

UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE PERIODISMO

P.
G 166
1998.
e 2.

LA ESTACIÓN DE TELEVISIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE

HISTORIA DE UNA PRIVATIZACION

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA



PROFESOR PATROCINANTE: NICOLAS QUESILLE S.
AUTORA: MARCELA GALLERO P.

SANTIAGO, 1998

Gracias a

Lucy, Patty e Iván...

...por todo

y a mi profesor Nicolás por su permanente apoyo y dedicación

INDICE

1- INTRODUCCIÓN	1
2- RESEÑA HISTÓRICA DE LA TELEVISIÓN EN CHILE	8
2.1- Régimen de Propiedad de la TV	8
2.2- Régimen de Financiamiento de la TV	16
2.3 Régimen de Administración de la TV	23
3- HISTORIA DE LA ESTACIÓN DE TELEVISIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE	27
3.1- Política del Canal Universitario	27
3.2.- Programación	32
3.3.- Financiamiento	44
3.4- Administración	48
4- SITUACIÓN DEL CANAL DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE HACIA 1993	62
5.- PROCESO DE VENTA	66
6.- CONCLUSIÓN	81
7.- A MODO DE EPÍLOGO	86
8.- BIBLIOGRAFÍA	90

1- INTRODUCCIÓN

Casi 40 años han pasado ya desde los inicios de la televisión en nuestro país. Como invento y como herramienta tecnológica ha logrado instaurar en nuestra sociedad, amparado en el sentido común, el "cliché" publicitario de "la magia de la televisión". Es decir, el televisor sería una caja mágica que lleva imágenes, escenas de vida y fantasía, a las casas de quienes, sin vivir aquellas escenas, pueden participar de ellas desde la distancia.

Pero este apelativo generoso y optimista ha lidiado con el de "caja idiota", denominación que algunos teóricos mantienen señalando que el aparato impide el desarrollo de las mentes infantiles, limita la comunicación intrafamiliar, distorsiona los valores y otras acusaciones de similar gravedad.

Distintas teorías han puesto a la TV en juicio permanente atribuyéndole un poder ilimitado sobre la audiencia, un rol de instrumento político, o el papel de mera herramienta evasiva de la realidad, y han focalizado su investigación en diferentes aspectos.

Para algunos de estos modelos, el objeto de estudio es el medio mismo, es decir la TV como sistema de comunicación en sí y sus características como tal. Otras teorías dirigen su investigación al público como receptor de los contenidos que transmite, estudiando sus reacciones.

No es interés de este trabajo tomar partido por alguna de estas versiones, su fin se dirige más bien a los emisores y productores televisivos existentes en la industria de la televisión, lo que se conoce como canales.

Dentro de esta área, el objeto de estudio es la situación de un canal específico de TV, cuya historia lo ha llevado desde su nacimiento en la Universidad de Chile a la privatización total y dependencia absoluta del capital extranjero: la experiencia del actual canal 11, Chilevisión.

Investigar la historia y desarrollo de este canal permitirá conocer las posibles razones que llevaron a la Universidad de Chile a vender el único medio de comunicación audiovisual de que disponía, y obtener un registro del proceso.

Un recorrido por la historia de los intentos, posibilidades, objetivos, logros y fracasos del canal de la Universidad de Chile, entregará la claridad que aportan las experiencias concretas en los procesos históricos de las instituciones, procesos en que muchas veces se ven reflejados aciertos y errores que llevan a la comprensión del estado de una organización.

En este caso específico, los errores que llevaron a la Universidad de Chile a vender su canal de televisión.

El objetivo de esta investigación es recopilar, mediante revisión bibliográfica y entrevistas, información y datos legales acerca de la venta del canal de la Universidad de Chile al capital venezolano, ordenarla con el fin de lograr un registro organizado sobre esta transacción y deducir, con la información histórica, las posibles razones de la venta.

Estudiar la situación de un canal, implica definir primero a qué tipo de canal nos estamos refiriendo. Para lograr este objetivo es necesario elaborar las clasificaciones adecuadas desde el punto de vista de la propiedad, la recepción, el financiamiento, y la programación. Estas distinciones, que se

realizarán con fines operativos, tienen en cuenta las experiencias televisivas más comunes a nivel mundial.

Clasificación de Sistemas Televisivos:

a) Según Propiedad:

- Estatales:** Medios de comunicación pertenecientes a la sociedad civil, representada en el gobierno. Su financiamiento suele ser recibido directamente desde el gobierno.
- Privados:** Pertenecen generalmente a grupos económicos particulares y los medios de comunicación son considerados como empresas. Estados Unidos, México y Brasil son ejemplos de este tipo de experiencia; países en que paralelamente a los canales estatales, existe también un poderoso sistema privado.
- Educacionales:** Medios de comunicación pertenecientes a entidades dedicadas a la formación, desarrollados al alero de las universidades, las cuales entienden sus canales como una rama de sus actividades de extensión. Por lo general reciben financiamiento de la casa de estudios a la que pertenecen y sus fines son fundamentalmente educativos. Su grupo objetivo suele ser el cuerpo académico y estudiantil y su sistema de transmisión generalmente es limitado.

En este punto es necesario mencionar el caso particular de Chile, aquí la experiencia fue especial, pues en los inicios de la televisión chilena, el gobierno dio a las Universidades y al Estado la exclusividad del manejo de los servicios televisivos; éstas fueron extendiendo su funcionamiento hacia toda la sociedad como canales abiertos que, si bien reconocían en sí mismos un compromiso con la cultura y la educación del país, se desarrollaron en función de las necesidades de entretención de sus audiencias y los requerimientos de publicidad del sector productivo. Esta situación restó claridad al concepto de televisión universitaria que se manejó en los inicios de la televisión en Chile.

Mixtos:

Combinan cualquiera de las modalidades antes descritas. En Chile se suele hablar de sistema mixto. En un comienzo existía la TV universitaria que incluía publicidad; más adelante la TV universitaria y estatal; finalmente TV universitaria, estatal y privada.

b) Según Recepción:

- Abiertos :** Se refiere a la televisión que cualquier aparato receptor puede captar sin necesidad de decodificadores ni adaptadores. Generalmente funciona por la banda VHF (Very High Frequency) que cuenta desde el canal 2 hasta el canal 13, o por la banda UHF (Ultra High Frequency) desde el canal 14 al canal 83.
- Cerrados:** Precisan de alguna conexión especial en el aparato de TV para su recepción. Existen varios tipos de televisión cerrada,
- TV Cable:** Llega al hogar mediante un cable -de cobre u óptico- que conecta el receptor con la central transmisora.
- TV Microonda:** Su señal viaja por el aire, al igual que la TV abierta, pero requiere de un decodificador y de una antena especial para ser captada.
- TV Satelital:** Llega por una onda transmitida por satélite directamente al hogar, donde el receptor requiere de una antena parabólica especial y un decodificador. El satélite a su vez, está conectado con una base en tierra, encargada de emitir por el mundo una serie de señales.

c) Según Financiamiento:

Estatat: Los recursos económicos que requiere el funcionamiento del canal son entregados por el Estado.

Publicitario: El medio de financiamiento se basa en la publicidad que colocan a través de sus señales los canales de TV. El sistema se transforma finalmente en financiamiento del público que debe pagar un valor agregado a lo que compra, por concepto de publicidad.

Del telespectador: Es más común en la TV Cerrada, en la cual el televidente debe pagar un monto mensual por el uso del sistema y por la recepción de los diferentes canales alternativos.

Mixto: Muchas estaciones combinan sistemas de financiamiento. En Chile, por ejemplo, la televisión por cable pautea comerciales en algunas señales, así como también la televisión estatal transmite publicidad.

d) Según Programación:

Con el surgimiento de la televisión cerrada y la posibilidad de llegar a públicos específicos o targets, los canales han optado por ordenar sus temáticas de programación en virtud de los intereses específicos de sus audiencias, dirigiéndolas a grupos etéreos, de género, o especializados. Basados en esta situación, se podrían distinguir:

Canales Sincréticos: Típicos de la televisión abierta. El intento es llevar una gran variedad de alternativas en lo referente a tipos de programación, considerando los gustos generales de la población, en base a estudios de mercado. Incluyen así programas de entretenimiento, periodísticos, musicales, infantiles, educacionales etc.

Canales de Contenido: Generalmente pertenecen a la TV Cerrada y se caracterizan por representar una función específica, ya sea de entretenimiento, cultural, educacional, infantil, musical, turística, antropológica, fílmica, artística, periodística etc.

De esta forma entonces, y considerando que desde sus inicios y a través de su historia, la estación televisiva de la Universidad de Chile pasó por varias de estas clasificaciones, el actual canal 11, Chilevisión, será estudiado como: un medio de comunicación privado, abierto, de financiamiento publicitario y sincrético.

2- RESEÑA HISTÓRICA DE LA TELEVISIÓN EN CHILE

2.1- Régimen de Propiedad de la TV

Los primeros programas de TV fueron difundidos en nuestro país a fines de los años '50 por las Universidades en forma experimental, sin existir una normativa clara al respecto.

El único reglamento que establecía normas para la concesión de frecuencia, instalación y funcionamiento de estaciones de televisión en Chile, era el Decreto N° 7.039 de 1958 presentado por la Dirección General de Servicios Eléctricos y sancionado por la firma del Presidente Carlos Ibáñez del Campo.

Esta reglamentación proponía el establecimiento tanto de canales comerciales como educacionales en todo el país, reservando esta concesión a ciudadanos y empresas chilenos.

En síntesis, un sistema mixto en cuanto a la propiedad reservando a las Universidades los canales educacionales y abriendo a los particulares la posibilidad de instalar canales comerciales.

Los canales comerciales no tendrían ninguna obligación en cuanto a sus programas, ni límites para la emisión publicitaria dentro de su programación habitual. A su vez, los canales educacionales deberían transmitir programas de indiscutido valor didáctico y excluir por completo la propaganda comercial, o de cualquier tipo.

Las iniciativas privadas de instalar canales de TV no prosperaron en aquel entonces. Las Universidades por el contrario, tuvieron mayor facilidad para el desarrollo de sus proyectos televisivos, dadas sus particulares características: Desarrollo tecnológico, privilegio de exención arancelaria para la importación de equipos, legitimación educacional en la ley de concesiones televisivas, y el rol de representante del desarrollo social y cultural que tenían.

Dadas estas condiciones se iniciaron las transmisiones en los canales universitarios en un horario reducido, con programación frecuentemente improvisada y sin emitir publicidad (acatando las disposiciones del decreto).

A comienzos de los años '60 surgieron varios intentos privados de desarrollar la industria televisiva, los que fueron abortados por decisión política y por opinión de las autoridades universitarias que presionaron amparadas en el rol educacional y cultural de la TV, cuya utilización con fines de lucro, según ellas, debía evitarse.

Los debates que esta polémica generó, arrojaron como resultado el establecimiento de la televisión en un área de propiedad pública, cuyos objetivos eran educativos, prohibiéndose las actividades de propaganda política e ideológica.

Hacia el año 1962, el Mundial de Fútbol condicionó a los canales de TV existentes (todos universitarios) a modernizarse en función de la amplia demanda de aparatos televisores y transmisiones que generó.

Hubo fuertes inversiones en infraestructura y producción con el fin de transmitir los partidos. Se activó casi por completo la existencia de la televisión universitaria, desde el punto de vista de la emisión, del lenguaje televisivo, del repertorio y de la función social que del medio se esperaba.

Así, surge en las estaciones televisivas la necesidad de profesionalización, financiamiento y definición del rol social; en otras palabras, la necesidad de un cambio y de autofinanciamiento.

En 1964 se proyecta crear un sistema de TV estatal paralelo al sistema universitario, el cual se inicia oficialmente en 1969.

En esta época parte además un proceso de reformas políticas y sociales, por lo que la televisión adquiere un nuevo rol como instrumento de cambio social.

El gobierno demócrata - cristiano se decidió a impulsar la creación de una red nacional de TV, de una ley que ordenara el funcionamiento del medio y realizó inversiones para su modernización.

La idea del gobierno era establecer una red de TV educacional con el fin de apoyar el desempeño del profesorado en las provincias. Se abrió así un proceso de negociaciones entre el gobierno y las Universidades para definir la política televisiva.

Este proceso de negociaciones se encontró con coyunturas históricas como la reforma universitaria, la crisis del proyecto DC y el crecimiento de las fuerzas de izquierda en el país.

Dada esta situación a fines de la década del '60 el gobierno decidió abandonar su intención de crear una red educativa y optó por no competir con los canales universitarios para asegurar el éxito del nuevo canal estatal, y

establecer una red nacional con programas que enfatizaran en la entretención en todo el país.

De esta manera el sistema televisivo quedó constituido por un canal gubernamental a nivel nacional y tres canales universitarios en su ciudad de origen (Los de las Universidades Católica y de Chile en Santiago y el de la Universidad Católica de Valparaíso en la Quinta Región).

A fines del gobierno demócrata - cristiano, se aprobó una ley de TV en trámite de urgencia, como parte de las garantías constitucionales negociadas entre la DC y la Unidad Popular para apoyar a Allende en el Parlamento.

Mediante esta ley, la Ley Orgánica de Televisión N°17.377 del 24 de octubre de 1970, se dispuso que sólo podrían establecer y explotar canales de TV en territorio nacional, la Empresa Televisión Nacional de Chile y las tres universidades que ya tenían la exclusividad, es decir la Universidad de Chile, la Universidad Católica de Chile y la Universidad Católica de Valparaíso; éstas debían ejercer sus funciones por medio de una Corporación de Derecho Público.

En el artículo N°1 de la ley 17.377, se establecen los objetivos de la televisión chilena, los cuales eran comunicar y unir al país, además de fomentar la educación, promover la cultura e informar objetivamente sobre el acontecer nacional e internacional. Por último, la TV debía también entretener sanamente, velando por la formación de la niñez y la juventud.

Una indicación formulada por el entonces Presidente Eduardo Frei Montalva, intercaló la frase: *Afirmar los valores nacionales, los valores culturales y morales, la dignidad y el respeto de los derechos de la persona y de la familia.*

En lo que respecta a la televisión universitaria se aprobó un inciso nuevo, que agregaba a las instituciones académicas, la función de ser la libre expresión pluralista de la conciencia crítica y del pensamiento creador.

Además se estableció que la televisión no estaría al servicio de ideología determinada alguna y mantendría el respeto por todas las tendencias que expresaran el pensamiento de sectores del pueblo chileno.

Se confirmó una situación que ya existía de hecho, autorizando legalmente a aquellas instituciones que establecieron canales de televisión previo a la normativa, a seguir operando sus estaciones.

Además se crea un organismo llamado Consejo Nacional de Televisión, integrado por el Ministro de Educación, un representante designado por el Presidente de la República, tres representantes, no parlamentarios, elegidos por el Senado, tres por la Cámara de Diputados, dos representantes nombrados por la Corte Suprema, los rectores de las tres Universidades propietarias de canales de TV, el Presidente del Directorio de Televisión Nacional de Chile y un representante de los trabajadores de la empresa.

Las principales atribuciones de este organismo serían orientar, supervigilar y fiscalizar la televisión chilena.

"El nacimiento de la TV en Chile originó un importante debate social en torno a este medio; la legislación sobre televisión de 1970 recogió el consenso que mayoritariamente se había establecido. La sociedad otorgó a la TV chilena un estatuto social, pues de acuerdo a la ley 17.377 y a diferencia de otros medios de comunicación, no puede ser propiedad privada sino que únicamente puede ser establecida y operada por el Estado y las Universidades. Al otorgar a

la TV chilena este peculiar estatuto legal, nuestra sociedad había comprendido que este medio era demasiado importante y por ello se lo debía estatuir bajo un régimen de operaciones y responsabilidad social" (Fuenzalida Valerio. Estudios sobre la TV Chilena. C.P.U. 1984 Pág. 16)

Con posterioridad al Golpe Militar, se modificaron algunos puntos de la ley de TV, ampliándose las atribuciones y cambiándose la composición del Consejo Nacional de Televisión, éste quedaría conformado por el Ministro de Educación, dos ministros de la Corte Suprema, designados por ésta, los rectores de las Universidades antes mencionadas, el Director General de TVN y un representante de libre elección del Poder Ejecutivo. En la práctica, se estableció para este organismo una dependencia política del Poder Ejecutivo, ya que los Rectores de las Universidades serían nombrados por la Junta de Gobierno.

En el año 1980 fue nuevamente modificada la anterior disposición señalando que tanto el Estado como las Universidades "y demás personas o entidades que la ley determine" podrían establecer, operar o mantener estaciones de TV. De esta manera, a partir de este año, se amplían las posibilidades de propiedad de un canal de televisión, permitiendo a particulares y otras entidades poseerlos.

"Al interior del gobierno de Pinochet, surge una polémica por contradictorias opiniones acerca de la TV privada. Ante esta polémica, y a diferencia de lo que acontecía en la década del '60, importantes sectores sociales han guardado silencio" (...) "El Consejo de Rectores de la Universidades chilenas y los propios Consejos Superiores, han permanecido al margen del debate; así

como las iglesias y otras instituciones que en el pasado ejercieron su derecho a expresar su postura en torno al estatuto televisivo más o menos adecuado a nuestro país" (Fuenzalida Valerio. Estudios sobre la TV Chilena. C.P.U.1984. Pág.17)

A fines del gobierno militar, el 30 de septiembre de 1989, se promulgó la ley Nº18.838 que dio cumplimiento a nuevas disposiciones, estableciendo claramente la composición, nombramiento y atribuciones del organismo fiscalizador de la televisión chilena. Además se distingue por primera vez entre servicios de TV de libre recepción (aquellos que utilizan el espectro radioeléctrico para sus transmisiones) y servicios de recepción limitada (transmisión por cable). "Con el objeto de abrir la televisión al sector privado, se crea en seguida un sistema de concesiones (...) otorgadas por el Consejo Nacional de Televisión y pueden beneficiar a personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado; son transferibles y transmisibles; no tienen plazo de renovación y su otorgamiento se rige exclusivamente por consideraciones técnicas (disponibilidad de frecuencias) y por el cumplimiento de algunas mínimas formalidades jurídicas. Dicho sistema tampoco establece barreras de entrada para el capital extranjero ni pone límites a la concentración del medio ni a la vinculación de distintos tipos de medios a través del control propietario." (Brünner, José Joaquín y Catalán, Carlos. Televisión, Libertad, Mercado y Moral. Ed. Los Andes 1995. Pág. 60)

La democracia y el nuevo gobierno del año 1990 motivaron un cambio a esta reglamentación televisiva. La ley N° 19.131 del 8 de abril de 1992, contiene nuevas disposiciones referidas a la fiscalización y control del medio de comunicación, a su desarrollo en un marco de pluralismo y libertad, y al régimen de propiedad, que fue sometido a transformaciones.

Se modifica la disposición que permite a personas naturales o jurídicas poseer canales de televisión limitando este beneficio sólo a personas jurídicas. Además la mantención de las concesiones ya no sería indefinida, se limitaría a 25 años, excepto para aquellas empresas que ya poseían derechos sobre alguna.

El acceso a una frecuencia será regulado por el Consejo Nacional de Televisión, que llamará a concurso público cuando llegue el momento de caducidad de alguna de ellas.

De esta manera se mantuvo el permiso a particulares de poseer canales de televisión, pero con algunas dificultades (mayores que durante el gobierno anterior) para conseguir las concesiones.

Todas las disposiciones legales y modificaciones introducidas en la reglamentación televisiva chilena, llevaron al surgimiento de nuevos canales privados. A la existencia de los canales 11, 5 y 13 de las Universidades, y al canal 7, Televisión Nacional de Chile, se agregó en 1990 por la frecuencia 9, la Red Televisiva Megavisión S.A., representada por el empresario chileno Ricardo Claro.

En 1991 sale al aire por la frecuencia 4 el canal La Red, perteneciente a Chile Films y a diversos empresarios.

En 1993, la radio Cooperativa lanza su canal Rock and Pop por la frecuencia 2. Esta situación genera una gran competencia por la publicidad y la teleaudiencia entre las estaciones de televisión chilenas; a lo cual se suma la llegada de la TV por cable, que compite con su TV de contenido abarcando grandes porciones de la audiencia especializada y con intereses específicos. El resultado de esto han sido los numerosos intentos, y varios logros, de canales chilenos por mejorar su posicionamiento a través de cambios en programación, perfil, rostros, presupuesto, cobertura y propiedad.

2.2- Régimen de Financiamiento de la TV

En lo referente al financiamiento de la televisión chilena, en sus inicios no existía claridad. Según el Decreto N° 7.039 de 1958, estaba permitido para los canales comerciales emitir publicidad, por tanto, si existía una estación comercial, ésta podía financiarse por ese camino. Sin embargo, para los canales educacionales (que en rigor eran los únicos activos) estaba prohibido exhibir publicidad.

Según la autora María de la Luz Hurtado: "Si vinculamos el artículo que prohíbe la generación de ingresos vía publicidad a los canales educacionales, y el artículo 27 letra F que solicita cálculo de entradas y gastos a las concesiones de servicio público, se puede deducir que estos recursos se entiendan como una subvención directa del organismo solicitante, ya sea a cargo de su propio

presupuesto, o de apoyo de organismos de promoción educacional." (Hurtado, María de la Luz. Historia de la TV en Chile 1958-1973. Ediciones Documentas Stgo. 1989. Pág. 22)

Entre los años 1959 y 1962 la TV no transmitía publicidad. "Pero la dinámica del medio la llevará prontamente a quebrar las reglas del juego, al introducir publicidad como mecanismo de financiamiento. Ello ocurre después de su expansión, como resultado del Mundial de Fútbol" (Hurtado María de la Luz. Historia de la TV en Chile 1958-1973. Ediciones Documentas Stgo. 1989. Pág.28)

Este sistema de publicidad encubierta consistía en nombrar o utilizar productos de alguna marca específica durante la emisión de un programa, de manera que no se hiciera explícita la publicidad, pero se mencionara la marca y el producto.

Los directores de los canales hicieron ver a las autoridades gubernamentales la dificultad y casi imposibilidad de financiar una estación de TV sin presupuesto alguno. Por otro lado, manifestaron también el deber de continuar con aquel desafío que ya había entrado a miles de hogares.

Tras estas apelaciones, el gobierno permitió que siguieran funcionando como lo habían hecho hasta ese momento, es decir se autorizó la publicidad sin hacerlo de manera explícita.

La inexistencia de una legislación específica para la TV generaba un vacío sobre las formas de financiamiento. Si éste dependía del presupuesto normal de las Universidades, el desarrollo del proyecto televisivo podría verse perjudicado, ya que el recelo de los sectores académicos a derivar parte de sus presupuestos a los canales de TV, generaría bajos fondos para su mantención.

Esta situación obligó a las Universidades a recurrir abiertamente al financiamiento publicitario y a la compra de programas extranjeros de bajo costo, dando origen a una "dualidad educativo-comercial" (Hurtado, María de la Luz Op. Cit. Pág. 42)

Esta característica de híbrido generó la protesta de los sectores privados, cuyo interés era establecer canales de TV y se veía coartado por el gobierno, mientras las Universidades, que supuestamente no podían tener publicidad, estaban utilizando esa forma de financiamiento.

En síntesis, la suma de factores tales como "intereses de la industria nacional, crecimiento de la industria publicitaria, déficit de los canales universitarios y ofertas de programas de la industria cultural internacional a bajo costo, ejercieron una permanente presión para mantener el modelo comercial de la televisión, a pesar de su régimen de propiedad pública." (Hurtado, María de la Luz. Op. Cit. Pág. 42)

Hacia el año 1964 los canales de televisión existentes se vieron exigidos a compatibilizar su calidad de universitarios (y por ende no comerciales) con la necesidad de autofinanciamiento, pues terminado el Mundial de Fútbol las exigencias de producción se mantuvieron. Esta situación y el permanente interés del sector privado por el medio, obligaron a la TV universitaria a resolver el tema del financiamiento. El canal de la Universidad Católica lo enfrentó proponiendo un modelo que articulara los requerimientos sociales de cultura e información pluralista, recreación y autofinanciamiento. Reestructuró el canal en departamentos especializados, diferenciando prensa de extensión, educación, producción y funciones comerciales. Así pudo desarrollarse de

manera estable, generando y creando nuevas formas de financiamiento además de la publicidad, como el respaldo en préstamos y créditos de la Universidad Católica y los aportes del Club de Telespectadores.

El canal de la Universidad de Chile mantuvo su postura y estructura académica, y en cuanto a su búsqueda de financiamiento, acudió al Estado.

Sin embargo, debió recurrir también a la publicidad cuando sus directivos comprendieron que no podrían abstraerse de la lógica del mercado y que debían mantenerse en el medio. Pero sus intentos no fructificaron del todo, pues el canal nunca se independizó de la Universidad.

"En los sesenta, el canal 13 alcanzará la consolidación organizativa y profesional apoyada fundamentalmente en el financiamiento publicitario, mientras el canal 9 quedará marginado desde el punto de vista de audiencia y publicidad. Esta era la situación del mercado cuando irrumpe la empresa estatal." (Portales, Diego. La Dificultad de Innovar. ILET Stgo. 1987 Pág. 89)

La Ley de TV de 1970 encontró a los canales universitarios en este desarrollo económico y al canal del Estado con el financiamiento fiscal correspondiente. Para ordenar el sistema, la ley estableció que el presupuesto podría generarse por dos mecanismos, publicidad comercial y fondos del fisco.

Según las disposiciones legales, a cada canal universitario le correspondía el 18% y a Televisión Nacional el 36% del saldo del producto del Impuesto al

Patrimonio establecido en el Título II de la Ley N°17.073, una vez deducida la parte que correspondía al Fondo de Pensiones del Servicio de Seguro Social¹.

Así, la TV pasó de ser financiada exclusivamente por avisaje comercial, a recibir además un porcentaje de financiamiento fiscal.

Según María de la Luz Hurtado el financiamiento mixto mantuvo la dualidad del sistema televisivo chileno: financiamiento comercial, definición educativa, y propiedad pública.

Las modificaciones introducidas por el gobierno militar fueron todas encaminadas a terminar con el financiamiento mixto y a dejar la TV al financiamiento publicitario. Según el autor Valerio Fuenzalida, desde 1975 en adelante, el aporte estatal a la TV chilena se habría suprimido por el simple mecanismo de no consignar fondos en la Ley de Presupuesto anual de la nación.

En agosto de 1977 se dictó un decreto que dispuso que la publicidad no podría exhibirse al interior de los programas, sino sólo antes o después de la emisión de éstos, con el fin de exhibir publicidad sin limitaciones. Durante la dictadura la televisión chilena se vio obligada al cambio radical de la modalidad de financiamiento, desde las fuentes mixtas hacia la publicidad. Como efecto de esta nueva forma se redujo la programación nacional y se reemplazó por la importada.

¹ Posteriormente, por medio de una disposición legal, a partir del año tributario 1971, se reemplazaría la participación en el Impuesto al Patrimonio que tenían el Servicio de Seguro Social, el Consejo Nacional de Televisión, TVN y los canales universitarios, por las cantidades asignadas en la Ley de Presupuesto. Esto significó un reajuste, pero la mantención de la proporcionalidad en la distribución del financiamiento

Según Patricio Basso, Vicerrector Económico de la Universidad de Chile durante la administración de Jaime Lavados, a partir del año 1981, se estableció definitivamente, mediante el Decreto con Fuerza de Ley número 4 del 20 de enero, un sistema que obligaba a las universidades a autofinanciarse. "Con este sistema, el canal comenzó a hacerse oneroso para la Universidad, y derivó hacia intentos de transformarse en un canal comercial". (Entrevista concedida en septiembre de 1997)

La Ley promulgada durante el primer gobierno de la Concertación (Ley 19.131) no realizó cambio alguno con respecto a la entrega de financiamiento a los canales de televisión por parte del Estado; de esa forma todos se ven obligados a autofinanciarse y generar recursos para mantenerse como empresas con fines de lucro.

En la actualidad el sistema televisivo recurre para su financiamiento a la publicidad directa, la cual depende del rating que los programas tengan, es decir el éxito de sintonía.

El surgimiento de los canales privados en nuestro país, (durante los años '90, gracias a la promulgación de la Ley 18.838, que permitió la propiedad privada de canales de televisión) además de la existencia de un alto porcentaje de la población nacional que accede a la TV por cable, potenció, provocó y agravó una situación de competencia entre las estaciones televisivas por lograr más alto puntaje en rating, lo que las llevaría a lograr también mayor cantidad de clientes comerciales y por consiguiente, más ganancias.

Esta situación competitiva ha llevado a los canales a generar verdaderas guerras de programación paralela. Evidentes ejemplos de este caso son las telenovelas, cuyo lanzamiento se ha transformado en un evento del jet-set nacional y cuya producción justifica enormes gastos para las estaciones televisivas.

Otro ejemplo - más sorprendente - se provoca en la competencia de los noticieros, si bien éstos no generan gastos en frivolidades ni eventos grandiosos, sí enfatizan en cubrir mayor cantidad de informaciones y en lo posible lograr permanentes "golpes noticiosos" que, haciendo aportes desde el punto de vista periodístico, generen mayores auspicios.

Conseguir la cobertura de importantes eventos deportivos nacionales e internacionales también se ha transformado en una lucha entre los canales de TV, así como la creación de programas estelares con invitados famosos que cobran exorbitantes sumas de dinero por aparición, pero que mantienen una gran cantidad de público frente al televisor.

Toda esta guerra televisiva se ha generado gracias a que el financiamiento depende exclusivamente de cuánta publicidad sean capaces de vender los programas, a que los canales funcionan como empresas, luchando por superar el rating de la competencia.

2.3 Régimen de Administración de la TV

Como ya se ha dicho, en sus primeros años la TV chilena era de propiedad universitaria, por lo tanto el control de la administración de los canales estaba en manos de las autoridades de esas casas de estudio (específicamente de la Rectoría), sin existir una normativa que fijara claramente esta situación.

Con respecto al canal estatal surgido por iniciativa del gobierno demócrata - cristiano en 1969, éste sería "una sociedad de responsabilidad limitada como filial de la CORFO, adquiriendo el status de las grandes empresas estatales como ENDESA y ENAP (...). En esta sociedad, CORFO quedó con el 80% de las acciones y las filiales ENTEL y CHILE FILMS quedaron cada una con un 10%" (Hurtado, María de la Luz. Op. Cit. Pág. 272).

Ya hacia 1970, con la promulgación de la primera ley de TV, el tema de la administración se aclaró. Esta ley señalaba que las universidades debían crear Corporaciones de Derecho Público, con personalidad jurídica, cuyos estatutos debían ser dictados por el Consejo Superior de cada Casa de Estudios².

Fue así como las universidades constituyeron en ese mismo año Corporaciones de Televisión.

² *En ese entonces las universidades tenían la facultad de crear Corporaciones que operaran las señales de televisión que se les otorgaran. Una Corporación es una entidad sin fines de lucro creada por Decreto Supremo del Presidente de la República*

Según María de la Luz Hurtado, la disposición legal de "entregar en manos de las autoridades universitarias la elaboración de los estatutos que normarían sus Corporaciones de Televisión, abrió el primer espacio de disputa por su control" (Op. Cit. Pág. 320)

Los cambios políticos acaecidos en ese momento, (Comienzos de los '70) generaron movimientos y polémicas al interior de las universidades, lo que provocó conflictos a la hora de definir la composición del Directorio de las recientemente creadas Corporaciones de TV.

Las estaciones de televisión que se encontraban funcionando en esa época tuvieron desarrollos y reacciones diferentes frente a los acontecimientos sociales y políticos del país.

En el caso de la Universidad Católica, los constantes conflictos entre la Rectoría y el Consejo Superior, generaron una postura general anti - UP tendiente a "neutralizar o suprimir la presencia de la izquierda en el canal" (Hurtado María de la Luz Op. Cit. Pág. 320)

El canal 7 pudo lograr mayor equilibrio, pues su estructura básica fue elaborada durante el gobierno demócrata-cristiano de Eduardo Frei Montalva, lo que aseguraba presencia y opiniones políticas de centro. Por otro lado, sus puestos directivos estaban controlados por miembros de confianza del gobierno de la UP, lo que equiparaba las fuerzas y evitaba mayores conflictos internos.

El canal de la Universidad de Chile, por su parte, mantuvo una política de extrema izquierda en sus trabajadores, desencadenándose un conflicto evidente entre este sector y la Rectoría demócrata - cristiana.

Con el abrupto fin del gobierno de izquierda, en 1973, la normativa general del país sufrió transformaciones. En cuanto a la influencia que los cambios introducidos por el gobierno del General Pinochet pudieron tener en el desarrollo del canal de la Universidad de Chile, éstos se reflejaron en su administración.

Según una de las nuevas disposiciones, la Junta de Gobierno tenía la facultad de nombrar a los rectores de las universidades, y con este nombramiento se adjudicaba el control de las Casas de Estudio.

A través del Decreto Ley N°50 emanado del gobierno "La junta de gobierno designará en su representación Rectores Delegados en cada una de las universidades del país".

Por medio del Decreto N°111 en el rector de la Universidad de Chile se concentrarán "todas las atribuciones y funciones que las leyes, reglamentos y estatutos entregan al Directorio de la Corporación de Televisión de la Universidad de Chile, a su Presidente y a su Director General, incluyendo la facultad de modificar los estatutos de esa Corporación" (Fuenzalida, Valerio. Democratización de la TV chilena. C.P.U. 1985 Stgo. Pág. 13)

El artículo N°5 disuelve el Consejo Superior de la Universidad y el directorio de la Corporación de Televisión. El decreto N°112 fija amplias atribuciones para los Rectores - Delegados en las tres universidades que poseían canales de TV.

Con todas estas medidas, la autonomía de las Universidades en lo que respecta al control de sus estaciones televisivas, se limita hasta casi desaparecer y pasan a depender administrativamente del gobierno militar.

El cambio de gobierno producido en 1990, trajo democracia a las universidades, por lo tanto el término de la designación de los rectores y una nueva posibilidad para los canales universitarios de reelaborar su estructura administrativa.

En esta misma época aparecen los primeros canales privados y se inicia una competencia entre las estaciones televisivas que definen más franca y evidentemente su rol de empresas comerciales.

La nueva era de gobierno desarrollada por la Concertación, trajo entre otras, una reforma a la regulación de la TV que pretendió su democratización. Se modificó la composición del Consejo Nacional de Televisión asegurándose mediante un sistema de designaciones, la representatividad de sus miembros, además de transformarlo en un ente autónomo e independiente para el cumplimiento de sus atribuciones.

3- HISTORIA DE LA ESTACIÓN DE TELEVISIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE

3.1- Política del Canal Universitario

Desde sus inicios el canal 9 de la Universidad de Chile surgió como un proyecto institucional de Rectoría, frente al cual algunos decanos se manifestaron reticentes y otros compartieron la idea de extensión cultural que aquel proyecto conllevaba. En mayo de 1960 se creó el Departamento Audiovisual que incluía la sección televisión, cine experimental, cineteca y fotografía. En su primera etapa, la intención del canal 9 fue definida entre la Rectoría, la Dirección del Departamento Audiovisual y la Dirección del canal, y consistió en extender la cultura a la sociedad.

Esta política cultural se desarrolló a través de la coordinación de recursos humanos, materiales, organización del trabajo y producción.

Según cita María de la Luz Hurtado al director del canal 9 en los años '60, Raúl Aicardi, la alternativa principal de la estación era el autofinanciamiento con su propia reventa comercial, o ser realmente un organismo cultural expuesto a las alternativas de financiamiento inherentes a este tipo de empresas. "Desde el punto de vista universitario era materia de creación de un organismo autónomo o de fusionamiento con alguna facultad afín. Políticamente era materia de liberalismo económico o socialismo estatal. El no haberle prestado mayor

atención a este problema -que por cierto aparecía secundario dentro del vasto campo universitario o gubernamental- dio por resultado el acondicionamiento semi-comercial de un intento semi-cultural". (Hurtado, María de la Luz. Op. Cit. Pág. 75)

En sus postulados, la Universidad de Chile se mostraba inflexible en la decisión de impedir cualquier intento de transformar su televisión en una TV comercial. Sin embargo, el permanente problema presupuestario y de distribución de recursos que vivía la Universidad obligó al canal a recurrir al avisaje comercial. Se buscó la estructuración de una directiva comprometida con la función cultural y la organización de equipos de trabajo profesionalizados.

La política continuó siendo el desarrollo cultural, incluyendo una función de contacto con la comunidad y manteniendo el mayor alejamiento posible de lo comercial. Se rechazaba la publicidad comercial y la programación envasada. Más tarde esta política debió ser replanteada con el fin de mantener el funcionamiento del canal.

El posterior desarrollo de cada estación televisiva tuvo mucho que ver con la política universitaria que mantenían las Casas de Estudio a las que pertenecían. Las universidades de Chile y Católica se han diferenciado en varios aspectos, entre ellos su relación con la sociedad, el Estado y el gobierno; esto implica diferencias en la manera de abordar los cambios sociales y de enfrentar las situaciones críticas que éstos generan. Así mismo, el proceso de desarrollo en las estaciones de ambas casas de estudio ha tenido distintas características.

La Universidad de Chile es la de mayor tradición en el país, se ha identificado con el Estado definiéndose como una entidad académica pluralista en lo económico, político y social.

Laica y con la misión de contribuir al desarrollo de la sociedad civil, la Universidad de Chile mantuvo una tendencia al crecimiento y a asumir diversas funciones culturales.

Según María de la Luz Hurtado, por este motivo, no debe extrañar que la Casa de Bello se haya embarcado en la TV universitaria a inicios del '60.

Una de las diferencias que posee con la Universidad Católica es que esta última fue creada por iniciativa de sectores religiosos y conservadores. Sobre esta idea, un texto de J.J. Brünner, citado por María de la Luz Hurtado señala: "El papel de esa universidad en la cultura nacional representaba, desde su propio origen, la pretensión de los católicos encumbrados social, económica y políticamente en la sociedad por mantener y expandir su influencia cultural, sobre la base de una racionalidad político-religiosa y la simultánea incorporación de los conocimientos profanos en la formación de las futuras elites políticas. (...) Es así una institución básicamente homogénea (versus la heterogeneidad de la Universidad de Chile), confesional y privada, más que laica y de lealtad estatal-nacional como la U" (Hurtado María de la Luz Op. Cit. Pág. 46-47)

La coexistencia de estas estructuras tradicionales y algunas tendencias modernizantes crea en los años '60 discusiones acerca de la estructura y rol de la Universidad Católica.

En esta época, en ambas casas de estudio surge el tema de la reforma y la renovación, pero con distintos desenlaces.

"En el caso de la Universidad de Chile, la televisión se insertó en aparatos académicos bajo la estrecha tuición de la Rectoría y se le entendió como un organismo dedicado a la función educativa y cultural, congruente con el concepto de Estado docente. Sus directores fueron personas de relevancia académica-humanista, o de conocimientos comunicacionales especializados, y sus primeras programaciones fueron cuidadosamente planificadas en ciclos progresivos. Por el contrario, la televisión de la Universidad Católica tuvo una alta autonomía de lo académico, reproduciendo el crecimiento inorgánico de esta entidad por la ausencia de una política global de universidad." (Hurtado, María de la Luz Op. Cit. Pág. 52).

Según Patricio Basso, Vicerrector Económico de la Universidad de Chile durante el proceso de venta del canal, el objetivo inicial de la Corporación de Televisión era transmitir cultura. "Por alguna razón que desconozco, la Universidad Católica tomó el canal en un sentido más comercial y la Universidad de Chile trató efectivamente de hacer un canal de índole cultural y eso comenzó a verse reflejado rápidamente en los ratings"³.

³ Se alude en forma permanente a las diferencias entre las Universidades Católica y de Chile, y los distintos destinos que siguieron sus canales de televisión. El motivo de esta comparación se encuentra en la definición que actualmente tiene canal 13 UCTV, como uno de los canales líderes y de mayor éxito en la televisión chilena, definiendo éxito como récords en sintonía, alta puntuación en el rating y por lo tanto, gran cantidad de auspiciadores, sin haber dejado nunca de pertenecer a la Universidad. En cambio el canal de la Universidad de Chile no consiguió este mismo éxito, es más debió deshacerse de su canal de televisión.

A juicio de la autoridad universitaria, a fines de los años sesenta, el canal se vio involucrado en todos los conflictos de la Reforma Universitaria. A raíz del problema entre la rectoría de Edgardo Böenninger, demócrata - cristiano, y los trabajadores del canal, cuyas posiciones eran de izquierda, llegaron a existir dos canales en funcionamiento. Esta crisis se traduce en problemas económicos, de programación y de audiencia. "La gente que estuvo ahí en esa época le dio un sesgo político, lo cual le restó aun más audiencia. Había programas claramente de adoctrinamiento de izquierda. Yo creo que el canal se desfiguró entre las buenas intenciones de hacerlo cultural y el uso político que se le dio, lo cual no era tan grave hasta el golpe militar, porque la Universidad de Chile tenía un 100% de financiamiento del Estado, entonces de alguna manera éste estaba pagando el déficit. Pero a partir de la implantación del modelo neoliberal, se impuso a las universidades el autofinanciamiento". (Entrevista septiembre 1997)

La política y el perfil de la estación televisiva de la Universidad de Chile variaron con la instauración del régimen militar, hacia un sistema en el que el gobierno tenía control absoluto sobre la institución académica y por consiguiente sobre el canal de TV.

La experiencia del canal 9 después de la dictadura es crítica y lo llevará a cambios estructurales que se desarrollarán más adelante.

3.2.- Programación

- Período 1960-1965

Según antecedentes del autor Diego Portales, el canal de la Universidad de Chile fue el tercero en iniciar sus transmisiones, saliendo al aire por la frecuencia 9, el 7 de noviembre de 1960 con un programa de cien minutos. El contenido de este primer programa incluía entrevistas, documentales, música, una clase y un teleteatro. Se supone un mercado de receptores entre las 500 y 1500 personas.

Este programa inaugural pretendía llevar a la práctica los objetivos culturales que los directivos del canal perseguían. Este debía contener información, música, cine, arte y drama, dirigido a una teleaudiencia de cultura media y no hacia un público de elite.

En general, los temas abordados tenían que ver con la actualidad y cultura nacionales, existiendo entre los programas presentaciones y análisis de folklore, documentales chilenos, pintura y teatro nacional.

La conducción de estos análisis y comentarios estaba a cargo de especialistas y docentes de la Universidad de Chile.

El 14 de abril de 1962, con un homenaje al Cardenal Raúl Silva Henríquez a su regreso al país investido de esa calidad eclesiástica, el canal 9 realizó su primera emisión desde la calle.

El fenómeno del Mundial del '62 motivó un gran aumento del parque de televisores, por lo tanto las horas de transmisión también debieron aumentar y las estaciones tuvieron que enfrentar esta situación adquiriendo nueva infraestructura y manteniendo la programación durante las horas exigidas por los televidentes, lo cual fue bastante complicado de enfrentar para el canal de la Universidad de Chile.

En las cercanías del Mundial de Fútbol de 1962, el canal adquirió equipos a la Phillips y logró transmisiones diarias con la infraestructura adecuada para las emisiones deportivas.

Según María de la Luz Hurtado, esta primera etapa se caracterizó por ser experimental, con los errores técnicos y de contenido que se generaban.

En esta época la programación nacional de canal 9 entregaba contenidos mayoritariamente educativos y de información. Los programas destacados contenían entrevistas, crónicas de actualidad y debates acerca de temas contingentes, sociales o humanos.

El área artística incluía programas en que se daba a conocer personajes teatrales, obras pictóricas, literatura nacional, folklore, comentarios internacionales, relatos sobrenaturales. Así la función informativa y de divulgación artística se sumó a la educativa.

Durante el año 1963 las transmisiones del canal 9 se interrumpieron por siete meses en los cuales se realizaron esfuerzos por afianzar la existencia del canal buscando alternativas de financiamiento estable en la publicidad, e intentando una definición clara de perfil del canal.

Con respecto a la programación, esta etapa de replanteamiento del canal, tuvo algunas innovaciones. Se elaboró un plan que proyectaba ampliar las transmisiones y aumentar las horas de programación.

Tras varios conflictos generados por los intentos de lograr financiamiento publicitario de parte del canal universitario, éste se reabrió en diciembre de 1963.

En 1964 la tendencia de programación en canal 9 fue aumentar la función noticiosa. En esta etapa el departamento de prensa adquirió mayor protagonismo e independencia con respecto al resto de la estructura. Generó sus propios productos y realizó un archivo de programación envasada, asumiendo además un enfoque particular para abordar los hechos. En este año surgió también el primer programa político, "Septiembre de 1964", en el cual se presentaban los candidatos a la Presidencia de la República. Con un innovador formato de mesa redonda, ganó el premio al mejor programa televisivo de ese año.

Otra innovación en esa etapa del canal fue estructurar la programación en bloques de manera que la mañana fuera destinada a programas educativos para niños y la tarde a la entretención de jóvenes y adultos.

Esta apertura a la función distractiva pudo ser una respuesta a las necesidades comerciales y a las del telespectador, cuyo interés por las series importadas de entretención era evidente. Así el funcionamiento de la estación se mantuvo con la coexistencia de la función cultural y de entretención.

- Período 1965-1968

Ya en el gobierno demócrata-cristiano, hacia el año 1965 y una vez evaluada la experiencia de los años anteriores, el objetivo del canal era la realización de un modelo televisivo que considerara la necesidad del televidente de un elemento distractivo y su rechazo mayoritario a la intención didáctica; además del hecho innegable que la audiencia estaba formada principalmente por niños y jóvenes.

Se consideró entonces la necesidad de conocer las experiencias televisivas europeas como guía y tomar en cuenta el funcionamiento de la competencia. "De este modo, el año 65 se abre con un plan de acción que, sobre todo, busca desarrollar la competitividad del canal laico en relación al católico. Vale decir, insertarse en el mercado tomando en cuenta los gustos y preferencias del público, y jugando con todas sus reglas, pero manteniendo en la línea programática las opciones políticas y culturales de la estación. El plan anterior debía concretarse en una programación estructurada en bloques horarios, según categorías de función y edad." (Hurtado, María de la Luz. Op. Cit. Pág. 188)

En las mañanas la programación se dedicaría al Servicio Universitario, interconexión de escuelas e institutos. En la tarde, hasta las 18:30 horas, a la televisión educacional. Luego y hasta las 20:30 horas se emitirían programas de entretenimiento infantil, y de noche, entretenimiento para adultos según el criterio de programación europea.

Este nuevo enfoque trajo un crecimiento en la función distractiva y la compra de seriales envasadas del extranjero. Además se reforzó la función noticiosa siguiendo la línea de programas de debate y mesas redondas.

Con esta programación se esperaba aumentar sintonía y atraer recursos. Pero para todas estas innovaciones era necesario elaborar una nueva política institucional y superar los conflictos laborales y políticos que existían entre el personal y la dirección del canal en este período.

Entre los años 1965 y 1968 la programación adquirió una importante tendencia hacia la distracción y la función noticiosa-informativa. Se consolidó la organización de los programas en bloques horarios con diferentes funciones y públicos específicos. Así se definieron horarios femeninos, juveniles, infantiles, adultos y familiares.

En cuanto al origen de la programación, se incorporó en este período, producciones extranjeras llegando a aumentar el porcentaje de programas importados de un 25,6% en 1962 a un 38,1% en 1967.

En cuanto a las funciones de programación, el más alto porcentaje en este período lo constituyó la función distractiva con un 42,84% del total y en su mayoría con programas importados dirigidos a todo espectador y/o niños. Dentro de los nacionales, los que cumplieron esta función son los de música popular y los programas de espectáculos y concursos.

La función noticiosa ocupó en este período un porcentaje entre el 13% y el 18% del total de programación, incluyendo noticiarios, entrevistas, comentarios, reportajes e importantes programas de línea periodístico-política.

En cuanto a la función educativa, obtuvo al rededor de un 15% promedio en este período, incluyendo programas de contenido histórico-social y artístico como cine, música y literatura.

En general, la estación televisiva pudo adquirir un nivel competitivo con producciones de calidad y buena recepción de la teleaudiencia.

- Programación durante la Reforma (1968-1970)

El lapso entre 1967 y 1970 trajo consigo los conflictos de la Reforma Universitaria. Estos influirán en el desarrollo de los canales de TV universitarios. Entre los temas a debatir, se encontraba el de la extensión universitaria.

María de la Luz Hurtado cita al Rector de la Universidad de Chile en esos años, Edgardo Boeninger: "El problema de la extensión y del canal de televisión, en los inicios de la reforma, corrió por carriles paralelos. Claro que, al surgir el impulso a la extensión, también surgió la pregunta: ¿Qué pasa con el canal? Entonces se empezó a discutir hasta qué punto y de qué manera pudiera el canal cumplir un objetivo cultural... Pero después, el tema del canal se complicó, junto con el resto del proceso de reforma que se dio en una situación de creciente conflicto político y social. Se va desarrollando así una lucha intensa por el poder, la que va a atravesar también la reforma y el canal. La historia posterior del canal 9 va a ser justamente, la lucha por el poder político." (Hurtado, María de la Luz. Op. Cit. Pág. 245)

La crisis administrativa y de dirección que experimentó el canal en este período también se manifestó en la programación. En 1969 hubo una baja en la cantidad de horas de transmisión total, además de un descenso en la proporción de programas nacionales, situación que se revirtió en 1970.

El esquema general de horario se mantuvo y la organización de los programas incluyó bloques dedicados a la mujer, programas periodísticos, películas, bloques infantiles, juveniles, música popular, divulgación artística, shows y seriales en un esquema equilibrado, con primacía de la función distractiva, seguida de la noticiosa y educativa.

- Período 1970-1973, gobierno de la Unidad Popular

La programación se vio afectada por los problemas políticos que se generaron durante la Unidad popular. El canal permaneció sin dirección durante un año, en éste período las horas de transmisión se redujeron a la mitad. En 1972 se llegó al momento más bajo, con un promedio de 8 horas de programación diaria y con la mayoría en producción envasada.

Durante el primer año de gobierno UP se logró mantener entre el 54% y el 62% de la programación nacional, lo que no lograron otros canales. Pero ya en 1972-73 esta proporción no se pudo sustentar y se aumentaron las horas de transmisión con un 65% de programación extranjera.

En cuanto a las funciones, en el primer año de gobierno de la Unidad Popular, bajó notoriamente la distractiva, aumentando la política y artística, manteniéndose en segundo lugar la noticiosa.

En mayo de 1973, la función distractiva llegó a un 68%, considerando programación nacional y extranjera. Aparecieron los envasados latinoamericanos.

Se mantuvo un programa político y se dio espacio a diferentes sectores sociales (CUT, pobladores, estudiantes, campesinos, mujeres). La divulgación artística mostraba mimos, comentarios teatrales, sketches satíricos.

- Programación durante el Gobierno Militar

Tras el Golpe Militar y a pesar de la promulgación en 1975 del decreto que restringía la entrega de fondos a los canales de televisión, la programación del canal 9 logró repuntar.

Hacia 1975-76, comenzó a invertir en la compra de series y películas de segunda mano, e hizo un esfuerzo por posicionarse en el mundo infantil. Logró hacerlo marcando hitos en programación de este tipo, como "El Club de los Bochincheros" y con algunas seriales japonesas. Por otro lado, la ausencia de financiamiento fiscal motivó al Consejo Nacional de Televisión a disminuir la obligatoriedad de programación nacional, lo cual ayudó en algo al canal a mejorar su situación a fines de la década del '70.

La Universidad de Chile se encontraba bajo la dirección de rectores delegados, y el canal a cargo de los llamados vicepresidentes ejecutivos delegados, quienes ejercían el control de la estación mientras la Universidad debía responder económicamente con los sueldos y las deudas contraídas con los proveedores.

Hacia 1977 - 78, visto que no podía comprar seriales ni películas de primera línea, ni tener grandes producciones, el canal hizo un esfuerzo por posicionarse en el género periodístico. En el slogan "Sin telenovelas, pocos comerciales y mucha televisión", se reflejaba exactamente la situación del canal: no había dinero y se hacía lo que se podía.

Al llegar a los años '80 la programación se caracterizó por plantear énfasis en lo periodístico, una cartelera nacional y de entretenimiento.

En una época sin medición de rating, esta fórmula funcionó durante un tiempo, desde el punto de vista periodístico, sin embargo esto no se tradujo en éxito económico. El canal seguía perdiendo dinero y se quedaba atrás en un elemento que en ese entonces era esencial: la programación en colores.

Los canales 7 y 13 poco a poco habían ido emitiendo sus programas a color, mientras el canal de la Universidad de Chile se estancaba en términos de tecnología, con equipos antiguos y ninguna posibilidad de renovación.

En el año 1979 la Universidad decidió invertir algo de dinero en el canal para abrir los '80 ejerciendo un importante hito: la transformación de canal 9 en canal 11. Bajo la gerencia de producción y programación de Alfredo Lamadrid, se cambió la imagen, se convirtió en "Teleonce", se adquirieron equipos nuevos, se contrató a Raquel Argandoña para conducir el noticiero "Teleonce Noticias" junto a Patricio Bañados, se crearon nuevos programas como "¿Cuánto vale el Show?" y el "Matinal", y como innovación tecnológica se incorporó el color.

El canal asumió entonces una etapa de liderazgo, sin embargo, este repunte provocó un endeudamiento que no fue posible cubrir y llevó a la programación de canal 11 a decaer de manera dramática durante los años '80.

Un período en que se mantenían los programas más populares como "El Club de los Bochincheros" y "Chilenazo", también incluyó experiencias como la telenovela "Isaura" y un intento de competencia con "Sábados Gigantes" de canal 13, con el programa "La Tarde Grande" animado por Ricardo Calderón, el que no logró alcanzar a su modelo de imitación. Es también una etapa de intentos de programación nacional en las áreas humorística, folclórica, cultural y periodística, sin embargo, venía en Chile la recesión y una época de censura que abortaba cualquier atisbo de apertura política, lo cual generó interrupciones de programas por éxodo de sus conductores o por reducción de gastos.

En 1982 la Universidad, dada la escasez de fondos para la compra de producciones extranjeras, planteó una nueva modalidad para el canal, orientándolo hacia lo cultural. Se redujeron los horarios y continuaron las renuncias y la censura.

En el año 1983, seriales y teleseries modificaron la idea "cultural" de programación, llevándolo hacia la entretención.

Hacia fines de la década, el énfasis fue puesto en las producciones periodísticas y programas de extensión universitaria, producidos en la misma casa de estudios.

Ya a fines de los '80, los rostros emigraron a otras estaciones y el 11 perdía dinero y credibilidad. Comenzó a disminuir las horas de transmisión y las producciones nacionales, durante gran parte del día se emitían programas extraídos de la televisión extranjera (española y mexicana) y se mantenían algunos programas nacionales, además del noticiero, que a pesar de haber decaído mantenía sus intentos democráticos. Es así como el primer programa de debate político a fines de la dictadura fue "Corrientes de Opinión" de canal 11.

- Programación en Democracia

Hacia los años '90, iniciado el gobierno democrático en el país, la historia del canal de la Universidad de Chile cambió en forma radical. Disminuyó la producción y se propuso un cambio en la estructura. Se barajó la posibilidad de vender.

Bajo la dirección de Cristián Calderón, en 1991 el canal cambió su identidad a Red de Televisión Universidad de Chile (RTU), y se elaboró un nuevo sistema de programación basado en deportes y cultura, manteniendo los programas nacionales que habían probado su éxito.

RTU se convierte en forma ficticia en cuatro canales : el familiar, el deportivo, el internacional y el cultural. De lunes a viernes, durante medio día, la programación era para toda la familia, con "El Matinal", teleseries y dibujos animados. El canal internacional consistía en captar vía satélite programación española y de ECO noticias durante toda la tarde. A la hora del noticiero se interrumpía esta transmisión extranjera, para continuar durante la noche.

El canal cultural transmitía durante todo el día sábado, en un intento de sobriedad e innovación, con programas hechos por alumnos de la Universidad de Chile. El día domingo se transmitían deportes durante todo el día.

Todo este cambio no funcionó, el canal siguió perdiendo dinero. Sin embargo se acertó en producciones como "Matinal 91", "Extrajóvenes" y "Cordialmente", que aumentaron la teleaudiencia.

Esta situación permaneció por algún tiempo hasta que comenzó un proceso de decisiones entre las autoridades universitarias y del canal que llevarían a la venta de la estación televisiva.

En 1992, llegó a la dirección Marcos Assadi con un discurso que proponía "un solo canal" y reestructurando la programación de manera que mantuviera algunas características (como los programas familiares) y se pusieran series de repetición. De esta manera se generó un canal para vender, un canal competitivo.

En síntesis, entre los años '60 y '90, el canal no superó el fracaso en términos de gestión, salvo la época de TELEONCE, que a pesar de los enormes gastos, fue en cierta manera exitosa.

En lo referente a programación, tras la venta, y lanzamiento de la nueva imagen de "Chilevisión", y cuando se dispuso de los recursos, se racionalizó el canal. Se compró material norteamericano con el fin de hacer un canal más tradicional, que llegara a ocupar el cuarto lugar que hoy mantiene sin grandes pérdidas. Se invirtió en nuevos equipos, se contrató nuevamente a algunos

rostros emigrantes y se creó un nuevo "Matinal". Se recibió el aporte venezolano en producciones como "Sábado Sensacional", "Geraldo" y algunas teleseries de trasnoche.

3.3.- *Financiamiento*

En el año 1960 la imposibilidad legal y de principios que la Universidad de Chile tenía de acudir al financiamiento comercial para mantener el canal de televisión, obligó a la directiva de esta estación a crear alternativas para generar recursos propios.

Surgió la idea entonces de "prestar servicios a institutos de la misma universidad, organismos estatales e internacionales, y realizar docencia en las áreas de cine, televisión y radio" (Hurtado, María de la Luz. Op. Cit. Pág 74)

Según datos de la autora María de la Luz Hurtado, el director del canal 9 en aquel entonces, Raúl Aicardi, proponía en un documento dirigido al Subsecretario del Interior, la incorporación legal del financiamiento comercial. Pero mientras no se tomara en consideración esta propuesta, los recursos provenían del presupuesto universitario.

Los problemas de presupuesto existentes en la Universidad de Chile, no ayudaron a solucionar las dificultades del canal de TV, por el contrario, los decanos de varias facultades no estaban de acuerdo con perder recursos propios en una estación televisiva. Esta situación obligó al canal a contravenir sus principios y la ley que impedía a los canales vender publicidad. De este modo, recurrió al aviso comercial indirecto, sistema éste en que alguna

empresa entregaba un producto a cambio de que el animador mostrara en cámara su funcionamiento o utilidad.

Durante los primeros años de la década del '60, el estado del canal 9 era crítico, incluso debió interrumpir sus transmisiones por varios meses.

La mantención del principio que rechazaba toda incursión en la publicidad comercial tenía al canal con un presupuesto precario y sin una organización adecuada.

Dada esta situación, la directiva del canal propuso un plan que consistía en llevar a cabo una serie de acciones tendientes a obtener más recursos. Entre éstas se encontraba la entrega de una comisión del 15% a las agencias de publicidad, la que se cumplió durante el año.

Esta medida junto a algunos aciertos en programación, aliviaron en cierta forma la situación financiera, sin embargo, el problema no se resolvió por completo.

Hacia 1965 la situación mejoró gracias a nuevos contratos de publicidad, pero aún se arrastraba un déficit importante. Con este estado financiero es con el que tuvo que lidiar el canal de la Universidad de Chile prácticamente siempre, además de los conflictos políticos y laborales que se generaron al interior de la estación.

Tras el Golpe y durante el gobierno militar, se suprimió el aporte fiscal y el financiamiento del canal debía ser aportado por el avisaje comercial, pues ya no existía restricción para este sistema, ni tampoco aporte estatal directo a los

canales universitarios de TV. Además, en 1976 la Contraloría General de la República dictaminó que las Universidades no podrían seguir aportando económicamente a los canales de TV, lo cual empeoró aún más la situación del canal 9, que ya mantenía una deuda de 2,5 millones de dólares.

En 1978, el director ejecutivo, Daniel Galleguillos, solicitó por parte del gobierno, financiamiento para cubrir la deuda. El Ministerio de Hacienda decidió poner en su lugar al director ejecutivo, José Ramón Samaniego, que en aquel entonces era asesor del ministro, y poner como condición este nombramiento para pagar la deuda de canal 9 mediante un aporte fiscal.

En 1980, el canal adquirió un préstamo en un banco, con el fin de renovar equipos. Esta deuda motivará al vicepresidente ejecutivo en 1981, Hugo César Larrañaga, a disminuir costos, tratando de no afectar la calidad de la programación, incentivando el ahorro de recursos en cada sección y autorizando al personal a conseguir auspicios. Sin embargo, los resultados no fueron lo esperado y la Universidad debía disponer de 132 millones de pesos para cubrir el déficit del canal, que ya se llamaba Teleonce.

Esta situación se repitió los años 1982 y 83, aumentaron deudas y déficits, lo cual motivó la solicitud permanente de nuevos aportes fiscales. Estos se materializaban en entrega de dinero a la Universidad a través del Presupuesto anual, destinado a saldar las deudas del canal.

A fines de 1984 se apreciaba un mejor resultado de Teleonce en el aspecto financiero, lo cual se reflejó en una disminución de las pérdidas y del aporte que debía entregar la Universidad, gracias a un aumento en la publicidad.

Según autoridades universitarias, después del Golpe Militar, para el canal de la Universidad de Chile la situación fue crítica. "El aporte fiscal del año '74 al '81 en el caso de la Universidad de Chile cayó en un 26% en términos reales. De manera que sospecho que no tenían mayores recursos para financiar al canal. Hacia el año 1990 estaba hecho un desastre, no tenía inversiones, los equipos estaban pegados con alambres, el rating era casi nulo, no era cultural ni comercial." (Entrevista a Patricio Basso Vicerrector Económico de la Universidad de Chile, septiembre 1997)

El cambio general que vivió la estación de la Universidad de Chile tras el gobierno militar y con el advenimiento de la democracia, incluyó por cierto cambios en el sistema de financiamiento. Surgieron intentos para salvar el canal de la situación en que se hallaba, pero no fueron suficientes para evitar su venta.

Ya a comienzos de los '90 habían surgido los canales privados y la competencia aumentaba. Las condiciones económicas del canal y los cambios internos lo prepararon para su venta.

En 1993, al momento de la primera transacción con los venezolanos la deuda de la Universidad, por gastos en el canal, ascendía a 5 millones de dólares.

Hacia fines de 1993, cuando los accionistas eran la Universidad de Chile y Venevisión de Chile C.A., la pérdida casi alcanzó los dos millones y medio de dólares, cifra que al término del año siguiente, siendo los accionistas Comunicaciones Venevisión de Chile Ltda. y Venevisión de Chile C.A., aumentó casi al doble.

En 1995, los mismos accionistas del año anterior, lograron prácticamente mantener la cifra de pérdida, para llegar a fines de 1996 a tener utilidades.

3.4- Administración

- Período 1960-1964

Cuando en el año 1959 la Facultad de Ciencias Físicas de la Universidad de Chile logró los avances suficientes para llevar a cabo el intento de operar en forma permanente un canal, la Rectoría entregó la responsabilidad de dar forma al proyecto televisivo al Secretario General Alvaro Bunster.

Así, desde sus inicios, el canal dependió administrativamente de la Rectoría de esa Casa de Estudios.

En mayo del '60 se creó el Departamento Audiovisual que dependía en forma directa de la Secretaría General de la Universidad y que incluía, entre otras, una sección llamada "Televisión".

Se nombró un Director del canal, cargo que recayó en el periodista y académico, Raúl Aicardi.

En cuanto a los cargos directivos y de gestión, participaron en el canal el Ingeniero Jefe de la Escuela de Ingeniería y jóvenes relacionados a carreras artísticas y de comunicación, que formarían el personal de la estación.

Así, el primer equipo de canal 9 se compuso de un Director, un Jefe y Coordinador de Programación, un Secretario de Programas y un Encargado de la Puesta en Escena. Todo este personal estaba relacionado estrechamente con la institución universitaria por medio de Alvaro Bunster, que sería el vocero de las opciones de la Rectoría.

Durante el año 1963 el canal debió interrumpir sus transmisiones con el fin de replantear principios e impulsar su ejecución.

En este período surgieron conflictos entre el Director de la estación y la Rectoría, los que provocaron la no renovación de contrato de Raúl Aicardi para el año siguiente.

En esa época, el poder de negociación y decisión estaba en manos de la Secretaría General, por lo tanto de Bunster. Sin embargo, esta situación cambiaría al año siguiente, cuando el nuevo Rector intervino en forma directa centralizando desde la Rectoría las operaciones del canal.

Durante el período de cierre del canal y luego de haber puesto a prueba el proyecto elaborado por el primer equipo, hubo un nuevo Rector en la Universidad de Chile, Eugenio González, socialista, laico y humanista, que apoyaba enfáticamente el proyecto de TV universitaria e intentó aplicar un plan innovador que consideraba la televisión como una forma de intercambio comunicacional entre la Universidad y la sociedad.

Así, el Rector creó una Comisión de Televisión en la que estaban representados los decanos relacionados con esta área y las máximas autoridades académicas.

Con el surgimiento de esta Comisión, se hacía partícipes y se comprometía en el proyecto televisivo a los decanos, así se ampliaba la posibilidad de obtener recursos, y se legitimaba la existencia del canal dentro de la institución. "De esta manera, canal 9 de la Universidad de Chile quedaba inscrito en una de las más altas instancias del plantel bajo la tutela de una comisión ad-hoc también central, con márgenes de autonomía operativa." (Hurtado, María de la Luz. Op. Cit. Pág. 130).

Esta inserción en la institucionalidad quedaba formada orgánicamente de manera que la línea de dependencia se conformaba por Rectoría, Secretaría General, Comisión de Televisión (formada por el Rector, el Secretario General, el Decano de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, el Decano de la Facultad de Ciencias y Artes Musicales, un Profesor de la Facultad de Filosofía y letras), Dirección del Departamento Audiovisual y Dirección del canal. Toda esta organización fue estructurada con miras al logro de una forma de financiamiento estable que permitiera la mantención del canal.

Durante el funcionamiento de esta Comisión, surgieron en su interior iniciativas tendientes a ampliar la programación e independizar la gestión del canal de la institución académica.

Al momento de reiniciar las transmisiones a fines del año 1963, la estructura de funcionamiento del canal estaba encabezada por el Director del Departamento Audiovisual, de quien dependía el Director del canal, quien tenía a su cargo un set de directores y coordinadores de programas. Existía además una comisión de programación y un Departamento de Prensa, todo esto bajo la dependencia de la Rectoría de la Universidad de Chile. "El período está atravesado por constantes evaluaciones y demandas del Director del Departamento Audiovisual, Carlos Fredes, al Rector, materializadas en una sucesión de memorandos reservados y documentos internos. El rasgo común es la angustiosa conciencia de un medio deficiente materialmente, lo que impide el desarrollo de las capacidades creativas y de lenguaje presentes en la estación desde muy temprano." (Hurtado María de la Luz. Op. Cit. Pág. 139)

- Administración entre 1964 y 1967

En el año 1964, ascendió la Democracia Cristiana al gobierno. En lo político, la tendencia general al interior del canal 9 como reacción, fue reafirmar e impulsar las ideas de izquierda.

En el período '65-'67 se vivieron algunos conflictos al interior de la estación televisiva. Una rotativa de directores y una estabilización del personal de trabajadores provocaron permanentes conflictos en un contexto en que este último estamento, formado en su mayoría por miembros de la izquierda, ha adquirido gran poder gracias a su homogeneidad y la situación laboral precaria en que se encontraba. "De este modo, los trabajadores de canal 9 se

constituyen progresivamente en un elemento de contrapoder, ligados por una enorme mística en su quehacer y con un comportamiento en bloque en lo reivindicativo. Esto les otorga la fuerza necesaria para enfrentarse a la institucionalidad que cuestionan." (Hurtado María de la Luz. Op. Cit. Pág. 191)

En cuanto a la organización del trabajo, la dirección central sigue perteneciendo en lo formal a Rectoría, Secretaría General, Comisión de Televisión, Director de Departamento Audiovisual, Director del canal. Sin embargo, en concreto la administración se llevaba a cabo en un contacto directo entre el propio Rector (a veces el Secretario General) y el Director del canal.

A estas alturas existía una mayor autonomización de la gestión, principalmente en lo que a decisiones se refería, entre los directivos externos y el personal de la estación. Es así como el rol del Director del canal se tornaba cada vez más conflictivo, dada su situación de intermediario permanente entre la Rectoría y las bases del canal.

Otra situación característica de este período, es la radicalización de las posturas izquierdistas y la confusión de objetivos en cuanto a llevar al canal más a una lucha de reivindicaciones laborales que a un desarrollo comunicacional o técnico.

- Período 1967-1970

Llegada la época de la Reforma Universitaria, el canal debió enfrentar las situaciones que este movimiento, cuyo motor era la lucha y crítica contra la institucionalidad universitaria, generarían al interior de la estación.

En 1967 deja de existir el Departamento Audiovisual y canal 9 pasa a depender de un nuevo organismo: la Junta de Televisión, una instancia de control, con representación de decanos, directivos y trabajadores del canal.

Otro de los efectos inmediatos de la Reforma sería el cambio de autoridades en las Casas de Estudio. Para el canal 9 esto significó que el Rector Eugenio González renunciara en mayo del '68 perdiéndose así uno de los mayores apoyos. En su lugar asumió en 1969, el demócrata-cristiano Edgardo Boeninger, quien nombró a su correligionario Jaime Celedón, en la dirección del canal.

"En el año que va entre la salida de González y la resolución de que la Rectoría quedara en manos del demócrata-cristiano Edgardo Boeninger, el canal vive una suerte de abandono institucional, que refuerza al personal de la estación como un estamento homogéneo con capacidad de presión. Desde ese momento, toda decisión central que se adopte desde la institucionalidad universitaria, deberá ser previamente negociada, o a lo menos, tendrá que tener en cuenta a este sector"(...)

"Por una combinación de factores externos e internos, canal 9 se convirtió en un enclave que resistió las políticas universitarias, se negó a contener demandas externas y afirmó una nueva legitimidad fundada casi exclusivamente en su identidad política de izquierda" (Hurtado María de la Luz. Op. Cit. Pág. 214).

Con la Junta de TV aún en funciones, entre 1968 y 1970 se sucedieron cuatro directores en el canal, la mayoría de estos cambios se debió a la oposición del personal. Esta rotativa traerá inestabilidad y vacíos de poder, por lo tanto, el avance de los trabajadores como fuerza capaz de negociar un cambio institucional de la estación.

Los trabajadores adquirieron y utilizaron este poder logrando un co-gobierno entre el Director, nombrado por la autoridad universitaria y el Presidente del Sindicato de Trabajadores.

Entre nuevos nombramientos de directores, nuevas propuestas y nuevos conflictos, la rectoría de Boeninger (1969-1970) encabezaba un canal caótico.

- Administración durante la Unidad Popular (1970-1973)

Desde 1970, con el triunfo de la Unidad Popular, la TV se transforma en un reconocido instrumento de influencia social y de lucha de poder.

Con una ley de TV recientemente dictada, de acuerdo a la cual las autoridades universitarias debían elaborar los estatutos que normarían las Corporaciones de Televisión, los problemas, lejos de solucionarse, se agudizaron.

Con respecto a los inicios legales y la administración del canal de la Universidad de Chile, el abogado y ex Director Ejecutivo de la estación, Pablo Jaeger, sostiene que éste fue creado como una Corporación de Televisión cuando la Ley de TV de 1970 autorizó al Estado y a algunas universidades -y no a particulares- a operar canales de televisión. De esta manera, un acto administrativo del Rector creó la Corporación de Televisión de la Universidad de

Chile. "Esta corporación es una entidad más dentro de la Universidad, un órgano descentralizado de la Rectoría, respondía a la autoridad del Rector, pero tenía su autonomía financiera.

El Presidente de la Corporación era el Rector de la Universidad de Chile y el Vicepresidente Ejecutivo era quien estaba a cargo del canal".

Para efectos de financiamiento era considerado como una facultad más, es decir, dependía económicamente por completo del presupuesto universitario. El Director del canal fijaba el presupuesto del año y lo presentaba al control y autorización de la Rectoría, la que aceptaba u objetaba estos costos generales.

Señala el abogado Pablo Jaeger que la Universidad de Chile perdió dinero durante mucho tiempo con el canal. "Siempre fue a pérdida, nunca tuvo utilidades. Todos los años, parte del presupuesto corriente de la Universidad tenía que ser traspasado a la Corporación para lograr suplir sus déficits de operación." (Entrevista agosto 1997)

"Canal 9, por su posición radical de izquierda, no sólo está en disputa con Rectoría y el Consejo Normativo, sino que se distancia progresivamente de los grupos de izquierda de la propia Universidad. Su fuerza la obtiene principalmente del ámbito extra universitario y del gobierno. Este, si bien siente que canal 9 le abre un punto más de conflicto y le cierra la capacidad de resolverlo mediante la negociación - como prefería hacerlo Allende- no llega a retirarle su apoyo". (Hurtado, María de la Luz. Op. Cit. Pág. 321)

Con la Democracia Cristiana en Rectoría, el objetivo de la institución académica era recuperar el canal de la Universidad para la Universidad, o sea rescatarlo del poder izquierdista que los trabajadores estaban imponiendo en él.

A nivel de programación y perfil, se estableció (según el estatuto elaborado por el Consejo Normativo) la característica de académico y cultural. Además se reafirmó la obligatoriedad de la Corporación a ceñirse a las normas impartidas por este Consejo respecto de las políticas a seguir.

En cuanto a la cúpula de poder, la función directiva y administrativa de la Corporación se confió a un Consejo Directivo integrado por 8 miembros, 6 de los cuales eran designados por el Consejo Superior de la Universidad.

El Presidente del Directorio de la Corporación de TV, debía ser miembro del Consejo Normativo Superior de la Universidad y debía además ser designado por al menos dos tercios de los integrantes de éste.

Este directorio también estaba ligado al canal de TV, pues el Director de la Corporación era a su vez el Secretario del Cuerpo directivo y autoridad administrativa. Además, dos miembros del Directorio serían representantes del canal de TV.

Gráficamente, la situación se entendería de esta manera:

- CONSEJO DIRECTIVO (8 MIEMBROS)
- PRESIDENTE (Miembro del Consejo Normativo Superior, designado por éste)
- 4 MIEMBROS DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA (Designados por el Consejo Normativo)
- 2 REPRESENTANTES DEL CANAL
- DIRECTOR DE LA CORPORACIÓN (Cumple además funciones de Secretario del Consejo Directivo y es también designado por el CNS)

En general, las atribuciones del Consejo Normativo de la Universidad de Chile eran amplias. Frente a estas disposiciones, los trabajadores responderían con fuerza, pero sin mucho éxito, pues su poder se debilitaba cada vez más y la administración estaba en manos de la Universidad. Esto significaba que el Consejo Superior podía modificar estatutos de manera que el funcionario del Consejo Directivo se adecuara a sus necesidades de intervenir el canal en lo referente a programación y personal.

Es en esta época y en este contexto de permanente confrontación, que surgieron dos canales con dos administraciones diferentes. En junio de 1973 se creó un "canal nuevo" a través de la frecuencia 6, por parte de las autoridades universitarias, que no estaban de acuerdo con el manejo que los trabajadores daban al canal 9.

El canal 6 de la Universidad de Chile fue puesto al aire por la Corporación de TV, mientras los trabajadores del canal 9 seguían emitiendo por su frecuencia.

Todos los movimientos políticos y judiciales que este episodio generó, sólo perjudicaron el desarrollo de la estación de TV de la Universidad de Chile, ya que ninguno de los canales, supuestamente en funcionamiento, demostró interés por la calidad de su programación, sino más bien por ganar la batalla política.

Después de un agudo enfrentamiento, el 9 de septiembre se llegó a una solución negociada entre el Ministro del Interior, el Presidente y el abogado de la Corporación de Televisión de la Universidad de Chile; en ella se negociaron acuerdos legales y económicos que nunca llegaron a hacerse efectivos. Dos días después, el Golpe Militar dio paso a otra etapa histórica y administrativa del canal.

Una vez instaurada la Dictadura, la TV será utilizada como arma ideológica para su legitimación. El gobierno asumió el control total sobre este medio.

- Período 1973-1989

Con respecto a la televisión universitaria, "se entrega a la tuición directa de los Rectores delegados oficiales de las Fuerzas Armadas, designados para intervenir directamente el gobierno universitario" (Portales Diego. Op. Cit. pág. 92):

En rectoría de la Universidad se encontraba al inicio del gobierno militar, el rector César Ruiz, quien inició un proceso de reorganización en el canal, con el director ejecutivo demócrata-cristiano, Eugenio Retamal.

El caos que había al interior del canal en ese entonces impidió la reestructuración y generó una rotativa de rectores y directores. En 1974 asume la rectoría universitaria el general en retiro, Agustín Rodríguez, en un nuevo intento de reorganización del agónico canal, época que coincide con la reducción en el aporte de financiamiento fiscal.

Un nuevo rector delegado, el general Agustín Toro Dávila, inició un estudio de la situación del canal en las áreas administrativa y finanzas, asuntos laborales, operativos y técnicos. Se nombró en 1977 al periodista Daniel Galleguillos como gerente general de la estación televisiva, quien la encontró con una enorme deuda, equipos antiguos y reducción de personal.

Junto a las rotativas en la dirección y gerencia del canal, el "boom" económico que vivió el país entre los años 1976 y 1980, le permitió crecer gracias a la publicidad, a nueva directiva y a cambio de frecuencia (11).

En el año 1981, asumió como vicepresidente ejecutivo de Teleonce, el coronel Hugo Larrañaga, iniciando una serie de administraciones militares en la estación universitaria. En 1982 el coronel en retiro, Sergio Ríos, asumió la vicepresidencia ejecutiva del canal, mientras en la rectoría de la Universidad de Chile, estaba el brigadier Alejandro Medina Lois. En esta época, la gestión administrativa del canal se definió como empresarial.

Chile en plena recesión, y marzo de 1983 trajo un nuevo militar a la vicepresidencia ejecutiva interina de Teleonce, el mayor Luis Alberto Jara, designado por el rector delegado, brigadier general Roberto Soto Mackenney.

La nueva administración volvió a plantear un canal cultural y universitario, comenzando una época de reestructuración.

Renunció a la gerencia de programación del canal, Alfredo Lamadrid, cuyo aporte en producciones contaba programas como "¿Cuánto vale el show?" y "Chilenazo" entre otros. La gerencia vacante es ocupada por Juan Pablo O'Ryan y la periodista Marta Blanco asume la dirección ejecutiva de Teleonce, aportando su incuestionable experiencia profesional en medios de comunicación. La reestructuración culmina en julio de 1983, con el despido de 65 funcionarios y con la entrega de la vicepresidencia ejecutiva del canal al economista Sergio Melnick, con el fin de sortear la difícil situación financiera que seguía viviendo la estación.

En marzo de 1984, la renuncia de Marta Blanco, deja a Melnick en la dirección ejecutiva, lo que genera nuevas renuncias en prensa, una mejora económica y el abandono de la definición "cultural" de la estación.

A fines de 1984, Melnick renuncia y asume la dirección el prorector de la Universidad de Chile, Héctor Humeres. Siguen los cambios en el área informativa, asumiendo su dirección en enero de 1985, el periodista Gabriel Cantón.

En 1986, la vicepresidencia ejecutiva es asumida por Juan Pablo O'Ryan y el canal se define como una alternativa al resto de las estaciones, considerando su escasa posibilidad de competencia.

Sobre la situación administrativa durante el gobierno de Pinochet, el Vicerrector Económico de la Universidad de Chile durante la rectoría de Jaime Lavados, Patricio Basso, señala: "Desde 1974 a 1990 estuvimos bajo el sistema de rectores delegados. El Rector de la Universidad de Chile, salvo los últimos meses, fue un General en ejercicio activo de las Fuerzas Armadas y pensaban que esto era un regimiento; de manera que no tengo la menor idea de lo que se hizo en el canal; lo que sí sé es que a la Universidad la hicieron tira, y lo que recibimos fue una situación desastrosa".

- Administración en Democracia

De esta manera, el canal 11 vivió hasta 1989, año en que la democracia y la concertación gobernante aportaron cambios a la legislación televisiva y la historia de esta estación iniciaría su proceso de cambio.

En medio de una situación financiera crítica, pero ya con el rector Jaime Lavados (no designado) en la Universidad de Chile, el canal 11 seguía dependiendo administrativamente de la Casa de Estudios.

En 1991, un cambio de imagen del canal, con el nombre de Red de Televisión Universitaria (RTU), nuevo director ejecutivo, Cristián Calderón, una política de reducción de gastos, e intentos de gestiones de cooperación con TVN, buscaron sacar a la estación televisiva de su problema económico.

Estos intentos no fructificaron y en 1992 se nombró a Marcos Assadi como nuevo director ejecutivo, quien cambió la gestión, iniciando la suya con una

reducción importante de personal, refuerzo del departamento de prensa y el proyecto de convertir a la estación en una entidad privada. La Corporación se constituyó en Sociedad Anónima con el fin de sobrevivir en el competitivo mercado de la TV, dejando de ser una pesada carga económica para la Universidad, incorporando capitales privados. Así, el canal se comenzaba a alejar de la administración universitaria.

4- SITUACIÓN DEL CANAL DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE HACIA 1993

En 1990, el gobierno post-dictadura, permite mayor autonomía en la administración universitaria, desaparece el ente "rector designado" y la nociva "intervención". Resurge, o intenta resurgir, la actividad académica que el país tenía antes de 1973.

Asume la rectoría de la Universidad de Chile, Jaime Lavados Montes, encontrándose con un caos académico, administrativo y económico que será difícil de enfrentar.

Con respecto al lema específico de la Corporación de Televisión, según Patricio Basso, al asumir Lavados "teníamos un canal que estaba arrojando volúmenes de pérdida anuales que variaban entre los mil y mil doscientos millones de pesos" (aproximadamente 3 millones de dólares). Señala Basso que a partir de 1990, se hizo intentos por reposicionar el canal "en lo que debiera ser, o sea, un canal cultural". Para ello se cambió su programación; pero eso no logró mejorar

la situación económica, "y como estábamos en la estrategia del autofinanciamiento; situación que el gobierno de la Concertación no modificó ni ha modificado hasta el día de hoy; no logramos finalmente ni equilibrar las finanzas, ni transformarlo efectivamente en un canal cultural".

Después de varios intentos y cambios de director las autoridades universitarias se dieron cuenta que el país no estaba dispuesto a financiar un canal cultural. "Si lo hacíamos cultural, la universidad tenía que poner los recursos y el intento de hacerlo comercial llegó demasiado tarde. Nos convencimos de que Chile no tenía capacidad para tener tantos canales. En ese momento estaban TVN, UCTV y había aparecido Megavisión. El último esfuerzo lo hicimos a través de don Marcos Assadi, que hizo una gran tarea, se creó RTU (Red de televisión Universitaria) como Sociedad Anónima, para que las pérdidas que arrojaba el canal no afectaran los estados financieros de la Universidad. Se abarataron los costos, hubo disminución de personal, se logró llegar a una situación de disminución de pérdidas. Marcos hizo todo lo posible por dejar un canal más o menos sano, con un nivel de pérdidas que no fuera tan alto".

En diciembre de 1991 el Director del canal universitario, Marcos Assadi, presentó un proyecto que contenía un análisis de la situación general de la televisión en el país, y específicamente un exhaustivo estudio y propuestas sobre RTU. El proyecto caracterizaba en general a la televisión como un medio de comunicación masivo caro, cuyo éxito comercial depende de la sintonía. Señalaba el surgimiento de las estaciones privadas de televisión y la tendencia competitiva que el medio adquiría, lo que obligaba a fuertes adecuaciones en todas las áreas para mantenerse en el mercado.

Con respecto al análisis particular de la televisión de la Universidad de Chile, Assadi diagnosticó gran inestabilidad en la gestión de los últimos quince años, falta de inversión técnica, mal nivel de remuneraciones y confusión de objetivos a través del tiempo. Señala que no existe en realidad el concepto de "televisión universitaria" y que la televisión "cultural" prácticamente no existe en el mundo y donde la hay requiere TOTAL subsidio estatal.

Las propuestas de Assadi en lo referente al canal, sostenían una necesidad de liberar a la universidad de éste como una carga económica, llegar a disminuir el déficit, disputar el tercer lugar entre los canales a mediano plazo, proponer una imagen de la Universidad a través del canal, basada en microprogramas; en general una estrategia que permitiera el autofinanciamiento, comercialización del canal y su subsistencia real en el mercado extremadamente competitivo de la industria televisiva.

Para el logro de esta estrategia, se llevarían a cabo acciones referentes a la organización, programación, ingeniería, finanzas y aspecto legal, que llevarían a la transformación del canal en una Sociedad Anónima.

En términos legales, esta propuesta tiene justificación, Pablo Jaeger señala "Era discutible que una institución con personalidad jurídica de derecho público, como era la Corporación de Televisión de la Universidad de Chile, pudiera venderse a particulares. Después de estudiar, se llegó a la conclusión que existía una autorización para que el Rector de la Universidad de Chile, en su calidad de tal, junto a otras personas, concurriera a crear sociedades

anónimas. O sea, tenía la facultad de hacer participar a la Universidad en sociedades anónimas. Entonces se solicitó a la Editorial Universitaria (perteneciente a la Universidad de Chile) se prestara para crear la sociedad que se hiciera cargo del canal"

Una vez aceptado este proyecto, convertido el canal en una Sociedad Anónima, cuyos dueños eran la Universidad de Chile aproximadamente en un 99% y la Editorial Universitaria en el 1% restante, surgió del Consejo Universitario en consenso, la idea de vender el canal porque éste no cumplía con los objetivos de la entidad académica.

5.- PROCESO DE VENTA

Cuando la Sociedad Anónima ya estaba lista, el Consejo Universitario comenzó nuevamente con la idea de privatizar una parte del canal. Se iniciaron negociaciones con diferentes conglomerados que se mostraron interesados en adquirir una parte del canal.

Según Patricio Basso "No está dentro de las tareas de la Universidad de Chile - y no debiera estar dentro de ninguna - mantener un canal comercial, a menos que generara utilidades y con ellas pudiera dedicarse a las actividades propiamente académicas de la Universidad. Pero esto de tener un canal comercial con pérdidas era la peor de las estupideces posibles. Ahí entonces se decidió lo que llamamos el penúltimo intento, buscar un socio porque estábamos entre la espada y la pared. Existía una ley que fijaba un plazo límite de dos años para poner en funcionamiento todas las frecuencias que cada estación poseía a nivel nacional, de lo contrario las perderían. La Universidad no estaba en condiciones de realizar esa inversión, simplemente no había recursos, y estábamos a punto de perder un patrimonio que era el valor de las frecuencias. Entonces necesitábamos con urgencia un aliado estratégico para

poder hacer la inversión y extender la emisión a provincias antes del plazo límite⁴.

Sobre esta época, Patricio Basso recuerda que los primeros intentos de venta se llevaron a cabo aquí en el país, con el objetivo de mantener en propiedad nacional la estación. "Yo personalmente, por encargo del Rector, hice el intento con 8 personas (no quiero dar nombres), pero hice intentos con grupos económicos y particulares para ver si alguien se interesaba en cooperarnos. Por ejemplo hablé con el senador Piñera".

Tras todos estos intentos dentro del país, aparecieron interesados extranjeros. Se acercó a la Universidad el grupo ZETA de España, TELEvisa de México, un grupo francés y VENEVISIÓN de Venezuela. El Rector llevó estas propuestas al Consejo Universitario con la idea de vender el 50% del canal. Luego de estudiar las condiciones, el Consejo aceptó y solicitó un proceso de licitación. Durante este proceso se recibieron las propuestas venezolana y española, y se aceptó la de VENEVISIÓN.

Según Pablo Jaeger, para llevar a cabo la venta, se valoriza previamente bienes raíces y propiedades, "Pero claramente lo que más valía eran las frecuencias (uso del espectro radioeléctrico) de TV, por ser un bien escaso"

⁴ En abril de 1992 el artículo 3 transitorio de la ley 19.131 modificó la ley 18.838 del Consejo Nacional de Televisión estableciendo un plazo de dos años a contar de la vigencia de la ley, para que quienes posean frecuencias a través del país, las pusieran en operación. Esto significaba que antes del 8 de abril de 1994 la Universidad de Chile debía poner en funcionamiento todas las frecuencias que posea, de lo contrario lo perdería

La negociación se llevó a cabo en 1993, en Caracas por Patricio Basso, Marcos Assadi, un asesor jurídico y uno económico, acordándose la venta del 49% de la empresa RTU S.A. al consorcio venezolano, y la Universidad de Chile se quedaba con el 51% de las acciones.

El acuerdo se concretó con una parte cancelada al contado y otra con un compromiso de aporte de capital y de llevar la señal de Arica a Punta Arenas antes del plazo fijado por la ley.

El ex Director de RTU sostiene que luego de la venta "La señal televisiva sigue siendo propiedad de la Universidad, lo que se vende es el derecho a emitir y comercializar programas por 25 años renovables, si las partes lo acuerdan. Por lo tanto, el patrimonio, el perfil y la línea de la estación siguen siendo de la Universidad". Esta situación se sostiene además con la declaración de Patricio Basso, quien señala "Además se concordó en que el canal iba a tener de alguna manera una expresión cultural. Se estableció una comisión de programación designada por el Consejo de la Universidad con participación del gerente del canal y los dueños del 49%, que iba a vigilar que la programación fuera acorde con lo que significa un canal universitario."

Una vez realizada la venta, el canal se extendió a todo el país, se elaboró programación con el objeto de lograr mayor rating y más recursos, es decir, según Marcos Assadi, "un canal comercial ciento por ciento".

Una vez vendido el canal, comenzó una inversión de "goteo" en infraestructura, equipos, modernización de estudios, reestructuración de planta y de prensa.

Los desacuerdos y diferencias comenzaron a hacerse sentir entre los dueños venezolanos y la Universidad de Chile, según Basso, quien ejercía la Vicerrectoría Académica durante el proceso de venta del canal, "se cumplió la primera parte del trato, que fue la inversión. Efectivamente logramos salir en todas partes, hay que reconocer que el equipo técnico que puso VENEVISIÓN hizo un trabajo espectacular, pero en cuanto a la programación - ellos son una empresa comercial- empezaron las diferencias. Yo diría que la programación bajó su nivel en muchas cosas: teleseries, programas envasados de dudosa calidad, se vendía la desnudez etc. Había cosas que claramente no podían ser la imagen de los 150 años de la Universidad de Chile, la institución de educación más antigua del país, no estábamos reflejando la Universidad. Y las pérdidas continuaban. Nosotros pedimos que hicieran un plan de inversiones con el fin de saber para dónde iban en lo meramente económico, ellos estaban suponiendo unas tasas de crecimiento de las ventas que a mí me parecieron irreales. Mi apreciación era que el canal iba a mantener niveles de pérdida muy altos, y tendríamos que hacer en algún momento un nuevo aporte de capital; y la condición de la Universidad al hacer la negociación fue que nosotros poníamos lo que habíamos colocado y ni un peso más. Eso llevó a la empresa a una situación de ahogo, por un lado había pérdidas y nadie colocaba dinero, y por otro no queríamos que ellos aumentaran el capital porque pasarían a tener más del 49%. Hubo un momento que en realidad, y según nuestras proyecciones, lo que tendríamos eran varios años de pérdida

sostenida, donde no era posible no hacer aportes adicionales de capital, que la Universidad no estaba dispuesta a hacer para ese canal, con esa programación y con ese rating que seguía sin remontar."

Según Pablo Jaeger, finalmente, y luego de un ambiente de venta del resto del canal, que se generó tras evaluar la situación, a pesar que para el Rector tuvo sentido en algún momento el hecho de tener un canal a través del cual hacer propaganda de la Universidad, se decidió que en esas condiciones la Universidad debía vender su 51%.

Nuevamente se buscaron compradores en Chile y Patricio Basso confesó que sería indiscreto: "Me comuniqué con el gobierno, yo personalmente, con ministros de la época (1994-1995) y les hice presente que estábamos a punto de hacer esto, le propusimos incluso con la ayuda del gerente de canal 7, un modo de que pasáramos a ser la frecuencia 2 cultural de TVN, dado que era empresa estatal, pero el gobierno la rechazó. A esas alturas nos dejaron jaque mate, nadie quiso ayudarnos, ni los particulares, ni los inversionistas chilenos, ni el gobierno, la Universidad se vio en la obligación de vender".

En definitiva la Universidad estuvo dispuesta a vender toda la propiedad, así fue como en 1995 VENEVISIÓN compró el 100% de las acciones. Y Jaeger, que en ese entonces era director ejecutivo del canal, explica " Nuevamente se debió crear una sociedad, entonces se creó aquí en Chile una sociedad que compró la diferencia (51%) y hoy en día el canal es cien por ciento venezolano, a

través de VENEVISIÓN Venezuela (representada por Comunicaciones Venevisión de Chile Ltda.) y la Sociedad Venevisión de Chile S.A.". Así se conformó la Red de Televisión Universidad de Chile, que más tarde será Red de Televisión Chilevisión S.A.

Los inicios del "nuevo canal" tuvieron también algunos conflictos. Una severa crisis bancaria en Venezuela, que afectó al grupo Cisneros, propietario del Banco Latino y de Venevisión, coincidió con la venta del canal, provocando algunos conflictos económicos en la estación televisiva.

Por otro lado, diferencias acerca de la programación entre el director ejecutivo Pablo Jaeger y los dueños venezolanos, llevaron a la renuncia del abogado. En su lugar asumió Felipe Vial, quien antes de un año en el cargo, renunció junto al Director de Servicios Informativos, Jaime Moreno Laval, por razones similares a las de Jaeger.

Tras Felipe Vial, asume la dirección ejecutiva en 1996 Felipe Pozo, iniciándose una nueva etapa para el canal. Mejora la situación financiera y el rating.

Sin dudas esta transacción generó opiniones en los actores que la protagonizaron y en algunos testigos de ella, así como preguntas acerca de la situación que la hizo inevitable y análisis sobre las condiciones históricas que pudieron provocar esta venta.

Es así como la posición de Patricio Basso se puede extraer de sus palabras:

"Debo decir que vendimos muy bien. Si uno lo mira respecto del patrimonio que tenía el canal, que no estaba considerado el valor de las frecuencias, o sea, una infraestructura antiquísima y nada más, entonces inventamos un negocio de la nada. Ahora, si se suma a lo que la Universidad ganó, lo que habríamos perdido si hubiéramos seguido de socios hasta el día de hoy, la verdad es que las cifras son más allá de la imaginación. En lo personal estoy perfectamente tranquilo con mi conciencia, primero porque hicimos todos los intentos previos por hacer un canal cultural con el apoyo de la Universidad, pero el financiamiento fiscal no nos permitió mantenerlo, y segundo porque hicimos lo posible por buscar un socio y mantener un canal universitario, cosa que no se pudo hacer. Finalmente, le reclamamos a todo el mundo que el canal se iba a vender, nadie nos escuchó. La "U" no sólo tuvo un ingreso, sino que tuvo un ahorro por futuras pérdidas".

En cuanto a la posibilidad de haber evitado el decaimiento económico que llevó a la venta, el Vicerrector Económico en 1993, sostiene: "Sin duda que de haberse mantenido los niveles de los recursos fiscales que la Universidad de Chile tenía, hubiéramos podido mantener el canal. Yo creo que hoy día, para dar una cifra, el aporte fiscal total que recibe la Universidad por todos los conceptos es un 66% de lo que recibíamos en el '81.

Ahora, por otro lado, el mal uso que algunos sectores le dieron al canal, no lo hacía simpático para muchos sectores del país. Antes de 1973 tuvo un cierto

uso político de un lado, después, la dictadura lo usó como quiso. De hecho, uno de los pocos períodos en que tuvo financiamiento fue cuando lo usó como base de la operación de engañar a la gente para el plebiscito de 1980.

Nosotros, después del '90 lo hicimos plural, le quitamos todo tipo de connotaciones ideológicas, pero yo creo que el peso era muy alto. Una vez que nos dimos cuenta que no se podría hacer un canal cultural, la alternativa de hacerlo comercial no era despreciable, porque si hubiéramos podido hacer de esto una empresa y generar utilidades, podríamos haberlas reinvertido en la Universidad en cosas académicas. Esa era la intención cuando vendimos el 49%, transformarlo en un canal comercial, habiendo renunciado a la alternativa de un canal cultural, que fue inviable, nuestra segunda idea era un canal comercial. Y tampoco se pudo pelear con los monstruos que ya estaban instalados en el sistema, entonces optamos por lo más sano: vender. Un canal cultural es aparentemente inviable en un país como éste. El canal católico tiene algunos programas que podríamos llamar de índole cultural, pero son marginales dentro de los tiempos de programación. Y en la TV por cable hay un par de canales que podríamos llamar culturales, pero su nivel de penetración es mínimo y en el nivel socioeconómico ABC1, y el rol de la Universidad no es exclusivamente entregar cultura a la gente que ya la tiene, el problema es cómo le entregamos cultura a la gente que no la tiene".(Entrevista 1997)

A propósito de la posible comparación entre los procesos televisivos de la Universidad Católica y de Chile, el abogado Pablo Jaeger considera:

"Claramente desde el primer momento los dos canales tomaron orientaciones completamente distintas. El canal de la Universidad de Chile pretendió desde siempre ser un canal universitario cultural; básicamente como una labor de extensión universitaria, donde hubiera mucho programa dedicado a la cultura, al debate público, a los problemas que le interesan al país, y eso claramente era poco comercial, pero por mucho tiempo la Universidad estuvo dispuesta a ponerse con la plata que requiriera el canal para hacer esas cosas. Mientras que la Universidad Católica optó desde el primer momento por transformar al canal en un canal comercial, que se autofinanciara, y en el cual la Universidad influiría a nivel de las decisiones más gruesas, pero en el tema comercial no se metía.

En el año '70, la Universidad de Chile estaba en un proceso de reforma, la Católica venía saliendo, las orientaciones eran diferentes. Sería injusto decir que alguien lo hizo mal y alguien bien, las consecuencias están a la vista. Hoy se tiene un canal que sigue siendo de la Católica y gana dinero, y otro que fue de la Chile y se tuvo que vender porque no fue capaz de financiarlo.

La ganancia que obtuvo la Universidad de Chile se limita al llamado lucro cesante, o sea, lo que se deja de perder. La primera ganancia fue deshacerse de una sangría permanente de recursos. La plata por la venta sería parte para salir de los serios problemas financieros en que estaba la Universidad. En definitiva, durante la dictadura, la Chile siguió con las obligaciones de hacer

muchas cosas que son importantes para el desarrollo científico y tecnológico del país, pero con el tercio o el quinto de los recursos que se le entregaba antes. Entonces, cuando el Rector Lavados asumió, la deuda era espantosa y además estaban todos los créditos vencidos". Según Jaeger se hizo todo lo posible, entre 1990 y 1993 hubo esfuerzos e intentos pero surgían buenas ideas que sin recursos era imposible materializar. "Se necesitaba una inyección de recursos muy importante para sacar al canal adelante, cuestión que la Universidad de Chile no estaba en condiciones de hacer; no porque no quisiera, ni siquiera tenía acceso al crédito, todos los bancos presionando por las deudas y además nadie confiaba en que al canal le fuera bien. La única solución era que alguien tuviera respaldo para hacerlo; VENEVISIÓN ha tenido una pérdida de dinero gigantesca tratando de sacar adelante al canal, que está mejor, pero a un costo enorme que la Universidad de Chile no estaba en condiciones de solventar.

A propósito de los intentos de lograr financiamiento que confesó Patricio Basso, el ex parlamentario demócrata-cristiano Hernán Bosselin, quien fuera diputado en 1993, es decir durante el proceso de venta del canal de la Universidad de Chile, y quien además en su oportunidad se manifestó en contra de tal transacción, tiene una apreciación sobre el tema.

"La Universidad de Chile podría haber obtenido otro tipo de financiamiento, si se hubiera puesto un poco más dura respecto de su canal. Yo creo que el gobierno le podría haber cubierto los déficits que en esos momentos tenía. Pero

ellos optaron por la vía más fácil que vieron en ese momento: entregar el canal. Ahora, por qué lo hicieron, en definitiva yo creo que fueron razones económicas".

La evidente oposición del ex diputado tiene un fundamento: "Se trataba de un bien escaso, un bien cultural, tan necesario, que creíamos que la Universidad debía mantenerlo y desarrollarlo. Si el canal no estaba funcionando en forma adecuada, se debía a que la administración no había sido la que correspondía a ese tipo de actividades empresariales. Debía haberlo administrado como una empresa, pero haberlo mantenido para tener una televisión de nivel universitario, en el ámbito cultural. Estamos hablando de un momento en que todavía la TV por cable no había entrado, entonces no teníamos las alternativas que se crean a través de ella. Incluso con TV cable, yo creo que sería bueno que la Universidad de Chile hubiera conservado su canal. Ahora, por qué el canal de la Universidad Católica tuvo un destino diferente y exitoso, bueno porque ha tenido una administración y una dirección adecuadas durante muchos años y eso es lo que nunca pudo realizar la Universidad de Chile. Desde la época en que era el canal 9 no tuvo una buena administración."

Acerca del supuesto desinterés de los inversionistas chilenos por evitar una venta a capitales extranjeros, Bosselin lo considera relativo. "Yo creo que en el país existía interés, nosotros creíamos que si el canal se abría a la actividad empresarial iban a existir interesados. podrían haber llamado a una licitación, haber probado, y si nadie se presentaba, no había nada que hacer. Yo creo

que no se hicieron todos los esfuerzos posibles, es cierto que se ofreció, pero pudo haberse convocado a otro tipo de licitación. Creo que se vieron muy atados por los problemas propios de la Universidad, por las urgencias de la Universidad, como efectivamente tenían problemas de financiamiento, éste era un bien del cual podrían prescindir para hacerse de recursos rápidamente.

En ese momento Raúl Briones y yo nos opusimos, reclamamos, protestamos, hablamos con la Universidad y en definitiva no se pudo hacer nada. Tampoco hubo preocupación de ningún partido político, incluso gente de la propia Universidad, a nivel de académicos, tampoco manifestó preocupación. La imagen es que pudieron haber hecho más y no lo hicieron, yo creo que estaban muy urgidos por problemas financieros."

Una de las alternativas que según el ex parlamentario podría haber salvado al canal de la venta, sugiere haber llevado la situación al campo político, y así no perder una opción muy valiosa para la actividad cultural de la Universidad de Chile.

El defecto en la administración que Bosselín critica apunta a no haber enfocado la posesión del canal desde un punto de vista empresarial. "Ese fue el pecado de origen del canal 9. Debieron haber independizado el canal y haberlo administrado como una empresa".

Una vez realizada la venta, la situación del canal se tornó diferente. Enfrentar y mejorar la situación del canal, que como ya se ha mencionado tenía una historia de pérdidas económicas bastante incontrolable para la Universidad, fue el objetivo de sus nuevos propietarios.

El canal como empresa privada, propiedad de la organización Cisneros, comenzó a trabajar en agosto de 1995, en la planificación del nuevo canal, el nuevo producto, con la nueva programación, que saldría al aire a partir de enero de 1996.

Según el Director Comercial de Chilevisión, Jorge Serrano, ese año ya se percibió un aumento en las ventas equivalente al 51,38% con respecto al año anterior. El año 1997 el alza en las ventas fue del 42,96% con respecto a 1996, y el porcentaje de aumento en las ventas de 1998 con respecto al año anterior, alcanzó un 52%.

"Esto obedece a una racionalización del canal, a una optimización de recursos, a una baja de la planta a lo estrictamente necesario, a un mejoramiento de infraestructura y producción de televisión, a que en tiempo récord llevamos el canal a una cobertura total del 97% del territorio nacional, obedece a nuevos transmisores, mejor imagen, y a que consideramos al noticiario una columna vertebral del canal". (Entrevista septiembre 1998)

La idea era captar un público universitario, o de profesionales jóvenes que no estaba acostumbrado por inercia o tradición a seguir las noticias de un canal "y llevarlo a un noticiario más acorde a los tiempos. Eso nos ha rendido unos

frutos increíbles, porque en términos de rating, era un noticiario de 1.4 o 1.5 puntos, hoy es un noticiario de 10 puntos promedio, en solamente tres años, lo que significa aumentar en 8 o 9 veces su sintonía."

Según el Director Comercial de canal 11, la estación tiene un producto, una parrilla programática variada y equilibrada que llegó a los hogares con mucha aceptación. Esta aceptación del público lo ha llevado a crecer en credibilidad hacia los clientes, que son quienes efectivamente hacen que el canal funcione. "Yo no voy a criticar a la Universidad, porque no es mi papel hacerlo, pero por algunas razones este era un canal muy inestable, muy poco creíble para el avisador y para el telespectador. Se hicieron muchos intentos, todos muy válidos, pero no resultaron. Nosotros hemos tenido la suerte de tener manos más libres para poder operar aquí, que lo que pudo haber tenido la Universidad en su momento, tanto en términos presupuestarios como en términos de dependencia, y logramos hacer un canal de televisión." (Entrevista septiembre 1998)

A juicio de Jorge Serrano, en términos comerciales, la existencia de un canal cultural es inviable sin financiamiento. "En este país es muy curioso, si tú recurres a las encuestas para ver lo que la gente quiere ver en televisión, lo primero que la gente dice es yo quiero cultura, quiero ballet, ópera, que enseñen a mis hijos a través de la pantalla, pero tú pones eso y nadie lo ve. Entonces, si como política de Estado se decide tener un canal cultural, como existen bastantes en Europa, tiene que tener una subvención estatal, si no, no funciona."

Sin embargo, según Serrano, a través de una pantalla comercial, también se puede lograr efectos educacionales, a través de un noticiario eficiente, a través de programas o películas de alto nivel cultural, lo que entregaría algo de peso y cierta razón de ser a una parrilla programática.

En cuanto a los niveles de pérdida que arrojaba el canal, en 1995 equivalían a 12 millones de dólares, y actualmente se planifica al rededor de un millón de dólares "y que disminuya la pérdida, es una ganancia".

6.- CONCLUSIÓN

¿Por qué la Universidad de Chile se vio en la necesidad de vender el único medio de comunicación audiovisual que poseía?

La historia del canal de televisión de la Universidad de Chile muestra de manera dramática los hechos que llevan a responder esta pregunta. Una historia de cambios políticos, legales y económicos, e intentos por mantener, sin saber muy bien cómo, una estación televisiva universitaria en un contexto comercial.

Conociendo entonces la historia cronológica, se puede concluir que fueron diversas razones las que llevaron a la universidad a fracasar en su proyecto de televisión. La Universidad de Chile se vio en la necesidad de vender su canal de TV porque no fue capaz de administrarlo.

La primera razón de esta incapacidad podría ser que nunca se definió claramente un proyecto de TV universitaria, un concepto que especificara los objetivos y dependencia del canal. No se elaboró una definición sólida que lo identificara como un canal universitario o comercial, así la ambigüedad aportó al fracaso.

En sus primeros tiempos el canal se definió como universitario y educativo, pero la necesidad de financiamiento lo llevó a intentos comerciales que nunca

llegaron al desarrollo suficiente como para cambiar el concepto y elaborar uno claramente comercial.

Además, desde el punto de vista administrativo, nada cambió, en cuanto a una posible estructuración de empresa.

Intentos de educar a través de la televisión, interés por utilizar al canal como una forma de extensión universitaria, incursiones comerciales para mantener en funcionamiento las transmisiones, y no fijar una línea coherente entre todas estas ideas, llevó a un caos que confundió "universitario" con exclusivamente cultural, y "comercial" con frívolo y superficial, lo que no permitió flexibilidad y nuevas opciones de crecimiento.

Mientras el canal de la Universidad de Chile pasaba épocas discutiendo sobre extender la cultura a la sociedad, educar y no caer en el financiamiento comercial, el canal 13 de la Universidad Católica ya iniciaba su camino para definirse como empresa.

Una segunda razón para el fracaso del canal universitario podría situarse en la permanente dependencia que el canal tenía de la autoridad académica. La centralización de poderes en la toma de decisiones administrativas y la carencia de personas especializadas en la gestión empresarial al mando del canal, provocaron errores y desaciertos que profundizaban cada vez más la diferencia con su homólogo de la Universidad Católica.

Desde sus inicios el canal de la Universidad de Chile se definió como proyecto institucional, se manejó como una facultad más, sin considerarlo una entidad autónoma, externa, que pudiera tener su desarrollo independiente de la rectoría.

Amparadas en un objetivo educativo-cultural, las autoridades universitarias impidieron que el proyecto se desarrollara desde el punto de vista comercial, en forma seria y estudiada.

Una exagerada intención academicista y discusiones teóricas no acordes con el funcionamiento comercial que requería un medio de comunicación caro y masivo, llevaron a una seguidilla de fracasos.

La centralización del poder en manos de la rectoría universitaria, aumentó y profundizó aún más la concepción academicista de la TV que imperó en el canal de la Universidad de Chile.

Recurrir al financiamiento publicitario, era para quienes manejaban los inicios del canal 9, una traición al espíritu y principios sobre los que se había creado la estación televisiva. Es por eso que los primeros intentos publicitarios fueron tímidos y carecieron del compromiso serio y responsable que requerían para mantener con solidez y fuerza el canal.

La estrategia para lograr independencia económica de la universidad y no ser una carga para su precario financiamiento, sin caer en una definición comercial de la estación, pudo ser mejor elaborada.

La Universidad Católica definió una televisión cultural-comercial instaurando una fórmula viable de TV universitaria, defendiéndola como inversión autónoma e independiente, con sus propios gastos de mantención y producción, que la Universidad de Chile no supo desarrollar. Por otro lado, el canal de la Universidad Católica mantenía también una independencia del Estado que el canal 9 no tuvo, pues como la misma Universidad mantenía esta dependencia fiscal, fue muy difícil lograr la separación.

El resultado de esta fusión Estado-Universidad-canal, definió un tercer error del que también era difícil alejarse: la politización del canal. Las vicisitudes y conflictos que tuvo que enfrentar la estación de la Universidad de Chile durante el gobierno de la Unidad Popular, alejaron toda actividad y energía del desarrollo comunicacional que cualquier medio nuevo requiere para su solidez. Durante la Dictadura Militar, el canal también se vio influido en forma negativa por su inevitable politización. En alguna época fue herramienta de propaganda para el gobierno de la junta y en otras se tornó elemento contestatario del régimen militar. Ambas posturas, pudieron dar la sensación de poca objetividad y sesgar la teleaudiencia, y por ello alejar algunos auspicios.

Así, entre elementos de ambigüedad en el concepto, politización y dependencia excesiva de la rectoría universitaria, el canal de la Universidad de Chile no pudo mantenerse y fracasó. Endeudadas y con escasas (o nulas) posibilidades de mejorar la situación económica sólo con el presupuesto universitario, las autoridades académicas se vieron en la obligación de vender. La universidad no desarrolló una gestión administrativa que lo salvara del capital extranjero, y no pudo o no quiso elaborar un concepto comercial que tal vez habría sido viable, como una empresa, como se está llevando en la actualidad.

7.- A MODO DE EPÍLOGO.

La secuencia cronológica seguida en el desarrollo de esta investigación impone un orden de los sucesos. Esta situación amerita un intento de continuación de la historia o apertura a nuevos temas tras el estudio.

La contingencia de los hechos que ha protagonizado en los últimos tiempos el canal Chilevisión, sólo permite comentar o "lanzar ideas" acerca de ciertas opiniones, pues el desarrollo y desenlace de la historia inmediata de la estación televisiva, aún se desconocen.

Los cargos que enfrenta el canal 11 por "exposición abusiva y grosera de la sexualidad" formulados por el Consejo Nacional de Televisión, han sido objeto de diversas reacciones. Entre éstas, la que inevitablemente será considerada en este comentario, es la del Rector de la Universidad de Chile, Luis Riveros.

Como propietaria de la frecuencia, la casa de estudios debe responder legalmente frente a estas acusaciones, sin embargo es absolutamente claro que en lo referente a programación y ganancias, la participación de la Universidad de Chile en el canal, es nula.

En este contexto, la opinión entregada por el rector al diario "El Mercurio" del 24 de septiembre de 1998, da ciertas luces sobre la existencia, a su juicio, de posibles alternativas no exploradas por la administración universitaria de esa época, para evitar la venta de la estación televisiva. Riveros considera importante para la Universidad poseer un medio de comunicación y señala que "fue una lástima perderlo". ¿Podría deducirse entonces que si la administración universitaria hubiese estado en manos de Riveros en 1993, el canal sería aún propiedad de la Universidad de Chile? ¿Se hubiesen explorado alternativas que consideraran al canal en términos empresariales? No debe dejar de considerarse que el rector Riveros es académico de la Facultad de Economía y que su especialización en esta área puede avalar sus declaraciones, pues según opiniones y conclusiones de este estudio, la carencia de una gestión empresarial, pudo haber sido la razón del fracaso de un canal para la Universidad.

Tras estas declaraciones, no sería extraño que surgieran opiniones similares e incluso más enfáticas con respecto a los cargos que enfrenta el canal. Podrían surgir críticos comentarios acerca del error que significó desprenderse del canal para la Universidad, o de las molestias que se ahorrarían los ejecutivos de Chilevisión si la Universidad tuviera influencia en la programación, si la línea programática estuviera bajo la mira académica, educativa y cultural adecuadas.

Así como estas posibles opiniones, surge casi como una premonición, la voz de Hernán Pozo, Secretario del Consejo Nacional de Televisión, en una entrevista de junio de 1997:

"El propietario de la concesión sigue siendo la Universidad de Chile, y tan propietario sigue siendo que cuando hay cargos que formular, o una sanción que aplicar, nosotros se la notificamos al rector (...) Cuando la Universidad de Chile constituyó el usufructo, la sociedad usufructuaria le pagó una determinada cantidad y ahora es cierto que la universidad no gana ni pierde, porque lo está manejando otra gente. Pero a lo mejor sería más claro lisa y llanamente vender la concesión, porque se está asociando una institución de alto prestigio, como es la Universidad de Chile, muy valorada en la sociedad, con una explotación en la cual no tiene injerencia. Si mañana a Chilevisión se le ocurre transmitir pornografía dura todos los días, sería la Universidad de Chile la responsable, legalmente es así, quien responde ante la ley es el concesionario, y por eso los cargos se notifican al Rector y son respondidos por él y por el director Ejecutivo de Chilevisión, pero el responsable legal es y sigue siendo la Universidad de Chile, mientras tenga la propiedad de su concesión.(...) La Universidad no tiene injerencia en la programación. Se ha quejado mucho el Rector (Jaime Lavados), incluso nos han llegado cartas en que les dice a los programadores que tengan cuidado, que tienen que respetar el correcto funcionamiento, pero el poder real está en otro lado. Entonces, yo encuentro que no es una figura buena, la Universidad no gana nada, salvo que el canal fuera un canal culturalmente brillante, que fuera un prestigio para ella, pero no es el caso. Entonces la ganancia no la veo, mantener un canal así..."

Ideas como esta podrían surgir de la opinión pública o de organismos especialistas en televisión y comunicaciones, sin embargo, y más allá de toda opinión y sanción a enfrentar, hay casos en que los números, ya sea el resultado de una cuenta favorable o una alta puntuación en el rating, podrían tener la última palabra.

8.- BIBLIOGRAFÍA

- BRÜNNER JOSÉ JOAQUÍN Y CATALÁN CARLOS (1995) "Televisión, Libertad, Mercado y Moral". Ed. Los Andes. Santiago
- FUENZALIDA VALERIO (1984) "Estudios sobre la Televisión Chilena", Corporación de Promoción Universitaria. Santiago
- (1985) "Democratización de la Televisión Chilena". Corporación de Promoción Universitaria. Santiago
- (1990) "La Televisión en los '90". Santiago, Corporación de Promoción Universitaria. Santiago
- HURTADO MARÍA DE LA LUZ (1989) "Historia de la Televisión en Chile (1958-1973)". CENECA. Santiago
- MENA ARROYO EDUARDO (1989) "La Televisión y su Normativa (1971-1988)". Ed. Mar del Plata. Santiago.
- PORTALES DIEGO (1987) "La Dificultad de Innovar". ILET. Santiago.
- SQUELLA NARDUCCI AGUSTÍN (1974) "Estatuto Jurídico de la Televisión Chilena". Ed. Edeval. Valparaíso

ENTREVISTAS

- Marcos Assadi. Director del canal de televisión en 1993
- Pablo Jaeger. Abogado y ex Director Ejecutivo del canal
- Patricio Basso. Vicerrector Económico de la Universidad de Chile en 1993
- Hernán Pozo. Secretario Consejo Nacional de Televisión
- Hernán Bosselin. Abogado y Diputado en 1993
- Jorge Serrano. Director Comercial de Chilevisión.