

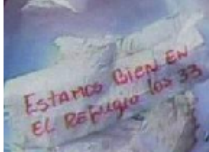
Portada	Opinión	Economía Política	Mundo en Uno	Espacios Públicos	Buena Gente	¿Qué hay para ver y leer?	Fiscalía Ciudadana
Editorial	Pulso País	Temas de la semana	Entrevistas	Proyecciones	Deportes	Gabrielas y Nerudas	Cartelera

**VAN 42 DÍAS**

**LIBERTAD PARA LOS PRESOS POLITICOS MAPUCHE**

Al 23 de agosto de 2010, continúa huelga de hambre de 32 mapuche en las cárceles de Temuco, Concepción, Angol, Lebu y Valdivia

**¡ESTAMOS BIEN!**



Mensaje de los mineros desde el fondo de la mina San José

**CONFERENCIA**

Participación del director de Diario Uno en el seminario "Programa de Reconstrucción: Un debate de interés ciudadano"

**ENTREVISTA**

Marcel Claude, director de Diario Uno: "Los medios son las armas en la guerra de las ideas"

MONDE diplomatique

MONDE diplomatique

**Alerta**

Una alerta roja en los mercados

Una alerta roja en los mercados

La salud en Chile y en el mundo

**Más indispensable que nunca**



## Venta de Canal 13: El ocaso de la televisión universitaria

*Se agudiza concentración en la propiedad de los medios de comunicación*

Un nuevo conglomerado económico llegó para quedarse en la televisión abierta. Se trata del grupo Luksic (con participación en el Banco de Chile, Entel y CCU), que

anunció la compra del 67% de la propiedad de Canal 13. La operación, motivada por una situación económica insostenible, a juicio de los especialistas, terminó de dilapidar un modelo de televisión universitario iniciado a fines de los cincuenta, cuya finalidad era educar, informar y entretener. Triada que, de acuerdo a los expertos, poco tiene que ver con el modelo televisivo que impera actualmente.

Por Simón Pérez

Uno más a la lista. El grupo Luksic selló su entrada al mundo de la televisión abierta al comprar el alicaído Canal 13, secundando al mexicano Remigio Ángel González (dueño de Red TV y de una vasta cadena medial a nivel latinoamericano), Álvaro Saieh (quien compró la concesión del espacio radioeléctrico de Más Canal 22), el grupo Claro y el propio presidente Sebastián Piñera. Esta transacción viene a consolidar un modelo de gestión televisiva, cuyo énfasis primordial es generar grandes utilidades.

"El avance del modelo de televisión comercial es la clave de lo que está pasando con esta venta", señala el sociólogo Alberto Mayol, académico de la Facultad de Ciencias Sociales (FACSO) de la Universidad de Chile.

Para el especialista, siempre se consideró a la estación católica como una fi el representante del modelo antiguo (universitario), el que no iba a ser fácil de someter a las vicisitudes del mercado. Sin embargo, "bastaron unos pocos años de fracaso relativo para que se produzca la situación de inviabilidad que termina en la venta y fin del ciclo de la televisión universitaria".

Paralelamente, de acuerdo a Mayol, "se abre otro modelo, de corte comercial, pero con una agravante: esa apertura está basada en una sinergia muy potente entre poderes económicos y políticos. Lo que se produjo con Luksic y la Iglesia es la articulación de dos poderes gigantescos".

Durante la semana se anunció que el ex ministro de Transportes y Telecomunicaciones, René Cortázar (DC), asumirá la presidencia del nuevo directorio de Canal 13. Luksic también reclutó a David Belmar, quien se desempeñó como Gerente de Producción y Director de Gestión en TVN, para integrar el "Comité de Transición" de la



**DiarioUno**  
CON LIBERTAD PARA INFORMAR

**"Caso Bombas": El montaje para tapar crimen minero**

El llamado "Caso Bombas" tiene de todo menos bombas. Sabemos de la zona de Píñera para cubrir el crimen de los trabajadores mineros en la mina San José; cartagés el día que se abrió el mundo de un mundo.

Tour por la óptica atmosférica: de arcobis, halos solares y otras maravillas

**CHICO MENDES**

HABLA GUSANO MALDITO! ¿DÓNDE ESTÁ EL ARMA QUE FALTA?

TRAS UN BRUTAL HUMILLANTE Y VEJATORIO OPERATIVO, RENACE LA CNI DISFRAZADA DE JUSTICIA...NO SERÁ MUCHO?

Chico Mendes, defensor de la Amazonía

### Huelga de hambre de los presos políticos mapuche

**iNuevo!**

Comunicado desde la cárcel El Manzano de Concepción

### Oposición a indulto de violadores de DDHH

Los que alientan la impunidad van a ser tan responsables como los dieron las órdenes de los crímenes de la Operación Cóndor

### El riesgo de morir aplastado

CHILE: EL RIESGO DE MORIR APLASTADO Y EL SÁLVESE QUIEN PUEDA

### Cobre en liquidación

GRAN OFERTÓN GRAN - LLAME AHORA, LLAME YA

### Anuncios Google

Educación Parvularia [www.uamericas.cl/educacion](http://www.uamericas.cl/educacion)



estación.

**La televisión abierta se ha consolidado como un lucrativo negocio. De acuerdo al informe 2009 de Inversión Publicitaria de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP), "la televisión alcanza una participación sobre el total superior al 50%, por primera vez en los últimos diez años". 250.379 millones de pesos invirtieron empresas como Unilever, Falabella S.A.C.I o París S.A, parte de los 50 principales avisadores en Chile. Lucrativo negocio**

La televisión abierta se ha consolidado como un lucrativo negocio. De acuerdo al informe 2009 de Inversión Publicitaria de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP), "la televisión alcanza una participación sobre el total superior al 50%, por primera vez en los últimos diez años". 250.379 millones de pesos invirtieron empresas como Unilever, Falabella S.A.C.I o París S.A, parte de los 50 principales avisadores en Chile.

Sobre la situación comercial de Canal 13 en particular durante los últimos años, de acuerdo al libro Los Magnates de la Prensa (2009) de la periodista y Premio Nacional de Periodismo, María Olivia Mönckeberg, "para el canal de la Universidad Católica la suerte ha sido compleja en los últimos años. Los avances de TVN y de las estaciones privadas han repercutido en la disminución proporcional de su captación de avisos, pese al elevado porcentaje que tiene respecto a su programación. En 2007 y 2008 sobrepasó el 9 por ciento del total de la publicidad, lo que significa menos de la mitad de lo logrado por el canal nacional". Esto, junto a millonarias pérdidas (3.278 millones de pesos durante el primer trimestre de este año) terminaron por reventar a la estación, que vendió el 67% de la propiedad al grupo Luksic en \$US 55 millones. Aunque cabe señalar que este conglomerado no fue el primer interesado. El 2004, el actual dueño de Red TV, Remigio Ángel González, sostuvo negociaciones con ejecutivos de la Universidad Católica para asumir como "socio estratégico", situación que estuvo a centímetros de concretarse.

**"No tienen piso moral para opinar"**

Como una estocada. Así califica Iván Mezzano, presidente del sindicato de Canal 13 que representa a 900 asociados, la venta del canal del angelito. El dirigente, también presidente de la Asociación de Sindicatos de la Universidad Católica, señala a Diario Uno que el día anterior a la venta habían sostenido una reunión con autoridades de la universidad y la Iglesia, con la finalidad de avanzar en ejes programáticos en conjunto.

"Nunca te vas a imaginar que te van a pegar una estocada de esta forma. Uno espera otro trato, transparencia, esperaría que el debate fuera abierto", dice. El dirigente añade que en el mes de marzo el sindicato le propuso al rector Ignacio Sánchez que propiciara un debate abierto sobre el futuro de la Estación. "Él se sorprendió y nos dijo que por ahora no, que lo dejáramos para el segundo semestre. Ahí uno empieza a sacar conclusiones sobre estas contradicciones", pronuncia.

Mezzano considera que los trabajadores del canal han dado mucho por la empresa, incluso sacrificando beneficios laborales bajo el mandato del rector Pedro Pablo Rosso. "Nosotros cedimos beneficios por 20 millones de dólares después del descalabro que dejó Rodrigo Jordán, quien se gastó todo el presupuesto", asegura. El lunes pasado sostuvieron otra reunión con Sánchez, en donde le señalaron que habían perdido la confianza en sus palabras.

A su juicio, "lo lamentable es que han aparecido personeros como Patricio del Sol, el ex rector Juan de Dios Vial Correa, Mercedes Ducci o Rodrigo Jordán, sin el piso moral para poder opinar. Todos ellos tienen responsabilidad. Patricio del Sol habla de números cuando fue él quien introdujo la parrilla flexible y le dio todo el espacio a Vasco Moulián para llevarla a cabo".

Lo que más inquieta a Mezzano es el nulo espacio que han tenido los trabajadores para poder expresar sus puntos de vista, ya que, en toda la discusión "el empresario es el único actor que vale. Los

en UDLA. Admisión 2º Semestre 2010 Solicita Información Hoy!

**Actividades para Niños** [www.atrapalo.cl/actividad](http://www.atrapalo.cl/actividad)  
Amplia oferta, lo más divertido Reserva online, dctos de hasta 80%!

**Estudia en el Extranjero** [www.ef.com](http://www.ef.com)  
con EF en universidades de USA Reino Unido, Canadá y Australia

**Telmex TV** [www.telmexchile.cl](http://www.telmexchile.cl)  
Accede a la mejor selección de canales por sólo \$15.000

Anuncios Google

**El grito de la calle**



**Música Chilena Emergente**



Visita el [myspace](#) de Sebasecas

**Galerías**



[Longuén despide a sus víctimas](#)

[Memoria al fuego \(teatro\)](#)



[Violenta represión a manifestación estudiantil](#)

[Encuentro Medieval en Santiago](#)

**Creando Diario Uno**



**Una mirada sensata de la crisis griega**



[Hazte socio controlador de este semanario](#)



trabajadores no son tomados en cuenta. Nosotros hemos hecho proposiciones, sacrificios, denuncias, pero no hemos sido escuchados”.

Pero más allá del conflicto de Canal 13, el dirigente considera que hay un tema mucho más trascendental, que tiene que ver con la discusión de la televisión digital, ya que “la sociedad le dio a las universidades concesiones del espectro radioeléctrico para que fueran garantes de la cultura, de la investigación. Ahora te das cuenta que esa confianza que depositó el Estado, donde el espectro de Canal 13 pertenece a todos los chilenos, es un bien público que están comercializando y le sacan utilidades”.

**“Es necesario que otras voces intervengan en el escenario actual, porque todo queda reducido a un grupo de grandes empresas que controlan los medios audiovisuales, impresos y radiales, de forma tal de que no es posible pensar en un mejoramiento en la calidad de la información en el país si no acceden nuevas expresiones”, señala Héctor Vera, Doctor en Comunicación Social de la Universidad Católica de Lovaina.”**

#### **Reformas pendientes**

Para Héctor Vera, Doctor en Comunicación Social de la Universidad Católica de Lovaina y Director de la Escuela de Periodismo de la USACH, es fundamental ampliar los márgenes del debate en torno a la televisión digital, proyecto ingresado al parlamento en noviembre de 2008 y que aún se encuentra en su primer trámite constitucional.

“Es necesario que otras voces intervengan en el escenario actual, porque todo queda reducido a un grupo de grandes empresas que controlan los medios audiovisuales, impresos y radiales, de forma tal que no es posible pensar en un mejoramiento en la calidad de la información en el país si no acceden nuevas expresiones”, señala.

Esta ausencia de “nuevas voces” se manifiesta en la radio, en donde el grupo español Prisa, después de comprar estaciones al conglomerado Claxson (Iberoamerican), controla once cadenas FM o en la televisión por cable. En esta última, el empresario ítalo-estadounidense John Malone se encuentra a la cabeza de VTR (el grupo Saieh compró a principios de año el 20% a Cristalerías de Chile) y también de un porcentaje importante de Direct TV.

Sin embargo, el investigador es cauteloso ante la sobreexpectativa que puede generar este nuevo marco legal, ya que la incorporación de actores, “siempre es una promesa cuando aparecen nuevas tecnologías, lo mismo que se dijo de Internet, que iba a ser el símbolo de la democratización. Pero uno ve que entran iniciativas, mueren rápidamente y son remplazadas por grandes centros de producción”.

Por su parte, Mayol considera que “la ley de televisión digital abre una discusión donde el nivel de gravedad de lo que podría pasar es gigantesco”. Para el académico, el debate es una oportunidad histórica para abrir “el naípe” a nuevas expresiones ciudadanas. Sin embargo, “la tendencia que uno ve es que la única libertad que se exige es la de todo grupo económico para participar en esas señales”, en desmedro de nuevos participantes.

Ejemplifica con el caso de Chilevisión. Según señala, el canal pretendido por Time Warner (CNN) y el grupo Bethia, “da por descontado en su precio (cerca de \$US 140 millones) que el ancho de banda que representa se le va a respetar y van a tener seis o siete canales más. Lo que es muy grave cuando se piensa que es de propiedad del Presidente de la República”. Además, estima que en el actual enfoque de la discusión “se asume que la autoridad política va a priorizar entregar las señales a los canales que ya existen, lo que generaría una situación de tendencia a una monopolización enorme”.

**“Lo lamentable es que han aparecido personeros como Patricio del Sol, el ex rector Juan de Dios Vial Correa, Mercedes Ducci o Rodrigo Jordán, sin el piso moral para poder opinar. Todos ellos tienen responsabilidad. Patricio del Sol habla de números cuando fue él quien introdujo la parrilla flexible y le dio todo el espacio a Vasco Moulian para llevarlo**



a cabo", afirma Ivan Mezzano, Presidente del Sindicato de Canal 13.

### Negociando con el Patrono

Por otro lado, Mayol considera que también deberá promoverse un proceso de transparencia en las líneas editoriales de los canales y una discusión en profundidad en torno al rol que la televisión pública deberá jugar de aquí en adelante. "TVN tiene que competir con otros medios y autofinanciarse, cuando la mayor parte de los canales públicos en el mundo tienen financiamientos autónomos de los auspicios. Lo que está claro es que el modelo de televisión y de prensa en Chile es no tener modelo, dejar esto al libre mercado. Es discutible que aquello sea saludable", señala.

El también Magister en Ciencias Políticas menciona el caso de la Televisión Española (TVE), que suprimió la publicidad de sus transmisiones, financiándose con impuestos cobrados a los demás canales. "Aquí toda iniciativa que busca promover contenidos es acusada de no permitir la libre competencia y generar desigualdades", agrega, por lo que visualiza como casi imposible que un modelo de estas características llegue a implementarse en el país.

Finalmente, concluye con una situación paradójica, vinculada con el futuro de las posibles nuevas señales de la Casa de Bello que actualmente tiene el canal del Presidente, que roza con lo absurdo y ejemplifica el estado de la televisión chilena: "Ahora ni siquiera se sabe con claridad las condiciones de venta de la señal de la Universidad de Chile que tiene Chilevisión. Ni menos se le consulta a la casa de estudios. Más encima, se da la situación de que su interlocutor, Sebastián Piñera, es su Patrono. O sea, tiene que pelearle las señales a su propia autoridad".

[+ Comparte esta noticia](#) | [✉](#) [★](#) [🖨](#) [f](#) [t](#)

<http://www.diariouno.cl/?p=4928>  
16 de agosto de 2010

### Comentarios

Nombre(\*)

Correo electrónico (\*)

Sitio Web

2000 caracteres disponibles

(\*) Datos obligatorios.  
Su dirección de correo electrónico no será publicada.

Para consultas y aportes, por favor escriba a [contacto@diariouno.cl](mailto:contacto@diariouno.cl).

Se ruega a los usuarios abstenerse de utilizar lenguaje soez o descalificador para con las personas, y todo tipo de comentarios reñidos con el estado de derecho.

Portada	Opinión	Economía Política	Mundo en Uno	Espacios Públicos	Buena Gente	¿Qué hay para ver y leer?	Fiscalía Ciudadana
Editorial	Pulso País	Temas de la semana	Entrevistas	Proyecciones	Deportes	Gabrielas y Nerudas	Cartelera

Director y representante legal: Marcel Claude, Subdirector: Fernando Montolio, Editor: Iván Valdés, Diseño y diagramación: Sebastián González, Editor de Fotografía: Juan Carlos Cáceres.  
Colaboradores: Andrés Figueroa, Claudia Walker, Roberto Mundaca, Guillermo Arellano, Simón Pérez, Valeria Osorio, Jorge Núñez.  
Dirección Comercial: Carabineros de Chile 33 dep. 25 Santiago, Chile. Teléfono (562) 984-0953. Contacto: [contacto@diariouno.cl](mailto:contacto@diariouno.cl)  
Impresión: Gráfica Puerto Madero, Distribución nacional: 16.000 ejemplares a través de Meta S.A. Sitio web alojado en PowerHost y administrado con WordPress.  
Diario Uno forma parte de la [Red de Medios de los Pueblos](#)  
Diario Uno se puede comprar domingo a domingo en los quioscos del país. En este sitio publicamos un adelanto (título y extracto) a comienzo de semana y los artículos completos siete días después.  
Complementariamente, durante el transcurso de la semana agregamos artículos de actualidad y otros contenidos.  
*Diario Uno es un medio independiente abierto a todas las opiniones. Sin embargo, no se hace responsable del pensamiento y expresiones diversas emitidas por nuestros colaboradores y el público que escribe.*