 los primeros análisis respecto de la posibilidad de realizar un *reality show*, un naciente formato televisivo que estaba siendo todo un éxito en Europa con programas como “El gran Hermano” y “Operación triunfo”, inaugurados en 1999 y 2001, respectivamente. Mientras el primero se centraba en la convivencia permanente de los participantes, el segundo mostraba las aspiraciones de los concursantes de convertirse en estrellas de la canción. Más allá de las características de los *reality*, el análisis compartido era que el formato permitiría acercarse a las audiencias jóvenes e innovar.

La prioridad uno -explica García- era el programa “Operación triunfo”, pero las negociaciones con las productoras españolas no fructificaron. En la lista seguía “Protagonistas de la Fama”, un *reality* que combinaba convivencia y pruebas de talento para aspirantes a actores. Una suerte de promedio entre “El gran hermano” y “Operación triunfo”. Según recuerda García, el análisis de ese momento coincidía en que este formato era la mejor estrategia para llegar a las audiencias más jóvenes. El ex director ejecutivo relata que buscaron “un *reality* que, en el fondo, calzara con la línea editorial de Canal 13, que teníamos ya definida. Y optamos por 'Protagonistas de la Fama'”.

El programa se transformó en un fenómeno televisivo. Acaparó portadas de revistas, generó debate y luego de tres meses de emisiones, el capítulo final tuvo un *rating* promedio histórico de 52 puntos. No sólo eso. “Protagonistas de la Fama” generó programas satélite que elevaron la audiencia en franjas horarias donde el canal no tenía liderazgo -como la tarde- y le permitió incrementar la sintonía de matinales, el “Festival de Viña del Mar” y potenciar el regreso de Canal 13 a la “guerra de las teleseries”.

El espacio fue tan exitoso como criticado, incluso desde dentro del canal. En una entrevista con radio *Cooperativa*, “Don Francisco”, el histórico conductor de “Sábado Gigante”⁶³, manifestó su preocupación sobre el precedente que, a su juicio, sentaría el naciente género televisivo, en cuanto a la privacidad de las personas. “Al final ¿qué?... ¿van a terminar teniendo relaciones sexuales en pantalla? Y después, ¿qué?... ¿le van a cortar el miembro a alguien?... ¿qué es lo que van a hacer?”, decía⁶⁴.

Los *realities* también inquietaban a la Iglesia. Según trascendidos de la época publicados por la prensa, al entonces Cardenal y gran canciller de la UC, Francisco Javier Errázuriz, le preocupaba el hecho que fuera el propio canal católico el primero en haber caído “en la tentación” del *rating* que generaban en otros países del mundo este tipo de programas. Cercanos al arzobispado, contaron en ese entonces a *El Mercurio*⁶⁵ que a Errázuriz, además, le inquietaba la emisión de “antivalores” desde la estación televisiva: El fomento del morbo, el exhibicionismo, la pérdida de intimidad y el uso de un lenguaje vulgar. Ni en ese momento, ni para este reportaje, Errázuriz ha querido expresar públicamente sus apreciaciones sobre el fenómeno. Quien sí se pronunció sobre el tema fue el sacerdote jesuita Fernando Montes, por medio de uno de sus espacios en la pantalla de Canal 13 para hacer la siguiente comparación: “En Roma se hacía pelear a los gladiadores, aquí se les observa por la televisión como si fueran bichos. Esta experiencia me da pena, pero la culpa no es de la televisión, sino nuestra porque avalamos esto”⁶⁶.

Las reacciones por “Protagonistas de la Fama” llegaron incluso al Congreso, donde el entonces senador socialista José Antonio Viera-Gallo reprochó que los participantes de este tipo de programas “consientan afectar su privacidad, su intimidad y su libertad a cambio de

⁶³ En sus inicios, el programa se llamó “Sábados Gigantes”, hasta su internacionalización.

⁶⁴ “Don Francisco se tiró en picada contra ‘Protagonistas de la Fama’. *La Cuarta*. Chile. 06 de marzo de 2003.

⁶⁵ “El Cardenal Errázuriz está incómodo por el papel de Canal 13 en el *reality*”. *El Mercurio*. Chile. 05 de mayo de 2003.

⁶⁶ “Don Francisco se tiró en picada contra ‘Protagonistas de la Fama’. *La Cuarta*. Chile. 06 de marzo de 2003.

la fama y sometiéndose a situaciones crueles”⁶⁷. El legislador instó a sus pares a suscribir un proyecto de acuerdo para solicitar al Consejo Nacional de Televisión (CNTV) un pronunciamiento sobre el impacto de estos programas. En la iniciativa se pedía al Consejo realizar estudios sobre los efectos de los *reality* en niños y jóvenes, y sugerir “normas y criterios orientadores básicos a los cuales los canales deban ajustarse en el futuro”. Canal 13, nuevamente, apostó por la innovación invitando al parlamentario al espacio de conversación “Encuentros cercanos” a manifestar sus puntos de vista.

En medio de este debate, el CNTV reconoció en una investigación especialmente elaborada para estos efectos que el formato había generado “un significativo interés en la población, lo que se ha manifestado en altos niveles de audiencia televisiva y en una extensa cobertura de prensa, focalizada tanto en las características de los programas como en los posibles efectos en la población”⁶⁸. Sin embargo, y contra todo pronóstico de Viera-Gallo, “Don Francisco” y de todas las voces que habían levantado críticas a la llegada del formato, una de las principales conclusiones del estudio era que los programas del género de los *reality show* estimulaban la posibilidad de ver televisión en familia. De acuerdo al sondeo realizado por el organismo en conjunto a la consultora *Adimark*, un 53% de los niños y jóvenes encuestados aseveraba ver este tipo de programas acompañados de sus hermanos, un 48,5% de sus padres y un 15,5% junto a sus amigos.

De acuerdo a las conclusiones del estudio, el programa de Canal 13 obtenía una nota entre 6 y 7, muy por sobre los programas juveniles o del mismo género emitidos por la

⁶⁷ “Senadores horrorizados ante arremetida de reality show”. *Las Últimas Noticias*. Chile. 11 de enero de 2003.

⁶⁸ CNTV (2003). *Principales resultados estudios de género Reality Shows*. Departamento de Estudios y Supervisión CNTV. Santiago de Chile. Disponible en http://cntv.nivel5.cl/medios/Publicaciones/2003/Estudios/Pples_RS.pdf. Análisis de contenido del estudio disponibles en <http://cntv.nivel5.cl/medios/Publicaciones/2003/Supervision/RSAnalisisPantalla.pdf>. (Consultado el 11 de enero de 2012).

competencia⁶⁹. Según consignaba el CNTV, los encuestados identificaban como atributos positivos del programa “el esfuerzo para alcanzar metas, la comprensión, la tolerancia, la franqueza, la amistad, la convivencia social y la representación de distintas posturas valóricas”. A pesar de las evaluaciones positivas, un tercio de los jóvenes que participaron del sondeo criticaban el exhibicionismo, el abuso de un lenguaje grosero, así como también lo que consideraban una excesiva invasión de la intimidad. Pero el mayor reparo tenía que ver con la manipulación: Un 48,3% de ellos afirmó que los programas eran pauteados, editados y que no eran reales.

En tanto, otro estudio elaborado por la empresa Mori señalaba que, junto con constituir un nuevo espacio de interacción entre juventud y la sociedad en general, con “Protagonistas...” Canal 13 “abrió los ojos de los telespectadores asumiendo una posición más liberal y flexible y dio cuenta de la diversidad y pluralidad presentes en la actualidad”⁷⁰.

Respecto del debate surgido en torno al espacio, García reconoce que “obviamente hubo gente que no le gustó, gente de la Universidad que no le gustó, hubo gente de la Iglesia que tampoco le gustó, pero yo tenía un directorio que lo había aprobado”⁷¹.

El fenómeno inauguró un género que llegó para quedarse en la televisión local. A juicio del entonces productor del espacio, Nicolás Quesille, “sin ‘Protagonistas de la Fama’ y sin el blindaje que le proporcionó Canal 13 contra prejuicios y críticas de toda índole no hubiera sido posible afianzar el género *reality show* en Chile y, con ello, ir avanzando en colocar a nuestra televisión a la altura de la industria audiovisual de los países más importantes en el

⁶⁹ Además de “Protagonistas...”, el CNTV analizó los espacios de TVN “Rojo” y “Tocando las Estrellas”; de Mega “Refugio Mekano” y “Súper M 2003”, y el *reality* extremo de Canal 13 “Conquistadores del fin del mundo”.

⁷⁰ Estudio MORI citado en QUESILLE, Nicolás. *El atrevimiento de Canal 13*. En ACUÑA, Fernando; GUTIÉRREZ, Soledad; y PUENTES, Adrián (Editores). (2007). *Los primeros 50 años de la televisión en Chile*.

⁷¹ Desde sus inicios en 1999 con el programa holandés “El gran hermano” y su masificación como género en los años 2000, los *reality show* han causado controversia y debate en torno a los límites de lo público y lo privado. A modo de graficar el fenómeno, Google Académico contiene 22 mil 900 artículos sobre el tema. En tanto al unir las palabras “reality” y “impacto” el motor de búsqueda arroja al menos 2 mil 230 resultados.

mundo. Sin atreverse no se hace televisión”⁷².

Machos: El regreso de Canal 13 a la “guerra de las teleseries”

En medio del exitoso momento de Canal 13 a raíz de “Protagonistas de la Fama”, en marzo de 2003 debutó la teleserie “Machos”, que mostraba la historia de una familia de siete hermanos, encabezada por un patriarca conservador: Ángel Mercader, encarnado por Héctor Noguera.

En una apuesta arriesgada -tal vez la más jugada en la historia de las teleseries chilenas hasta entonces- Canal 13 abordó por primera vez de manera explícita, en la franja de las 20 horas, la homosexualidad de uno de sus protagonistas. El personaje de Ariel Mercader, interpretado por el actor Felipe Brown, además, tomaba distancia del estereotipo del afeminado con que solía representarse al hombre *gay* en la pantalla abierta en Chile⁷³. El personaje provocó debate y permitió ver el estado en que se situaban las nociones sobre la homosexualidad en un país donde poco se hablaba del tema. A modo de ejemplo, un ejecutivo del canal de la época relataba bajo reserva de fuente a *La Tercera* que el personaje “tendrá serios conflictos de identidad, los que se reflejarán en una desorientación sexual que cruzará toda la historia”⁷⁴. La cita resulta ilustrativa de la forma en cómo la homosexualidad aún era vista como una “desorientación” y no como una condición u opción sexual plenamente válida.

Si bien el personaje de Ariel Mercader generó una alta adhesión y empatía, también fue motivo de críticas. Principalmente, porque había quienes consideraban que Ariel Mercader

⁷² QUESILLE, Nicolás. *El atrevimiento de Canal 13*. Op. Cit.

⁷³ Ese mismo semestre TVN mostró en la teleserie “Puertas adentro” a una pareja de homosexuales maduros, interpretada por los actores José Soza y Luis Alarcón. Quizás por su origen humilde –vivían en una toma- o porque el impacto de ver un homosexual en el canal del Angelito era mayor, esta historia no logró el alcance que la de Ariel Mercader. Mayor referencia en CONTARDO, Oscar (2011). *Raro. Una historia gay de Chile*. Editorial Planeta.

⁷⁴ “Felipe Brown se prepara para ser el personaje gay de Machos”. *La Tercera*, Chile. 25 enero de 2003.

era una suerte de gay asexuado, que mantenía una relación a distancia, que no frecuentaba discotecas de ambiente. Un *gay no gay*. Para uno de los guionistas de la teleserie, Pablo Illanes, el impedimento para ir más allá con el personaje no fue la propiedad católica del canal, sino más bien las fronteras propias del momento en que se encontraba el país.

“La idea era hacerlo (al personaje, Ariel Mercader) con altura de miras, en un momento clave, y era un riesgo enorme. Tenía que ser un personaje que despertara cariño, que generara cierto cambio en la conciencia de los chilenos, que fuera creíble y que representara al *gay* chileno medio. En absoluto la intención era provocar con el personaje”, decía el escritor en una entrevista a la revista *El Sábado*⁷⁵. Para Illanes, era “suficiente conflicto para la gente escuchar en televisión, a las ocho de la tarde, temas como ése y sentir una identificación. Entender la realidad de un personaje como ése es lo que genera el conflicto. Él es un tipo enrollado, pero, por lo mismo, el dolor que tiene el personaje genera todo el éxito y el cariño”.

Los Mercader también eran la excusa para mostrar otras situaciones, como la impotencia sexual, la infidelidad, las relaciones de parejas de distintas edades. Así las cosas, “*Machos*” daba cuenta de un fenómeno de cierto destape que parecía haber llegado para quedarse. Para el entonces director ejecutivo del canal, Enrique García, esta apertura temática precisamente “se pensó como una manera de acceder a audiencias (a las) que el Canal no accedía. Que el canal tenía que dialogar con ciertos segmentos de la población”. Y agrega que “lo que nosotros buscábamos era generar el diálogo social. Obviamente que cuando nosotros tomamos la decisión de poner a Ariel en '*Machos*' y hacer la historia de una telenovela distinta, es porque queríamos generar cierto debate”.

⁷⁵ Pablo Illanes, escritor y guionista de '*Machos*'. La vida fuera del clóset”. Revista “El Sábado” de *El Mercurio*. Chile. 18 de julio de 2003.

Otro de los episodios que dio cuenta de esta apertura temática fue la apuesta de García de incluir al grupo nacional “Los Prisioneros” en la parrilla del Festival de Viña. Sin embargo, pese a lo acordado, la banda emitió un discurso anti Iglesia durante su presentación.

“El curita con el sermón en el canal de televisión... Luego la propaganda del celular con la mina con el poto al aire. El curita con la censura en cierto canal de televisión.... Luego la mina con las tetas operadas en la propaganda de cerveza... El señor que no puede hacer la propaganda del condón. El parece que quiere que todo el mundo muera de Sida. El curita con el Sermón... Sexo... el curita con las palabras al cierre, el curita hablando (de) amor de Jesús, pero cuando matan y torturan se queda callado...”, dijo el vocalista Jorge González durante la primera canción de su presentación, justamente “Sexo”⁷⁶.

Tras el polémico discurso, el director de la transmisión televisiva dijo a *Cooperativa* que “estábamos preparados, pero no para que en la primera canción nos insultaran a nosotros mismos”⁷⁷. Posteriormente, y al ser consultado sobre el caso, la reacción de García fue la siguiente: “debemos ser más tolerantes, porque eso está en el evangelio. Nuestra pantalla debe abrirse a la diversidad, le guste a quien le guste”⁷⁸.

⁷⁶ La frase se puede ver desde los 2:38' del concierto, disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=Hyl0o8XqBzk> (Consultado el 01 de febrero de 2014).

⁷⁷ “Director del festival de Viña lamenta Críticas de Los Prisioneros a Canal 13”. *Emol.com*. 23 de enero de 2003. Disponible en <http://www.emol.com/noticias/magazine/2003/02/23/105377/director-del-festival-lamenta-criticas-de-los-prisioneros-a-canal-13.html> (Consultado el 13 de febrero de 2014).

⁷⁸ “Director de Canal 13 ratifica apertura temática”. *La Tercera*. Chile. 26 de febrero de 2003.

La campaña del VIH/Sida que incomodó a los curas

Los dichos de Jorge González en relación a la reticencia de la Iglesia a transmitir la campaña de prevención del Sida no eran antojadizos. En los últimos días de noviembre de 2003, el Ministerio de Salud envió cuatro *spots* televisivos, de una duración entre 30 y 45 segundos, a los canales de televisión agrupados en la Asociación Nacional de Televisión (Anatel). Las piezas publicitarias buscaban informar a la población sobre los mecanismos para prevenir el VIH/Sida. La idea era transmitir la campaña en la franja de los noticieros centrales de la televisión abierta, entre las 21 y 22 horas, durante diciembre de ese año y durante enero de 2004⁷⁹.

Mientras TVN, CHV y La Red emitieron los *spots* sin reparos, Canal 13, UCV-TV y Megavisión, declinaron hacerlo argumentando razones editoriales.

El caso produjo un intenso debate mediático, en particular sobre la negativa del canal católico y del que en ese entonces pertenecía al empresario Ricardo Claro. Si bien no era primera vez que estos canales se negaban a emitir los *spots*, para muchos la decisión constituía una paradoja: Canal 13 tenía entre los protagonistas de su teleserie “Machos” a un padre infiel y a un hijo homosexual -considerados en ese entonces como parte de la población en riesgo-, y a Megavisión no les complicaba mostrar escenas eróticas a las 7 de la tarde, en horario familiar, como parte de una miniserie de su programa juvenil “Mekano”.

En medio de la polémica, Enrique García salió al paso de los cuestionamientos. A través de una carta pública⁸⁰ dirigida al entonces ministro de Salud, Pedro García, el mandamás del 13 acusaba que los *spots* del gobierno no aludían ni alertaban respecto de “las

⁷⁹ La campaña de ese año puso el énfasis en el uso del condón y en uno de sus comerciales mostraba a una pareja de homosexuales abrazados.

⁸⁰ “Homosexuales reales y el condón revelan límites en apertura de Canal 13”. *El Mostrador.cl*. Disponible en <http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2003/12/02/homosexuales-reales-y-el-condon-revelan-limites-en-apertura-de-canal-13/> (Consultado el 15 de diciembre de 2012).

consecuencias negativas que para las personas y sus familias pueden representar conductas sexuales promiscuas. Por el contrario, se plantea que éstas son una opción o modelo para alcanzar la realización personal”.

“Consideramos contradictorio el que una campaña de prevención del Sida valide una sexualidad riesgosa, si se considera que ésta constituye precisamente un factor que incide en la propagación de la epidemia. Frente a lo anterior, nos parece cuestionable que los *spots* de la campaña promuevan únicamente el uso de preservativos como mecanismo de prevención, considerando que existen otros métodos efectivos y compartidos por la sociedad”, agregaba la carta.

Pese a ello, García se comprometía a exhibir una campaña propia "que apunte directamente a prevenir la propagación del Sida en nuestro país".

Hoy, García asegura que las razones de su postura fueron dos: la molestia de la Iglesia y la necesidad de mostrar una campaña que sintonizara con los lineamientos editoriales del canal. “Yo no pasé la campaña del gobierno porque obviamente a la Iglesia esa campaña le molestaba profundamente. Pero yo hice una campaña tan abierta como ésa, en un lenguaje más cuidado no más: La campaña 'Yo Mato'. 'Esta noche mato'. La mirada siempre fue cuidar una línea editorial que fuera acorde con el libro de orientaciones programáticas que escribimos. Desde mi perspectiva, nunca nos salimos del libro”, asegura García.

La campaña del 13 fue encargada a la agencia Ditborn&Unzueta, la misma que realizó la publicidad de “Machos” y constó de cinco capítulos. Según consigna la prensa de la época⁸¹, el primer video de la campaña alternativa de García duraba un minuto y mostraba a un hombre joven que besaba a una mujer muerta sobre una camilla. Luego, aparecía la frase “despierta, con el Sida puedes matar a quien más quieres”. La música de fondo era el

⁸¹ “Canal 13 lanzó su propia saga de spots para prevenir el Sida”. *La Nación*. Chile. 23 de diciembre de 2003.

tema “Everybody hurts” (Todos hacemos daño) de la banda norteamericana R.E.M. Luego se indicaban como alternativas de prevención: “hazte el examen de VIH”, “sé fiel a quien amas” y “protégela, protégete”. En esta última indicación, sin embargo, no se especificaba cómo hacerlo (evitando referencias directas al uso de condón). Los avisos se transmitieron en dos horarios, incluido el *prime*, hasta fines de enero de 2004, a la par de la campaña oficial. La apuesta del 13 concluía con el mensaje “Contagia vida, No Sida” y haciendo un llamado a informarse en el número telefónico de la Clínica Familia, ligada a la Iglesia.

Si bien el gobierno en un primer momento valoró la decisión del canal de transmitir una campaña alternativa, posteriormente la Comisión Nacional del Sida (ConaSida), dependiente del Ministerio de Salud, cuestionó que el énfasis en la realización del examen del VIH podía provocar una “falsa sensación de seguridad en las personas”. En tanto, agrupaciones como Vivo Positivo enrostraron que no se aludiera al condón como método efectivo de protección y se “estigmatizara” a los grupos de riesgo⁸².

En este contexto, la decisión de Canal 13 de rechazar los *spots* del gobierno no sólo instaló una polémica interna, sino que además dejó puesta sobre la mesa la pregunta sobre cuán real y duradera iba a ser la apertura temática anunciada por su entonces director ejecutivo.

⁸² “Ministerio de Salud critica campaña del Sida de Canal 13”. *La Tercera*. Chile. 24 de diciembre de 2003.

La UC aumenta sus atribuciones fiscalizadoras

Con el objetivo de aumentar la presencia de la universidad en el canal, el Consejo Superior de la UC realizó un cambio en la institucionalidad para modificar la composición y atribuciones del Consejo Asesor de Canal 13, entidad que hasta el momento funcionaba como un directorio que orientaba y al que se sometían a consulta aspectos relevantes para la gestión del director ejecutivo. Tal como lo estipula el “Libro de orientaciones programáticas de Canal 13”, el nuevo Consejo “está encargado de establecer principios relativos a la línea editorial y programática del canal, supervisar el cumplimiento y dictar normas e instrucciones para su adecuada concreción”. En materia editorial le corresponde “conocer, examinar y aprobar los proyectos de programación y producción de la Corporación”⁸³.

Así las cosas, el Consejo quedó liderado por el ingeniero comercial Fernando Coloma, quien asumió la presidencia, y por la periodista, abogada y ex decana de la Facultad de Comunicaciones de la UC, Eliana Rozas. Junto con ellos, se ratificó a los consejeros Jaime Bellolio, Carlos Catalán y Fernando Poch, y se sumaron la historiadora Sol Serrano y el arquitecto Cristián Undurraga, en reemplazo de los salientes José Pablo Arellano y Patricia Matte. Junto con el aumento de sus integrantes, se crearon los cargos de vicepresidente – que asumió Rozas-, el de secretario general y un Comité de ética.

Uno de los cambios más significativos en los estatutos de UCTV fue el fortalecimiento de las atribuciones del Consejo, entre ellas la posibilidad de remover al director ejecutivo con la venia de la mayoría de sus miembros. El nombramiento de éste también pasaría por la entidad asesora, a propuesta del rector de la casa de estudios. A ello se sumaba la potestad para nombrar y remover -a pedido del director ejecutivo- los principales cargos del

⁸³ *Libro de orientaciones programáticas de Canal 13*. Op. Cit. Pág. 2.

13, como director de gestión y operaciones, prensa, programación y el de secretario general, quien actuaría como vocero del Consejo y como puente entre las relaciones del canal con la universidad⁸⁴. Este cargo fue asumido por Eliana Rozas, quien dejó la vicepresidencia de la instancia. En paralelo a su rol, la académica siguió haciendo clases en la Facultad de Comunicaciones del plantel, por lo que su rol de “puente” era literal. La vicepresidencia, en tanto, fue ocupada por el académico de las facultades de Historia y de Comunicaciones de la UC, Patricio Bernedo⁸⁵. El nuevo Consejo, a diferencia de su predecesor, no sólo opinaba, sino que tomaba decisiones.

El aumento de las atribuciones del Consejo y la mayor preponderancia de académicos de la UC fueron señales que se interpretaron en su momento como una medida para fiscalizar con mayor intensidad las funciones de Enrique García, quien poco a poco comenzaba a generar anticuerpos en el sector más conservador de la Iglesia y de la universidad. Los recelos hacia el mandamás se agudizaron luego que Canal 13 emitiera una entrevista a la llamada “testigo clave del Caso Spiniak”, bajo identidad protegida.

El caso Gemita Bueno

Hasta mediados de 2003 la gestión de García corría sin grandes sobresaltos, remontando las pérdidas de años anteriores y liderando en sintonía en diversas franjas horarias. La polémica salida de Hasbún, la negativa a emitir la campaña pública del VIH/Sida, eran traspies insignificantes comparados con los meses que enfrentaría el ingeniero en su última etapa en la dirección ejecutiva de Canal 13.

⁸⁴ “Académicos entran al Consejo de Canal 13: Fernando Coloma y Eliana Rozas a la cabeza”. *La Segunda*. Chile. 16 de enero de 2004.

⁸⁵ Bernedo, de profesión historiador, ha enfocado buena parte de su línea de investigación en la historia de los medios de comunicación, la prensa, y las industrias culturales.

El 19 de noviembre de ese año, “Tele13” anunció una entrevista exclusiva con una joven calificada de “testigo clave” del llamado “Caso Spiniak”⁸⁶. Bajo identidad protegida, la fuente afirmaba que uno de los sujetos ligados a la red de pedofilia era un parlamentario. “A uno lo conozco como a la palma de mi mano (...) Él fue como mi marido. Doloroso, pero mi marido (...) Él estuvo casi un año junto conmigo (...). Es un senador y tengo muchas marcas en el cuerpo que fueron por él (...). La señora no tenía por qué haber sabido que él se iba a violar a *cabros* chicos a la casa de Spiniak”⁸⁷, dijo. En la segunda parte de la entrevista, emitida al día siguiente, la joven relató cómo habría sido reclutada para asistir a las fiestas privadas del empresario. En uno de esos encuentros aseguró haber presenciado el abuso a una niña de ocho años, a quién “le cortaron un pezón”. Si bien “Tele13” no dio a conocer ni el rostro ni la identidad de la joven, los periodistas que siguieron el caso dedujeron que la entrevistada era Gemita Bueno. A partir de la descripción entregada por la joven es que comenzó a rumorearse que el parlamentario en cuestión era uno de los fundadores y referentes de la UDI, el senador Jovino Novoa, dichos que más tarde la propia joven reconocería en sus declaraciones judiciales⁸⁸. Se desató un escándalo. La UDI y sus

⁸⁶ Como “Caso Spiniak” se conoció la investigación y posterior desbaratamiento de una red de prostitución infantil, liderada por el entonces empresario Claudio Spiniak. El caso tomó ribetes políticos luego que la entonces diputada RN Pía Guzmán señalara en una entrevista al programa “Buenos días a todos” de TVN que habían “antecedentes” de que en el círculo íntimo de la red de pedofilia había involucrados dos políticos de la Alianza y uno de la DC. El día 10 de octubre de 2003 la parlamentaria declara ante la Justicia. A su salida es consultada por un periodista de Radio Biobío sobre si los nombres a los que alude son los de Carlos Bombal y Jovino Novoa. Guzmán no lo desmiente. Luego, el escritor Pablo Huneeuss escribe en su blog que se trataba de “un secreto a voces” la identidad de los parlamentarios supuestamente involucrados en el caso. La versión de la parlamentaria es reforzada tras la difusión del testimonio de la llamada “testigo clave” del caso, la joven Gemita Bueno, por las pantallas del 13. Spiniak –quien se encontraba detenido desde el 30 de septiembre de 2003- fue condenado en 2008 a 12 años de prisión y obtuvo la libertad condicional en 2013.

⁸⁷ Transcripción de entrevista en “Cronología del caso que involucró a Gemita Bueno y el cura Jolo”. *Emol.cl*. 05 de mayo de 2006. Disponible en <http://www.emol.com/noticias/nacional/2006/05/04/218053/cronologia-del-caso-que-involucro-a-gemita-bueno-y-el-cura-jolo.html> (Consultado el 10 de agosto de 2013).

⁸⁸ Una de las declaraciones de Gemita Bueno fue publicada por el medio digital *El Mostrador*. En el testimonio entregado el 21 de abril de 2004 la joven señala que “*el hecho fundamental es que efectivamente alguna vez estuve con quien ahora reconozco como el senador Jovino Novoa, por un periodo que no puedo precisar, pero sí debo situar en varios días que pueden llegar aproximadamente a cuatro o cinco, en los cuales lo vi completamente desnudo, en el que él mantuvo relaciones sexuales conmigo y advertí todos los rasgos que he*

próceres estaban enardecidos. Los medios y los periodistas se enfrascaron en una carrera frenética por conseguir testimonios de jóvenes que hubieran participado en las fiestas de Spiniak. Mientras, los tribunales se volvían el foco de atención por los procesos penales en curso.

El entonces presidente del gremialismo, Pablo Longueira, acusó a Canal 13 de “faltar a las normas mínimas de la ética periodística”. Meses más tarde, el propio Novoa decidió tomar acciones legales contra la estación, donde exigió una indemnización de \$1.850 millones. En la demanda civil interpuesta por el abogado Álvaro Ortúzar, se acusa al canal de haber actuado con “dolo y malicia” al haber “convertido las acusaciones de los pasquines y los velados rumores en una realidad para muchos, causando un daño irreparable”. La tensión, además, llegó al interior del propio Consejo de Canal 13, donde se cuestionaba que la decisión de transmitir la entrevista hubiera sido inconsulta. “Esto fue conversado y aprobado por el director ejecutivo. Fue una decisión que tomó él sin informarle a los consejeros. A mí me llamó para informarme minutos antes de las 9 (de la noche) para decirme que iba a salir esto. Te imaginarás que con un par de minutos antes (de emisión del noticiario) el margen de acción era cero”, recuerda Jaime Bellolio, en ese entonces miembro de la entidad.

La tensión por el caso se agudizó luego que la joven reconociera que había mentido, lo que inició un proceso por falso testimonio el día 18 de agosto de 2004. “Es todo mentira. Todo, todo, todo, todo. Todo mentira”, dijo en una entrevista a *La Tercera*. En tanto, al semanario *The Clinic* le confesó: “Me pasé por la raja a todo Chile”⁸⁹.

Apenas se conoció la farsa, la plana mayor de Canal 13 comenzó a discutir la posibilidad de *manifestado al tribunal...*

Texto completo en “La declaración de cuatro páginas de Gemita Bueno”. *El Mostrador.cl*. 10 de agosto de 2004. Disponible en <http://www.elmostrador.cl/pais/2004/08/10/la-declaracion-de-cuatro-paginas-de-gemita-bueno/> (Consultado el 14 de agosto de 2013).

⁸⁹ Gemita Bueno dio dos entrevistas, donde reconoce que su historia era falsa. Ver “Es todo mentira. Todo, todo, todo, todo. Todo mentira”. *La Tercera*. Chile. 12 de agosto de 2004. Y “Me pasé por la raja a todo Chile”. *The Clinic*. Chile. 13 de agosto de 2004.

ofrecer disculpas públicas al senador Novoa. Jaime Bellolio relata que “como miembros del Consejo le pedimos a Fernando Coloma (en ese entonces, presidente de la instancia), que tomara las medidas correspondientes para dar respuesta a este desagradable episodio, por medio de una carta”. Al interior del directorio existía preocupación por el atraso de la misiva, que tardó casi un mes en salir a la luz.

El desagravio a Novoa se concretó el 9 de septiembre de 2004 en la edición central de “Tele13”. Ahí, el periodista y conductor Mauricio Hoffmann leyó una declaración de cuatro puntos, donde se sostuvo que frente al procesamiento por falso testimonio contra la joven “lamentamos profundamente la situación que han sufrido y han sido víctimas el senador Novoa y su familia durante largos meses”. Asimismo, el comunicado agregaba que en la difusión del testimonio de la joven “actuamos con absoluta buena fe y haciendo uso de los recursos de verificación en ese momento disponibles”. Pese a ello, se reconoce que “tenemos ahora la certeza de haber sido objetos de un engaño, al igual que otros medios de comunicación”.

Además, en la declaración se sostiene que “jamás tuvimos la intención de lesionar la honra del senador Novoa (...). De hecho, su nombre nunca fue mencionado en la entrevista transmitida por Canal 13”. Finalmente, la estación plantea que la situación los ha llevado a una “profunda reflexión” en torno a los procesos periodísticos realizados⁹⁰. Si bien en un primer momento el senador no aceptó las disculpas del canal, ya que las consideró tardías, en marzo de 2005 logró un acuerdo con la estación para retirar la demanda civil⁹¹. Los términos de dicho acuerdo fueron tratados con estricta reserva.

⁹⁰ “Canal 13 ofrece disculpas a Jovino Novoa por entrevista a Gemita Bueno”. *La Tercera*. Chile. 09 de septiembre de 2004.

⁹¹ “Jovino Novoa y Canal 13 lograron acuerdo”. *La Nación*. Chile. La 22 de marzo de 2005.

A la querrela del senador se sumaron los cuestionamientos a la cobertura del caso Spiniak⁹² por parte del Consejo Nacional de Televisión y el Consejo de Ética de los Medios de Comunicación. El primero de éstos -que luego fue desestimado por la Corte de Apelaciones- acusó al canal de actuar con “sensacionalismo” en el tratamiento de las imágenes de la detención del empresario. En dicho proceso, se cuestionaba además el valor informativo de las imágenes de la detención. En tanto, el dictamen del Consejo de Ética amonestó a Canal 13 por la cobertura del caso Spiniak y la emisión de la entrevista a Gemita Bueno. Si bien la entidad reconoció que existió “preocupación” por verificar las fuentes, se estableció que el canal “no tomó los resguardos suficientes”, al tratarse de una situación compleja y de alto interés público⁹³. Asimismo, se cuestionó que “se formularon graves acusaciones contra personas que eran fácilmente reconocibles en ese momento” y que “los antecedentes no fueron suficientemente chequeados con fuentes independientes”. A ello se suma que “no se dio a las personas eventualmente afectadas la posibilidad de conocer las acusaciones de antemano”⁹⁴.

El caso tensionó las relaciones entre García y el Consejo Asesor de Canal 13. Molesta por la cobertura del caso, la socióloga y académica Patricia Matte dejó su cargo en el que había permanecido por cuatro años. Matte explicó posteriormente que no estuvo de acuerdo con el grado de “crudeza” con que se abordó el tema. “Si lo hubieran transmitido en otro canal no es lo mismo que si es en Canal 13. El grado de validación que tiene un canal de la Iglesia Católica es distinto y, por lo tanto, la obligación que tiene la gente del canal es

⁹² Para mayor referencia ver VERGARA, Pablo; Sanhueza, Ana María (2008). *Spiniak y los demonios de la Plaza de Armas*. Editorial Copa rota. Y DÉLANO, Manuel; FUENTES, Bárbara (2008). *Periodismo en el límite. Seis casos de debate*. Editorial Uqbar. En este último, además, se analiza la entrevista a Gemita Bueno en Canal 13.

⁹³ Fallo del Consejo de Ética de Los Medios de Comunicación, emitido el 20 de junio de 2004.

⁹⁴ “Corte de apelaciones revierte fallo contra Canal 13 por cobertura de caso Spiniak”. *La Tercera*. Chile. 12 de mayo de 2004.

distinta”, dijo en una entrevista a *La Tercera*⁹⁵.

“Él quiso buscar la voz de los débiles, él tenía sus razones para tomar la decisión de transmitir ese testimonio, pero García se equivocó. Ahora ya han pasado tantas cosas que no vale la pena pronunciarse. Si en ese momento hubiéramos tenido un fallo diciendo que Gemita mentía, deberíamos haber renunciado todos”, manifestó. En la Iglesia, en tanto, el cardenal Francisco Javier Errázuriz, cuestionó que no se le hubiera consultado sobre la emisión de la entrevista, sobre todo por tratarse de un caso donde estaban ligados miembros de la institución. De esta forma, hizo saber que, mal que mal, la Iglesia era la dueña del canal.

Pese a todo, Enrique García relativiza la existencia de una crisis al interior del canal tras el caso: “Esto genera una polémica en la sociedad, genera una polémica en la Universidad, en el Consejo de Ética de los medios. Ahí se genera una polémica, y obviamente el canal es enjuiciado por la noticia”. Junto con esto, el entonces director del canal recalca que el 13 “salió sobreseído y limpio” de los cargos que se le imputaban, salvo por la amonestación del Consejo de Ética. Sin embargo, el caso lo obligó a remover al director de prensa de la época, Nicolás Vergara.

Si bien la salida de García era pedida por parte del directorio, fuentes de la UC consultadas para efectos de esta investigación detallan que Rosso habría desestimado esa opción para no contaminar su campaña para la reelección a la rectoría de la casa de estudios.

⁹⁵ “Patricia Matte: ‘Enrique García se equivocó’”. *La Tercera*. Chile. 28 de marzo de 2004.

Una venta frustrada

En 2004, el entonces rector de la Universidad Católica, Pedro Pablo Rosso, comenzó a evaluar seriamente la posibilidad de incorporar capitales privados a Canal 13. Para ello, encargó al miembro del Consejo de la estación y ex director ejecutivo, Jaime Bellolio, y al pro rector Juan Ignacio Varas, encabezar -con máximo sigilo- las conversaciones con empresarios, tanto en Chile como en el exterior. La idea era incorporar nuevos accionistas, pero manteniendo la propiedad mayoritaria de la estación y la hegemonía al interior del directorio. El plan contemplaba vender sólo un 20% de la propiedad del canal, abriendo la posibilidad que más adelante éste u otro accionista pudiera adquirir otro 20%. De esta forma se incorporarían nuevos capitales, sin tener que ceder un elemento que para el rector era intransable: El control editorial del Canal 13.

Las negociaciones lograron un alto grado de avance con el empresario mexicano Ángel González, en ese entonces dueño de 30 canales de televisión en Latinoamérica –incluyendo La Red, en Chile- y presidente del *holding* Latinoamérica Televideo Services⁹⁶. Según desclasifica Bellolio para esta investigación, las tratativas “estaban bastante avanzadas y con visto bueno de las autoridades pertinentes de la universidad. En las conversaciones que tuvimos, González decía que el tema editorial lo dejaba en manos de la universidad, absolutamente. Eran parte de las conversaciones. Sino, no había transacción”. El entonces miembro del Consejo prefiere no referirse a los montos involucrados, aunque sostiene que la cifra estaba “muy por sobre” la que fue tasada Canal 13 al momento de su venta en 2010.

⁹⁶ Al año 2013, el grupo se denomina Albavisión y controla 20 canales de televisión y 120 radioemisoras. González actualmente controla la propiedad del canal chileno Red TV, que adquirió en 1999.

¿Por qué se frustró la venta? Existen versiones encontradas. Lo cierto es que el caso generó un duro enfrentamiento entre el empresario mexicano y el entonces director ejecutivo, Enrique García, quien al enterarse de las negociaciones -de las que no formaba parte- aprovechó un viaje que realizaría a Miami para abordar el tema con González. Tras el encuentro -que según sostienen fuentes consultadas para este reportaje y la prensa de la época, fue duro y áspero- el mexicano acusó a García de pedirle un porcentaje, un “bono”, a cambio de la venta. “Mi impresión es que él estaba molesto porque no encabezó las negociaciones. Creo que García debería confrontar sus problemas con el rector y con Bellolio”, aseguró el empresario en una entrevista concedida a *La Tercera*⁹⁷. En la misma publicación se dio un espacio para que García planteara su punto de vista: “yo no he pedido dinero al señor González. Esto revela, finalmente, la sabiduría de la universidad al terminar con el negocio”. Años más tarde, y al recordar el episodio, el ex director ejecutivo asegura que no solo fue una negociación frustrada. Según sostiene, Canal 13 estaba prácticamente vendido: “yo me enteré por los compradores de material y por la gente de Estados Unidos que había un pre acuerdo entre Ángel González y el rector de la (Universidad) Católica y Jaime Bellolio. Yo chequeé eso, y era verdad, y le avisé al Cardenal, y el Cardenal paró la venta”. Sobre este punto, Bellolio sentencia que “las autoridades pertinentes lo sabían”. Consultado sobre el caso, el cardenal Errázuriz declinó emitir declaraciones en ese momento. Nueve años después de esas negociaciones frustradas, Errázuriz tampoco quiso referirse a los detalles para la presente investigación.

“Obviamente, esta decisión (de informar al Cardenal) me generó dificultades para cumplir con la universidad y con ciertos estamentos de la UC, porque yo creía que el canal no había que venderlo, como sigo creyendo”, recuerda el entonces director ejecutivo.

⁹⁷ “Empresario azteca explica por qué fracasó venta de Canal 13”. *La Tercera*. Chile. 16 de junio de 2004.