

DOSSIÊ

# PRESIONES EMPRESARIALES A LOS MEDIOS: El caso de un medio deportivo chileno

Copyright © 2015  
SBPjor / Associação  
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

CLÁUDIA LAGOS LIRA  
*Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile*

**RESUMEN** - El propósito de este artículo es analizar cómo los intereses corporativos modelan el sistema de medios en Chile y el ejercicio periodístico. Las implicancias para la democracia también son consideradas en consideración. Este artículo usa un caso de estudio para mostrar cómo los intereses empresariales operan concretamente en los medios para fortalecer los intereses privados en vez de los públicos. El artículo sugiere que el periodismo chileno está constreñido principalmente por un marco neoliberal, jugando un rol colaborativo para no entorpecer el medioambiente empresarial debido a que éste genera empleos y crecimiento económico para el país. En segundo lugar, el texto explora el caso, analizando en el marco de la perspectiva del periodismo del desarrollo, siguiendo un discurso público más amplio sobre los requerimientos de desarrollo para Chile. De hecho, las corporaciones periodísticas y la esfera económica chilenas están fuertemente relacionadas a pesar de las tensiones de los años recientes en el sistema de medios chileno.

**Palabras clave:** Censura corporativa. Sistema de medios chileno. Periodismo basado en el mercado.

## PRESSÕES CORPORATIVAS SOBRE A MÍDIA: o caso de um canal esportivo chileno

**RESUMO** - O objetivo deste artigo é analisar como os interesses das empresas moldam o sistema de mídia no Chile e a prática do jornalismo. As implicações para a democracia também são consideradas. Este artigo emprega um estudo de caso para mostrar como os interesses das empresas operam especificamente sobre formas de fortalecer os interesses privados em vez de públicos. O artigo sugere que o jornalismo chileno é formado principalmente por um quadro neoliberal, desempenhando um papel colaborativo para não prejudicar o ambiente de negócios, pois gera empregos e crescimento econômico para o país. Em segundo lugar, o artigo explora o caso, analisando-o no contexto do jornalismo desenvolvimentista, na sequência de um discurso público mais amplo sobre as necessidades de desenvolvimento para o Chile. Na verdade, as empresas jornalísticas e a esfera econômica chilena estão intimamente relacionadas, apesar das tensões dos últimos anos no sistema midiático chileno.

**Palavras-chave:** Censura corporativa. Sistema de mídia chilena. Jornalismo baseado no mercado.

**CORPORATE PRESSURES ON MEDIA: the case of a Chilean sports outlet**

**ABSTRACT** - The purpose of the paper is to analyze how corporate interests shape the Chilean media system as well as journalistic performance. The implications for democracy are discussed. This article uses a case study approach to show how corporate interests operate concretely on media to strengthen private interests instead of public ones. The article suggests that Chilean journalism is shaped mostly on a neoliberal frame, playing a collaborative role in order not to disturb the business environment because it creates employment and national economic growth. Secondly, the paper explores the case, which is analyzed within a development journalism approach following a broader public discourse about the development requirements for Chile. Indeed, journalism, corporations, and the economic sphere are strongly related despite the tensions and stresses of recent years in the Chilean media system.

**Keywords:** Corporate censorship. Chile media system. Market-driven journalism.

**ANTECEDENTES**

Durante las últimas dos décadas, Chile ha aparecido bien rankeado según las organizaciones internacionales promotoras de la libertad de expresión, como *Reporteros n Fronteras* y *Freedom House*. Sin embargo, este aparente buen desempeño podría ser explicado por los tipos de problemas que ambas organizaciones relevan y por la metodología utilizada, más que por un efectivo goce y respeto de la libre expresión en este país (SAPIEZYNSKA, LAGOS, CABALIN, 2013). Tanto *Reporteros sin Fronteras* (RSF) y *Freedom House* destacan las violaciones a la libertad de expresión más agresivas, como las amenazas contra los medios de comunicación o periodistas o, bien, restricciones y manipulaciones gubernamentales. En otras palabras, tanto RSF como *Freedom House* asumen la libertad de expresión como un conflicto potencial entre los medios y el Estado. Sin embargo, diversos autores y organizaciones internacionales<sup>1</sup> han destacado las restricciones industriales en el ejercicio de la libertad de expresión y que la participación justa y colectiva de diferentes voces en la esfera pública son asuntos fundamentales a tener en consideración en el debate sobre la libertad de expresión. De hecho, este enfoque ha inspirado el diseño de políticas públicas de comunicación en diferentes países (LORETI, 2005; R. W. MCCHESENEY,

SCOTT, 2004; SANTA CRUZ, 1996; MACBRIDE, 1980). Sin embargo, la tradición liberal de la libertad de expresión ha sido más fuerte y determinante que los intentos por diversificar el debate sobre esto y sigue siendo hegemónica en cuanto a los debates públicos, legales e internacionales sobre la materia. De hecho, la suspicacia hacia el rol del Estado sigue estando en el corazón del enfoque liberal.

Sin embargo, en una sociedad neoliberal con corporaciones privadas de enorme poder sobre la industria de contenidos y de medios, la investigación sobre el rol de los actores privados es clave en esta tensión entre “libertad de” y “libertad para”. En efecto, el poder privado sobre el ecosistema mediático se ha vuelto una preocupación entre académicos y periodistas en Chile, comenzando con el estudio seminal de Portales, a principios de los '80s (MÖNCKEBERG, 2009; DERMOTA, 2002; SUNKEL, GEOFFROY, 2001; PORTALES, 1981). Portales hizo entonces el estudio empírico más completo sobre el carácter industrial y económico de la prensa chilena antes, durante y después del golpe militar desde una perspectiva de la economía política de la comunicación. Portales recolectó datos sobre las industrias de prensa, radio, televisión y publicidad hasta 1980 y analizó el proceso de industrialización del sistema de medios chileno y su progresiva concentración en unos pocos propietarios. La mayor parte de la investigación en el campo, en Chile, debiera tomar en cuenta el trabajo de Portales.

Esta preocupación sigue siendo válida en el siglo 21 debido a la creciente toma de control corporativo de la propiedad de los medios en Chile y los potenciales conflictos de interés entre los holdings mediáticos y sus accionistas y propietarios. Ambas, cuestiones que han sido relevantes en la agenda pública. De hecho, en la medida que grandes *holdings* nacionales e internacionales, con intereses en la banca, la minería, el negocio de los seguros y del *retail*, tomaron control de canales de televisión, estaciones de radio y diarios durante la década del 2000, han surgido preguntas acerca de cómo dichos medios cubrirían la sección de negocios o cuán críticos serían hacia los negocios y sus propietarios. El caso de más alto perfil afectó al ex presidente Sebastián Piñera, quien era y sigue siendo uno de los empresarios más ricos del país y que ganó la elección presidencial en 2010<sup>2</sup>. Al momento de asumir como presidente, Piñera era el principal controlador de Chilevisión (CHV), un canal de televisión de cobertura nacional. La prensa y sus opositores políticos presionaron para que vendiera su participación en la estación televisiva<sup>3</sup>.

El ejemplo de Piñera no es el único en el cual el rol del periodismo y los intereses corporativos han colisionado. Efectivamente, durante 2013-2014 hubo diversas situaciones que tensaron la relación entre el periodismo y los intereses privados, debido tanto a la comercialización como a las presiones empresariales. Mencionaremos brevemente algunas de ellas:

En Junio de 2014, uno de los principales canales de televisión<sup>4</sup> pidió disculpas al aire en horario prime, por un reportaje<sup>5</sup> emitido un año antes. En esa ocasión, el canal había denunciado el mal etiquetado de uno de los más grandes cadenas de supermercados y productor de comida en Chile –Cencosud-, propiedad de uno de los hombres más ricos en el país y en Latinoamérica, Horst Paulman<sup>6</sup>. El canal “lamentó” cualquier “molestia” causada por el reportaje y reconoció que podría haber permitido mejores *condiciones de comunicación para facilitar*<sup>7</sup> una mayor oportunidad a la compañía para contar su lado de la historia<sup>8</sup>, aún cuando el reportaje original incluyó entrevistas con el vocero de la cadena de supermercados. Estas excusas públicas suspendió los casos civil y criminal que la compañía había iniciado en tribunales contra el medio (RIUMALLÓ, 2014).

En el mismo mes en que Canal 13 se disculpó al aire con Cencosud, una compañía de energía –que es parte de uno de los más importantes holdings en Chile- denunció formalmente a Chilevisión (CHV)<sup>9</sup> ante el Consejo Nacional de Televisión, CNTV, debido a un reportaje especial<sup>10</sup> sobre un controvertido proyecto hidroeléctrico cerca de Santiago de Chile. La compañía de energía acusó a CHV de ser parcial, no-objetiva y no-profesional, lo que había impactado negativamente en el pluralismo<sup>11</sup>.

Más tarde, en Agosto de 2014, las compañías privadas que manejan los fondos de retiro de los chilenos<sup>12</sup> también se quejaron contra CHV debido a un reportaje que criticaba el sistema de pensiones privatizado a principios de los ‘80s<sup>13</sup>. El canal de TV eliminó la historia de su website. Uno de los editores dijo que el reportaje impactó negativamente en la inversión publicitaria de las compañías de pensiones<sup>14</sup>.

Durante el mismo mes, la Corte Suprema condenó al director de un diario económico, *Estrategia*, por haber utilizado su medio para manipular el precio de las acciones de una compañía de la cual él era un accionista minoritario.

Estos casos destacan los intereses de las principales industrias chilenas (energía, *retail*, pensiones) que son, también, grandes avisadores; sus intenciones de controlar cómo son perfilados públicamente, y la diversidad de los tipos de medios donde estas

compañías despliegan sus estrategias. Como explicaremos más adelante en la sección sobre metodología, este artículo se centra en un caso que ocurrió en el *Canal del Fútbol* (CDF), una estación de TV cable especializada en el fútbol. Los editores fueron despedidos y otros periodistas renunciaron como consecuencia de presiones corporativas impuestas por altos ejecutivos molestos por un reportaje emitido a fines de Julio de 2014<sup>15</sup>.

El impacto de un periodismo entregado al mercado (*market-driven journalism*) y de la comercialización de los medios puede ser observado en este tipo de presiones corporativas en el contenido mediático, así como también en los recortes de personal para incrementar las ganancias. Durante el primer semestre de 2014, equipos periodísticos fueron disminuidos y fusionados y varios medios despidieron empleados<sup>16</sup>, y una cadena de radios despidió a un periodista y dirigente del sindicato después de que los trabajadores denunciaran formalmente a la compañía en los tribunales del trabajo (SILVA, 2014)<sup>17</sup>. “Según creemos, este es un intento por asustar a los trabajadores”, explicó Juan Guerra, el periodista y dirigente sindical despedido (GUERRA, 2014)<sup>18</sup>. En los últimos tres años, diversos sindicatos de medios de comunicación han protagonizado huelgas exigiendo mejores condiciones laborales<sup>19</sup>. En dicho contexto, y debido a la creciente influencia de la comercialización de los medios y de los intereses corporativos en éstos, se han levantado cuestionamientos acerca de la calidad, la profesionalización y posibles mecanismos de protección contra la censura en el sistema de medios chileno.

El objetivo de este artículo es explorar y analizar en profundidad los intereses corporativos que modelan el sistema de medios chileno y el ejercicio periodístico y cómo, a su vez, impacta en una democracia reciente. En orden a cumplir dicho propósito, este texto intenta ir más allá del recuento anecdótico de casos aislados de presiones empresariales a los medios de comunicación y, más bien, describir y analizar cuidadosamente un caso en particular y relacionarlo con el sistema de medios y la esfera económica.

Este caso permite: 1) entender los tipos de relaciones entre el periodismo comercializado, las corporaciones mediáticas, y el panorama empresarial más general en el marco de una sociedad neoliberal; y 2) describir las prácticas corporativas tendientes a controlar qué información puede o no circular, sin necesidad de recurrir a mecanismos coercitivos o violentos. En segundo lugar, también exploramos el rol colaborativo del periodismo en Chile

como un tipo de periodismo de desarrollo. A través del análisis de las presiones empresariales en el Sistema de medios chileno, podemos clarificar el tipo de escenario en el cual los periodistas se desempeñan.

Este artículo está dividido en tres secciones. La primera presenta la revisión bibliográfica y el enfoque teórico; la segunda explica los métodos y describe el caso de estudio; y la última discute el caso, explora algunas conclusiones, señala ciertas limitaciones de este estudio y presenta algunas preguntas que debieran considerar investigaciones futuras.

## 1 REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Hay tres temas principales en esta sección: primero, democracia y esfera pública y su relación con el periodismo; Segundo, el sistema de medios chileno, y finalmente, el estatus de la libertad de expresión y del periodismo y las fuerzas que lo han constreñido en la historia chilena reciente.

### 1.1 DEMOCRACIA Y PERIODISMO

Este artículo está bajo el enfoque de las teorías normativas de la prensa y su rol en las sociedades democráticas, a partir de un caso en particular, en un sistema mediático específico, siguiendo una aproximación inductiva. La literatura que relaciona democracia, sistemas mediáticos y periodismo, reconoce dos vías para entender dichos vínculos: “Primero, aquellos que *prescriben* tareas normativas para los medios en la sociedad, y segundo, aquellos que *describen* el rol efectivo de los medios en la sociedad” (CHRISTIANS et al., 2009, p. 69). Siguiendo a Christians et al., una teoría normativa de la prensa puede “sensibilizar a los profesionales y quienes diseñan políticas públicas para que reconozcan sus propias premisas no declaradas –a través de exponer las discrepancias entre las *racionales* filosóficas y cómo efectivamente operan” (CHRISTIANS et al., 2009). Este artículo se ubica en dicha tradición normativa.

A pesar de las críticas al concepto de esfera pública de Habermas (BENSON, 2009), sigue orientando la discusión sobre medios, periodismo y democracia. De hecho, la idea de esfera pública es un modelo deliberativo y “necesariamente un campo organizado,

con líneas de división características, relaciones de fuerza, y otras marcas constitutivas” (CALHOUN citado por BENSON, 2009, p. 180). En efecto, la contribución del concepto de “esfera pública” permite comprender la vida pública y democrática como el lugar y el espacio donde tiene lugar la deliberación y donde la participación es posible, y a partir del cual emerge un consenso a través de la argumentación pluralista y el debate (HABERMAS, 1974). Por lo tanto, la idea de esfera pública es clave para nuestro propósito debido a que tensiona el ideal de la autonomía mediática o periodística en un sistema de medios comercial.

En el marco de cuatro tradiciones filosóficas Occidentales destacadas por Christians et al. (corporativista, libertaria, responsabilidad social y participación ciudadana), se sugiere que los medios pueden jugar cuatro roles (de monitoreo, facilitador, radical y/o colaborativo) dependiendo del modelo de democracia en el cual éstos operan (administrativo, pluralista, cívico o directo) (CHRISTIANS et al., 2009). Nuestro análisis se enfocará en una suerte de rol colaborativo de los medios en el marco de una democracia en transición o nueva –la chilena-, en un modo en que el sistema neoliberal y el entorno de negocios sale más fortalecido que la esfera pública deliberativa. Específicamente, el caso de estudio muestra cómo este rol colaborativo de la prensa es desplegado a través de un tipo de periodismo de desarrollo.

Siguiendo a Harvey, el “[n]eoliberalismo es una teoría de prácticas económico-políticas que propone que el bienestar humano puede ser mejor alcanzado a través de la maximización de las libertades de emprendimiento, en un marco institucional caracterizado por el derecho de propiedad, la libertad individual, libertades de mercado y de comercio. El rol del estado es crear y preservar el marco institucional apropiado para tales prácticas” (HARVEY, 2007, p. 22). De hecho, Harvey señala que Chile fue el primer gran experimento neoliberal<sup>20</sup>.

El periodismo ejercido en una sociedad neoliberal puede ser explicado a partir de un reenfoque del periodismo de desarrollo. Este tipo de periodismo fue concebido durante los ‘60s como una agenda alternativa para sociedades no-occidentales o subdesarrolladas y como una vía para comprometer a los periodistas y los medios con el cambio social. El enfoque nació al alero de las tendencias poscoloniales y por oposición a la ideología de la modernización. De acuerdo a Chalkley, el periodismo de desarrollo “significa nuevas actitudes de gobiernos,

la prensa, la radio y la televisión, las instituciones internacionales..., y de muchas fuentes de noticias y análisis del sector privado –bancos, compañías de todos los campos económicos, organizaciones privadas de investigación, entre otros” (CHALKLEY, 1980, p. 215). En palabras de Xiaoge, “fue diseñado para estar al servicio de la gente común, no de la elite” (XIAOGE, 2009, p. 357).

Sin embargo, proponemos un giro para entender el periodismo de desarrollo en el caso de las presiones corporativas en el sistema mediático chileno: el objetivo de este periodismo de desarrollo no es el bienestar general de la nación como un todo, sino el desarrollo de la esfera económica y de sus actores de negocios, en el marco de una sociedad neoliberal y orientada por el libre mercado.

De hecho, uno de los componentes del periodismo de desarrollo descrito por Xiaoge (2009, p. 358) es lo que Richstad define como “trabajar constructivamente con el gobierno en la construcción de la nación”, asumiendo que el periodismo debe enfocarse en “noticias sobre desarrollo económico y social” (RICHSTAD, 2000, p. 279). Es posible advertir dos riesgos en la idea del periodismo trabajando “constructivamente” con el gobierno: el primero, el gobierno podría controlar o manipular a los medios –directa o sutilmente- en el nombre de los objetivos nacionales, la estabilidad política y el crecimiento económico; y el segundo, el desarrollo nacional normalmente implica una estrecha colaboración con el sector privado. Por lo tanto, el periodismo podría verse restringido tanto por el gobierno como por las corporaciones.

Estos dos riesgos implícitos en el periodismo de desarrollo suponen una contradicción inherente: en vez de contribuir a una agenda nacional e independiente, los medios finalmente terminan comprometidos con el crecimiento económico y los objetivos del poder, como fue el caso en algunos países africanos (XIAOGE, 2009; SHAH, 1996). En el caso latinoamericano, este tipo de periodismo fue influido por la teoría de la dependencia desarrollada durante la década de los ‘60s y ‘70s. Este enfoque teórico criticó las teorías de la modernización debido a que “asumían que el curso tomado por los sistemas político, social y económico de Europa Occidental y de Estados Unidos adelantaba el futuro de los países subdesarrollados” (CARDOSO; FALETTA, 1979, p. 11). Sin embargo, Cardoso y Faletto distinguían entre sociedades desarrolladas y periféricas, en vez de desarrolladas, subdesarrolladas o en desarrollo. Las sociedades periféricas y dependientes producen material prima mientras que

los países centrales producen bienes industriales. La distinción no es solo sobre el estado del sistema de producción, “sino también de la función de producción y distribución... Esto requiere una estructura definida de relaciones de dominación para asegurar un comercio internacional basado en mercadería producida en niveles desiguales de tecnología y costo de la fuerza de trabajo” (CARDOSO; FALETTO, 1979, p. 17). En este marco, las sociedades subdesarrolladas o en desarrollo no podrían desarrollarse, pues no es un proceso lineal, sino uno más bien global e interrelacionado.

## 1.2 “DEMOCRACIAS”

Analizando el sistema de medios y el estatus del periodismo en un país democrático –como Chile- en el contexto Latinoamericano, los cuatro modelos de democracia propuestos por Christians et al. (2009) no son del todo apropiados. Los modelos administrativo, pluralista, cívico y directo son imprecisos para describir los modelos de democracia diseñada después de los regímenes autoritarios que gobernaron la mayoría de los países latinoamericanos durante los ‘70s y ‘80s, incluyendo Chile.

Generalmente, hay diversas definiciones de “transición a la democracia”, dependiendo de qué período será considerado como de transición (GODOY, 1999). Mientras que algunos autores se enfocan en aspectos formales del traspaso de un régimen a otro, otros más bien enfatizan en las transformaciones estructurales que pueden diferenciar un régimen de otro (GODOY, 1999; GARRETÓN, 1994). En el caso chileno, no hay acuerdo entre investigadores y políticos respecto de cuál es el inicio y el final de la transición democrática. Para algunos autores, corresponde al proceso iniciado a mediados de los ‘80s, mientras la dictadura aún dirigía los destinos de Chile y la oposición optó por pelear dentro de las reglas impuestas por el régimen (GARRETÓN, 1994; OTANO, 1994). Consecuentemente, el fin de la transición sigue siendo un tema debatible: Algunos afirman que eso ocurrió cuando el primer presidente democrático asumió el poder el 11 de marzo de 1990, después de la dictadura (ALTMAN; TORO; PIÑEIRO, 2008), mientras que otros argumentan que el legado dictatorial permanece intacto y, por lo tanto, es imposible afirmar que la transición está completamente superada. Adicionalmente, los ex presidentes Patricio Aylwin (1990-1993) y Ricardo Lagos (2000-

2005) reclaman haber completado la transición: Aylwin, después de haber presentado el *Informe de la Comisión Nacional de Verdad y Reconciliación*, en 1991; y Lagos, después de haber firmado las reformas constitucionales de 2005. “En Chile, ‘democracia’ es un concepto al cual se le han adosado una multitud de significados, en tanto ha sido utilizado estratégicamente por un amplio rango de actores, con diversos fines” (PALEY, 2001, p. 117). Por lo tanto, preferimos el término “post-dictadura” en vez de transición a la democracia.

### 1.3 EL SISTEMA DE MEDIOS CHILENO

En la transición chilena a la democracia “el antiguo régimen no fue totalmente desmantelado. No hubo *tabula rasa* para reformar. Poderosos intereses heredados del período autoritario, así como también elementos de la cultura política, algunas instituciones y reglas de interacción, han persistido hasta la era democrática” (GOODWIN; NACHT, 1995). Esto también es cierto para el caso de la esfera mediática y permanece vigente hasta nuestros días (MÖNCKEBERG, 2009).

La dictadura militar chilena (1973-1990) revolucionó para siempre tanto la sociedad en su conjunto como el panorama mediático (MCCHESNEY, 1999, p. 111 y ss.). Después del golpe Militar de Septiembre de 1973, muchos periodistas fueron perseguidos y exiliados; medios de izquierda fueron clausurados y nunca reabrieron. Por lo tanto, la dictadura consolidó el lugar privilegiado de algunos medios de comunicación, lo que se mantiene hasta hoy pues ninguno de los gobiernos democráticos desde 1990 reformó el estatus quo (MÖNCKEBERG, 2009; BRESNAHAN, 2003; DERMOTA, 2002). Estas transformaciones profundas del ambiente mediático ocurrieron en el marco de un cambio mayor en los ámbitos político, económico y social en Chile. Desde mediados de los ‘70s, el régimen impulsó drásticas reformas, que fueron consolidadas durante la década de los ‘80s. Éstas se caracterizaron por la desregulación y la privatización de la mayoría de las esferas de la sociedad. Estos movimientos modelaron tanto el funcionamiento de los medios de comunicación así como también el ejercicio del periodismo. Esta situación es paradójica: se defiende el libre Mercado, pero no la libertad de expresión en su amplio sentido.

Particularmente, la televisión chilena tiene sus raíces en un sistema sin fines de lucro, el cual fue generado y administrado

por el Estado a través de la televisión pública y de universidades nacionales desde la creación de la TV a fines de los '50s. De hecho, no hubo televisión comercial hasta principios de los '90s, cuando una reforma a la regulación permitió la propiedad privada de estaciones de televisión. La TV cable recién entró en escena a mediados de los '90s y creció rápidamente. En 1994, había 279,234 suscriptores a la televisión por cable, los que para 2011, ya eran más de 1 millón<sup>21</sup>.

Chile se caracteriza por un panorama mediático desregulado y privatizado, especialmente la televisión, y hay escasas reglas contra la concentración de la propiedad de la industria mediática. "La concepción neoliberal de la democratización de los medios adoptada por los gobiernos democráticos ha facilitado el control por parte de corporaciones de los principales medios de expresión pública y han consolidado el modelo consumista y de entretenimiento, incompatible con la necesidad democrática de una esfera pública diversa y vigorosa" (BRESNAHAN, 2003, p. 39). Esto es lo que McChesney ha llamado "la paradoja ricos medios/pobre democracia" (MCCHESENEY, 1999, p. 3).

Investigación previa en Chile aborda problemas sobre libertad de expresión, especialmente -pero no solo- en los primeros años después de la dictadura militar (SAPIEZYNSKA et al., 2013; KROHNE, 2005; SUNKEL; GEOFFROY, 2001; HRW, 1998; TIRONI; SUNKEL, 1993), así como también se enfoca en el estatus del periodismo (HANITZSCH; MELLADO, 2011; GRONEMEYER, 2002) y las fuerzas que lo influyen (OTANO; SUNKEL, 2003; DERMOTA, 2002; SUNKEL; GEOFFROY, 2001).

## 2 MÉTODOS

Este artículo se basa en "caso de estudio crítico", de acuerdo a la tipología de Flyvbjerg (FLYVBJERG, 2011), la cual permite deducciones lógicas y generalizaciones. Este enfoque es útil porque Chile se encuentra normalmente bien ubicado en las mediciones internacionales sobre libertad de expresión, precisamente porque las restricciones industriales y económicas se mantienen al margen del foco de las medidas internacionales sobre libertad de expresión. Describir y analizar casos concretos de presiones corporativas sobre medios de comunicación y sobre prácticas periodísticas permite desafiar y reenfocar los mecanismos con los cuales se mide la libertad de expresión.

Este caso de estudio se enfoca en un reportaje sobre la construcción de un estadio de uno de los principales equipos de

fútbol en Chile y que fue transmitido por el *Canal del Fútbol* (CDF), un canal de cable. El propietario es la *Asociación Nacional de Fútbol Profesional* (ANFP) y una sociedad privada de Jorge Claro, un ex dirigente de fútbol, y su familia. La empresa que administra el club de fútbol Universidad de Chile (*Azul Azul*) se quejó formalmente ante los ejecutivos del CDF debido al reportaje. Como consecuencia del reclamo de *Azul Azul*, CDF despidió a dos editores y cuatro periodistas renunciaron. El reportaje, además, fue borrado del sitio web de CDF y nunca más fue emitido. Diversas versiones de prensa dan cuenta de las presiones contra CDF<sup>22</sup>, y el sindicato del canal también reportó presiones corporativas a los ejecutivos del CDF y mostró públicamente solidaridad con los editores y periodistas afectados. El presente caso también incluye la versión de tres ex periodistas del CDF<sup>23</sup>.

## 2.1 POR QUÉ ESTE CASO

El periodismo deportivo es considerado como una sección secundaria, tanto en el medioambiente profesional como en los estudios de periodismo. Ambos campos están interesados en la autonomía, la profesionalización o la relevancia política. Buena parte de la investigación en este campo se centra en las secciones económica y política. Sin embargo, el periodismo deportivo debe ser tomado en cuenta para este tipo de estudios, debido a la tendencia mundial a la mercantilización y privatización del deporte, lo que lo ha transformado en un escenario donde se despliegan los intereses corporativos y los negocios.

La privatización del deporte ha causado enormes transformaciones en varias de estas esferas: de clubes sociales y deportivos a corporaciones privadas; de miembros de club a *hooligans* (barras bravas); y de periodismo deportivo bajo un enfoque de responsabilidad social a un periodismo deportivo que contribuye a la mercantilización de los deportes en el marco del negocio del entretenimiento (SANTA CRUZ, 2011). De hecho, el fútbol es uno de los negocios más lucrativos a nivel mundial y sus ingresos provienen principalmente de la venta por los derechos televisivos. De acuerdo a Forbes, el Mundial de Fútbol FIFA 2014 generaría alrededor de \$4 billones<sup>24</sup>.

En ese sentido, es necesario ampliar el foco a otras secciones como deportes, especialmente si el interés del público en los

asuntos públicos y en la política disminuye (MCCHESENEY, 1999). Este imperativo se vuelve aún más obvio si pensamos en la hibridación de los géneros (*infoentretenimiento*, por ejemplo). Por lo tanto, las culturas masivas y populares se vuelven nuevos espacios donde se juegan la ciudadanía y la política.

En una era de cultura de masas, incluso, hay muchos ejemplos de eventos deportivos donde la economía y la política han tenido un rol preponderante: Las Olimpiadas de Berlín de 1936 (SCHAAP, 2008); la Copa Mundial de Fútbol de 1978 jugada en Argentina durante la dictadura militar<sup>25</sup>, y la Copa Mundial de Rugby de 1995 jugada en Sudáfrica son tres grandes ejemplos de cómo los deportes están determinados por contextos políticos y económicos mayores (CARLIN, 2009). En Latinoamérica, el fútbol no es solo un deporte –de hecho, es una práctica cultural, una industria económica, una esfera de entretenimiento, y un lugar en el cual también se despliega la arena política. Su comercialización y privatización en los últimos 30 años ha impactado el mundo de muchas maneras, más allá del alcance del presente artículo<sup>26</sup>.

### **3 EL CASO DE ESTUDIO: CANAL DEL FÚTBOL (CDF) – EL MEDIO**

El *Canal del Fútbol*, CDF es un canal de TV cable que fue creado por la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP) en 2003, en asociación con el empresario, Jorge Claro. El CDF tiene los derechos exclusivos de transmisión de todas las competencias nacionales del fútbol en Chile. Como consecuencia, los ingresos por el pago de CDF es la mayor Fuente de financiamiento de la ANFP y sus equipos de fútbol asociados. Hoy, el CDF tiene más de 120 trabajadores y 600,000 suscriptores quienes pagan un monto adicional en sus planes de suscripción a la televisión por cable si desean tener acceso al CDF. El valor estimado del canal es de \$600 millones<sup>27</sup>.

#### **3.1 LOS PROPIETARIOS**

Tras la propiedad del CDF hay tres actores principales: La ANFP, sus 32 clubes de fútbol y sociedades anónimas deportivas asociadas, y GTV, la empresa de Jorge Claro.

El fútbol solía ser una actividad social al alero de clubes deportivos y sociales, usualmente vinculada a las comunidades locales y de base.

Durante los '90s, el fútbol profesional se volvió un negocio lucrativo y los clubes comenzaron a recibir mucho dinero debido a sus contratos televisivos. Luego de varios problemas legales y administrativos que varios clubes enfrentaron en los '90s, incluyendo fraude y bancarrota, una reforma legal obligó a los clubes a transformarse en sociedades anónimas deportivas (SAD) o volverse parte de una. Las SAD fueron obligadas por ley a elevados estándares de transparencia y rendición de cuentas, acordes a las regulaciones de comercio, tal como la que rige a los bancos o compañías de seguros. Esta reforma legal abrió la puerta a los empresarios para ingresar al negocio del fútbol.

Una de las compañías creada en el marco de esta nueva regulación fue *Azul Azul*. Sus principales accionistas son compañías de inversión, corredores de bolsa y bancos. El actual presidente de la compañía es Carlos Heller, el principal accionista de MEGA, uno de los canales de televisión privados en Chile. Su predecesor al mando de *Azul Azul*, José Yurazseck, es militante de uno de los partidos de derecho más conservadores y es, además, propietario de diversas compañías. *Azul Azul* es la sociedad anónima y deportiva que administra el club de fútbol Universidad de Chile desde 2007 y lo seguirá haciendo, según contrato, durante los próximos 30 años. El club fue fundado por Universidad de Chile, la principal Universidad del país, en 1927. *Azul Azul* paga una franquicia por la marca, y los símbolos institucionales, entre otros. Debido a ello, la institución de educación superior tiene un asiento en el directorio de la compañía.

Finalmente, Jorge Claro es un empresario chileno quien en 2002 creó la empresa GTV con su esposa y sus cuatro hijos, principalmente para participar como socio del CDF<sup>28</sup>.

### 3.2 LA HISTORIA QUE GATILLÓ EL CONFLICTO

El 31 de Julio de 2014<sup>29</sup>, el *Canal del Fútbol* emitió un reportaje sobre los problemas del proyecto para construir un estadio del club de fútbol Universidad de Chile. Este equipo es uno de los más antiguos y populares del país y ha ganado varios campeonatos nacionales. Sin embargo, no tiene su propia cancha. La historia de su estadio es larga<sup>30</sup>: durante los últimos 25 años, ha sido una promesa incumplida de pasados y actuales administradores y dirigentes del club. Uno de los anuncios más sonoros se produjo en abril de 2014, cuando el presidente de *Azul Azul* afirmó que para 2017, la Universidad tendría

su propio estadio y aseguró que la construcción empezaría pronto.

El reportaje del CDF sobre el estadio de la U incluyó extractos de notas televisivas de archive, entrevistas *on the record* a representantes de la sociedad anónima deportiva y del club de fútbol, así como también consideraba fuentes de gobierno locales debido a los requerimientos oficiales tras cualquier construcción. El reporte televisivo mostró que *Azul Azul* aún no había presentado el proyecto de estadio a las autoridades competentes, las que deben autorizar la construcción. Incluso, uno de los ejecutivos de *Azul Azul* responsable de dichos trámites confirmó en cámara el retraso<sup>31</sup>.

El reportaje había sido aprobado por el equipo editorial del CDF<sup>32</sup> una semana antes. Roberto Gálvez, quien realizó la historia, nunca pensó ni percibió ningún problema durante la producción del reporte. “Lo abordé, periodísticamente hablando, con el cuidado necesario para no molestar a alguien... En ningún momento se nos advirtió que algo estaba pasando” (GÁLVEZ, 2014). El ex productor ejecutivo del CDF, Patricio Torres, dice que se sentían seguros con la historia “porque en el reportaje estaba la versión de *Azul Azul*” (TORRES, 2014).

Pocos minutos después que el reportaje saliera al aire, el gerente general de *Azul Azul*, Cristián Aubert, llamó a Martín Awad, el director ejecutivo del CDF, para criticar lo que él consideró un reportaje “sesgada”. Awad le comunicó la queja de *Azul Azul* a Patricio Torres. De hecho, una fuente reservada citada por el sitio de investigación periodística *Ciperchile.cl* confirmó que el proyecto de estadio era algo vago, sin muchas opciones de tener éxito, gatillando cierta incertidumbre en los hinchas (y en sus accionistas). Varias llamadas telefónicas se sucedieron de arriba a abajo y de *Azul Azul* a CDF. Al día siguiente de la emisión del reportaje, el presidente de *Azul Azul*, Carlos Heller, y el ejecutivo a cargo del “proyecto estadio” Sergio Weinstein, enviaron una carta formal a los ejecutivos de CDF confirmando su “profunda indignación” y culpando a los periodistas del CDF de provocar un conflicto al interior de *Azul Azul*, el club, los hinchas, y el resto de la industria del fútbol. La carta decía lo siguiente: “Requerimos que el CDF tome medidas *duras y ejemplarizadoras* (sic)<sup>33</sup>, que incorpore filtros y/o reportes necesarios que deben existir para evitar que este tipo de graves situaciones se vuelvan a repetir<sup>34</sup>. Patricio Torres y el resto del equipo periodístico no tenían idea de la carta: la leyeron en los medios. Después del reportaje, Awad y el equipo sostuvieron sucesivas reuniones.

El mismo Heller reconoció que efectivamente se habían quejado al CDF por el reportaje. “Creo en la libertad de expresión, pero la gente

tiene el derecho a expresar su descontento... No fuimos arrogantes, *solo mostramos nuestra molestia...*<sup>35</sup>, afirmó Heller<sup>36</sup>, quien no esperaba que su queja causaría el despido de los editores del CDF. “No pensé en las consecuencias. Pensé que esto sería más simple”.

El reportaje no volvió a ser emitido por el CDF y no fue cargado ni al sitio ni a las redes sociales oficiales del canal. Desapareció<sup>37</sup>. El 5 de Agosto, el canal despidió a dos editores y otros periodistas renunciaron en solidaridad con sus jefes periodísticos. Según Patricio Torres, Awad le dijo: “El reportaje del estadio removió los cimientos del canal. Por eso debemos hacer una reestructuración en las noticias y tú no estás considerado” (TORRES, 2014).

### 3.3 DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

En general, este artículo contribuye y enriquece la investigación enfocada en la libertad de expresión en Chile, el sistema de medios chileno y su relación con la democracia después de la dictadura militar, y también ilustra el tipo de presiones corporativas que restringen el periodismo chileno.

Particularmente, el caso analizado permite 1) describir las prácticas corporativas tendientes a controlar qué información puede o no circular, sin necesidad de recurrir a mecanismos coercitivos o violentos, y 2) entender los tipos de relaciones entre el periodismo comercializado, las corporaciones mediáticas, y el panorama empresarial más general en el marco de una sociedad neoliberal.

En cuanto al primer punto, el reportaje emitido por el CDF gatilló una repuesta dura e inmediata de parte de los accionistas. En cinco días, el medio despidió editores y varios periodistas renunciaron debido al caso. Los jugadores fueron los máximos ejecutivos de ambas empresas (*Azul Azul* y CDF), y desplegaron estrategias directas para detener lo que ellos consideraron periodismo “sesgado”: varias llamadas telefónicas, la carta formal, las reuniones cara a cara, la estrategia comunicacional a través de los medios para “explicar” la reacción corporativa, y el discurso sobre el proceso de decisión interno del CDF (los editores habrían sido despedidos debido a “una reestructuración”, y no debido al reportaje). Finalmente, fue un proceso de arriba a abajo sin ninguna posibilidad de contrapesarlo. Aunque los reporteros, el sindicato de trabajadores del CDF, y el Colegio de Periodistas denunciaron públicamente la situación, ni *Azul Azul* ni CDF cambiaron

su postura o sus decisiones. La carta de *Azul Azul* a CDF es ilustrativa: “Requerimos que el CDF tome medidas *duras y ejemplarizadoras* (sic)<sup>38</sup>, que incorpore filtros y/o reportes necesarios que deben existir para evitar que este tipo de graves situaciones se vuelvan a repetir”. De hecho, corporaciones “externas” influyen directamente en el medio y trabajan para impedir la circulación de información, corregir el mal comportamiento y sugerir caminos a seguir<sup>39</sup>.

Nos referimos a *Azul Azul* como compañía “externa”, pues no es realmente un jugador foráneo. En efecto, la empresa es uno de los accionistas del CDF en tanto socio de la ANFP. Los actores (ANFP, *Azul Azul*, CDF) comparten visiones y misiones institucionales similares. Por lo tanto, es necesario discutir si el periodismo es un objetivo compartido entre el CDF y sus periodistas. Mientras Gálvez describió su trabajo como “profesional”, la visión y misión del CDF están marcadas por objetivos institucionales, como “ser la organización de comunicación del fútbol en Chile” y “*promover el fútbol y su pasión entre los chilenos, ofreciendo contenido de excelencia y fomentando*”<sup>40</sup> el desarrollo sustentable del fútbol nacional<sup>41</sup>. No hay forma de ver la autonomía del periodismo en la declaración oficial del CDF.

Este caso muestra cómo la corporación permanece como “una ‘persona’ legalmente designada destinada a valorizar el interés propio e invalidar la inquietud moral” (BAKAN, 2004, p. 28). En palabras de Friedman, “una corporación es propiedad de sus accionistas... Hay una sola responsabilidad social para los ejecutivos empresariales... Ellos deben hacer tanto dinero como sea posible para sus accionistas. Ese es un imperativo moral. Los ejecutivos que eligen objetivos sociales y medioambientales por sobre las utilidades –que tratan de actuar moralmente – son, de hecho, inmorales”. Las empresas existen para maximizar el retorno de sus accionistas y la responsabilidad social es solo un interés privado de largo plazo (entrevistado por BAKAN, 2004, p. 34 y ss.).

En Segundo lugar, este artículo explora el rol colaborativo del periodismo en Chile como un tipo de periodismo de desarrollo. Originalmente, el rol colaborativo de los medios está a la base de las democracias deliberativas e intentó “apoyar y fortalecer la participación en la sociedad civil, más allá del Estado y el mercado” (CHRISTIANS et al., 2009, p. 158). Sin embargo, este estudio de caso demuestra cómo un sistema mediático comercializado, en el marco de una democracia neoliberal, podría estar comprometido con el crecimiento económico más que con una esfera pública vibrante, y

promueve un rol facilitador de los medios para fortalecer el sistema económico y sus actores, más que la democracia en sí misma.

Los principales ingresos de los clubes y sociedades administradoras de fútbol profesional provienen de los derechos televisivos, específicamente a través del CDF, el canal de televisión por cable creada especialmente para emitir el fútbol en Chile, con más de 600,000 suscriptores que deben pagar extra en sus contratos de cable si quieren acceder al Canal del Fútbol<sup>42</sup>. Por lo tanto, el campeonato de fútbol debe mantener niveles de excelencia para atraer inversión, publicidad y los contratos televisivos. Así, si relacionamos la misión/visión del CDF sobre promover el fútbol, el canal aparece más como una rama comunicacional de la industria (la ANFP/los clubs y las sociedades anónimas deportivas, y el canal en sí mismo), enfocado en desarrollar la industria y su espectáculo. Nuevos estudios deberían examinar en profundidad y comparar el rol colaborativo de los medios chilenos y sus accionistas y propietarios (con intereses en la banca, el *retail* o la minería). Por ejemplo, la investigación futura debiera considerar el comportamiento del mercado, el valor de las compañías y de las marcas y relacionarlos con la circulación de información crítica, como el caso acá estudiado.

De hecho, si conectamos el caso del CDF con las situaciones explicadas en la sección de antecedentes de este artículo<sup>43</sup>, podemos afirmar que el periodismo chileno está delimitado por los intereses corporativos, que requiere precisamente del periodismo un rol colaborativo para fortalecer la esfera económica en tanto objetivo nacional para no dañar la estabilidad económica del país. Se requiere más investigación para explorar y comparar qué similitudes y diferencias pueden encontrarse entre tales casos y el del CDF, y si el sistema mediático chileno está desplegando una suerte de periodismo de desarrollo comprometido con metas nacionales de crecimiento económico y estabilidad política, más allá de este estudio particular.

Paley usa el concepto de “*marketing* de la democracia” en un estudio sobre los movimientos sociales en la post-dictadura chilena, el cual es apropiado para el rol del periodismo de desarrollo jugando un rol colaborativo en una democracia en ciernes: “En la economía globalizada actual, las decisiones políticas están fuertemente orientadas hacia consideraciones de mercado transnacional que promueven un modelo de desarrollo de exportación, basado en atraer inversión extranjera y sociedades saturadas con bienes importados. Para mantener este modelo se requiere *estabilidad política*, la cual es

obtenida a través de la moderación de la actividad del movimiento social y reforzada por el amplio estímulo del consumo... Me refiero a un tipo de marketing político (el cual) crea imágenes que venden la idea de democracia tanto a los consumidores-ciudadanos como a los inversionistas extranjeros” (PALEY, 2001, p. 117).

De acuerdo a la discusión sobre periodismo y democracia, este artículo adhiere a la tradición normativa de la prensa. Como el caso lo demuestra, el CDF no reconoce una esfera pública para discutir y democráticamente comprender una esfera cultural tan importante como es el fútbol. En vez de aquello, promueve los intereses corporativos de la industria del fútbol. De acuerdo a Bresnahan, en Chile la “adopción del modelo de mercado de medios influyó una serie de opciones políticas que han contribuido significativamente a debilitar la esfera pública” (BRESNAHAN, 2003, p. 44). Será necesario considerar una perspectiva más amplia para testear este punto de vista en diferentes tipos de medios (por tipo de canal de distribución –radio, televisión, online, impreso-, por tipo de propiedad, según audiencias audiencias, y de acuerdo a ubicación geográfica). Pero de acuerdo a este caso de estudio y los ejemplos incorporados al principio de este artículo, podemos esperar tendencias similares.

Y, finalmente, como McChesney y Harvey han destacado sobre el neoliberalismo y Chile, este caso de estudio muestra cómo los medios son cooptados por intereses corporativos, en este particular ejemplo, sociedades anónimas deportivas. Como dice Harvey, el rol del Estado es crear y mantener el enfoque institucional apropiado para la libertad de mercados y de comercio; podríamos agregar “el rol del Estado y del sistema mediático” en su rol colaborativo. En una sociedad neoliberal es obligatorio tomar en cuenta tanto al Estado como a los actores privados para analizar las diferentes esferas sociales –en este caso en particular, la libertad de expresión- en tanto el sistema de medios en Chile es uno orientado por las ganancias y las fuerzas del mercado.

## AGRADECIMIENTOS

La autora agradece al Prof. Matt Ehrlich y a sus compañeros del curso “Freedom of Expression” del Institute of Communication Research (ICR), de the University of Illinois at Urbana-Champaign, especialmente a Phellipy Jácome, estudiante de doctorado en la Universidade Federal de Minas Gerais. Agradece, también, a los

Profesores Eduardo Santa Cruz y Hans Stange, de la Universidad de Chile. Las sugerencias de todos ellos contribuyeron a mejorar las primeras versiones de este artículo.

## NOTAS

- 1 Como la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Organización de Estados Americanos (OEA) y el Relator Especial para la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y expresión de las Naciones Unidas (NU).
- 2 “The world’s billionaires” 2014, de *Forbes*. Disponible en <http://www.forbes.com/profile/sebastian-pinera/> [consultado el 12 de diciembre, 2014].
- 3 “Chile’s new president faces pressure to sell TV channel”, *Journalism in the Americas*, April 14, 2010. Disponible en <http://knightcenter.utexas.edu/archive/blog/?q=en/node/6939> [consultado el 12 de diciembre, 2014].
- 4 El comunicado también fue publicado en la prensa de cobertura nacional.
- 5 “Alimentos saludables. ¿Gato por liebre?, reportaje transmitido por Canal 13 el 9 de julio, 2013. Disponible en <http://www.13.cl/programa/contacto-t23/capitulos/alimentos-saludables-gato-por-liebre> [consultado el 12 de diciembre, 2014].
- 6 “The world’s billionaires” 2014, de *Forbes*. Disponible en <http://www.forbes.com/profile/horst-paulmann/> [consultado el 12 de diciembre, 2014].
- 7 Destacado de la autora.
- 8 “Acuerdo Cencosud - Canal 13 por el oliva Jumbo: ‘Aceitadas’ suspicacias”, *Lanacion.cl*, 1 de julio, 2014, disponible en <http://www.lanacion.cl/noticias/economia/empresas/acuerdo-cencosud-canal-13-por-el-oliva-jumbo-aceitadas-suspicias/2014-07-01/140632.html> [consultado el 7 de diciembre, 2014]; “Jumbo gana la pelea a Canal 13 por capítulo de ‘Contacto’ sobre aceites”, *Emol.com* 1 de julio, 2014, disponible en <http://www.emol.com/noticias/magazine/2014/07/01/667809/canal-13-y-cencosud.html> [consultado el 7 de diciembre, 2014].
- 9 Time Warner es propietario de CHV.

- 10 “Aguas turbulentas en el Cajón del Maipo”, disponible en <http://www.codexverde.cl/tribuna/2461-aguas-turbulentas-revive-el-reportaje-de-en-la-mira-sobre-alto-maipo.html> [consultado el 7 de diciembre, 2014].
- 11 Pluralismo no está definido en la denuncia. De hecho, es solo una referencia a las obligaciones legales del CNTV respecto a su obligación de asegurar “el adecuado funcionamiento de la televisión”, las cuales incluyen garantizar el pluralismo Acta de la sesión ordinaria del Consejo Nacional de Televisión, 1 de Septiembre, 2014. Disponible en [http://www.cntv.cl/prontus\\_cntv/site/artic/20140911/asocfile/20140911171737/septiembre\\_01\\_2014\\_actaaprobada\\_copia.pdf](http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20140911/asocfile/20140911171737/septiembre_01_2014_actaaprobada_copia.pdf) [consultada el 7 de diciembre, 2014]. El CNTV tiene algunos estudios que mencionan “pluralismo” sin definirlo, sino más bien solo como un concepto dado.
- 12 El sistema de pensiones chileno fue privatizado en 1981. Desde entonces, “es obligatorio para todos los trabajadores asalariados y considera el pago obligatorio de un porcentaje de los ingresos individuales como contribución para un fondo privado de pensión elegido por los individuos, entre varios administradores de fondos de pensiones (“AFP”)”. Para un panorama sobre el sistema de pensiones en Chile, ver OCDE, 2011, p. 9 y ss. Para una mirada crítica al sistema de pensiones basado en capitalización individual, ver Orszag & Stiglitz, 1999. De hecho, el gobierno chileno está estudiando una reforma al sistema de pensiones y ha designado una comisión que debe revisar el modelo y proponer cambios. Ver <http://www.comisionpensiones.cl/>
- 13 “AFP. Una previsión sin futuro”, *En la mira*, Chilevisión, 23 de julio, 2014. Disponible en <http://vimeo.com/101930055> [consultado el 16 de octubre, 2014].
- 14 La fuente requirió ser citada bajo reserva de fuente. Email personal, fechado el 15 de octubre, 2014.
- 15 “Días de furia en el CDF: Así se gestó la salida de los periodistas que enfadaron a Carlos Heller”, *Ciperchile.cl*, 14 de agosto, 2014, disponible en <http://ciperchile.cl/2014/08/14/dias-de-furia-en-el-cdf-asi-se-gesto-la-salida-de-los-periodistas-que-enfadaron-a-carlos-heller/> [consultado el 25 de noviembre, 2014].
- 16 “Canal 13 decide sacar del aire la edición de TV cable de Teletrece”, *Emol.com*, October 22, 2014. Disponible en Fuente: Emol.com - <http://www.emol.com/noticias/magazine/2014/10/22/686318/canal-13-saca-del-aire-la-edicion-de-tv-cable-de-teletrece.html> [consultado el 25 de noviembre, 2014].

- 17 "Paulsen renuncia a ADN en apoyo a dirigente sindical despedido", en *The Clinic*, 10 de noviembre, 2014, disponible en <http://www.theclinic.cl/2014/11/10/paulsen-renuncia-adn-en-apoyo-dirigente-sindical/> [consultado el 25 de noviembre, 2014]. SILVA, 2014.
- 18 En febrero de 2015, un tribunal laboral determine que la empresa debe reincorporar a Juan Guerra a su trabajo. De acuerdo al tribunal, el periodista fue despedido injustificadamente. Ver "Juan Guerra, el sindicalista que le dobló la mano a Iberoamericana Radio Chile", *El Desconcierto*, 20 de febrero, 2015. Disponible en <http://eldesconcierto.cl/juan-guerra-el-sindicalista-que-le-doblo-la-mano-iberoamericana-radio-chile/> [consultado el 1 de mayo, 2015].
- 19 "Huelga en *El Mercurio de Valparaíso* y precarización del periodismo", *Ciperchile.cl*, 31 de mayo, 2013, disponible en <http://ciperchile.cl/2013/05/31/huelga-en-el-mercurio-de-valparaiso-y-precarizacion-del-periodismo/> [consultado el 7 de diciembre, 2014].
- 20 Para más información sobre Chile, el neoliberalismo y el sistema de medios, ver McChesney, 1999, p. 110 y ss.
- 21 Estadísticas de la *Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel)*, que es parte del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.
- 22 "Los días de furia en el CDF", *Ciperchile.cl*, 14 de agosto, 2014. Disponible en <http://ciperchile.cl/2014/08/14/dias-de-furia-en-el-cdf-asi-se-gesto-la-salida-de-los-periodistas-que-enfadaron-a-carlos-heller/> [consultado el 4 de diciembre, 2014].
- 23 Claudio Lara, personal email fechado el 10 de octubre, 2014; Roberto Gálvez, personal email fechado el 13 de octubre, 2014; Patricio Torres, personal email fechado el 14 de octubre, 2014.
- 24 "World Cup Brazil Will Generate \$4 Billion for FIFA, 66% More Than 2010 Tournament", *Forbes*, 5 de junio, 2014. Disponible en <http://www.forbes.com/sites/mikeozanian/2014/06/05/the-billion-dollar-business-of-the-world-cup/> [consultado el 27 de mayo, 2015]. El valor de los clubes de fútbol más populares en el mundo es otra clave para entender cuán lucrativo es este negocio. Ver "Soccer Team Values. Business on the pitch", *Forbes*, disponible en <http://www.forbes.com/soccer-valuations/list/> [consultado el 27 de mayo, 2015].
- 25 "Argentina's bittersweet win", *Los Angeles Times*, 28 de junio, 2008, disponible en <http://articles.latimes.com/2008/jun/28/world/fg-mundial28> [consultado el 9 de diciembre, 2014]; "Kidnappers made

- Cruyff miss World Cup”, *The Guardian*, 16 de abril, 2008, disponible en <http://www.theguardian.com/football/2008/apr/16/newsstory.sport15> [consultado el 9 de diciembre, 2014].
- 26 Uno de los casos que ilustra esto es el “Fútbol para todos”, de Argentina: En 2009, el gobierno argentino compró los derechos de transmisión de todo el negocio de fútbol en ese país para emitirlo públicamente, como un objetivo nacional y cultural. En el caso de Brasil, como parte de su mercantilización, como consecuencia de la copa mundial de 2014, el fútbol se volvió elitista debido al alto costo de las entradas. Ver “Mundial de 2014, la elitización del fútbol en Brasil”, IPSNoticias, 31 de enero, 2012, disponible en <http://www.ipsnoticias.net/2012/01/mundial-de-2014-la-elitizacion-del-futbol-en-brasil/> [consultado el 27 de mayo, 2015]. “Brasileños se cuelan en estadios del Mundial a medida que el fútbol se encarece”, *La Tercera*, 12 de junio, 2014. Disponible en <http://www.latercera.com/noticia/negocios/tiempo-libre/2014/06/744-582078-9-brasilenos-se-cuelan-en-estadios-del-mundial-a-medida-que-el-futbol-se-encarece.shtml> [consultado el 27 de mayo, 2015].
- 27 “Claro persigue el pasado”, *La Tercera*, 2 de junio, 2013. Disponible en <http://www.latercera.com/noticia/deportes/2013/06/656-526274-9-claro-persigue-el-pasado.shtml> [consultado e 10 de diciembre, 2014].
- 28 “CDF popular: La revolucionaria apuesta de Jorge Claro”, *Ciperchile.cl*, 21 de noviembre, 2012, disponible en <http://ciperchile.cl/2012/11/21/cdf-popular-la-revolucionaria-apuesta-de-jorge-claro/> [consultado el 10 de diciembre, 2014].
- 29 La producción del reportaje demoró una semana, desde el 26 de julio.
- 30 De hecho, la historia del CDF sobre el estadio fue solo una actualización del tema: es posible encontrar online cientos de artículos, en distintos medios chilenos, que se refieren a la promesa eterna sobre el estadio de la Universidad de Chile. La última información sobre el tópico fue publicada al cierre de este artículo: “Azul Azul deja atrás laguna Carén y oficializa intención de construir estadio en La Pintana”, *La Tercera*, 10 de diciembre, 2014. Disponible en <http://www.latercera.com/noticia/deportes/2014/12/656-608159-9-azul-azul-deja-atras-laguna-caren-y-oficializa-intencion-de-construir-estadio-en.shtml> [consultada el 12 de diciembre, 2014]; y “Azul Azul viaja a Inglaterra a visitar estadios y sigue trabajando en refuerzos”, *La Tercera*, 10 de diciembre, 2014, disponible en <http://www.latercera.com/noticia/deportes/2014/12/656-608290-9-azul-azul-viaja-a-inglesa-a-visitar-estadios-y-sigue-trabajando-en-refuerzos.shtml> [consultado el 12 de diciembre, 2014].

- 31 “Días de furia en el CDF: Así se gestó la salida de los periodistas que enfadaron a Carlos Heller”, *Ciperchile.cl*, 8 de agosto, 2014. Disponible en <http://ciperchile.cl/2014/08/14/dias-de-furia-en-el-cdf-asi-se-gesto-la-salida-de-los-periodistas-que-enfadaron-a-carlos-heller/> [consultado el 4 de diciembre, 2014].
- 32 Patricio Torres, productor ejecutivo; José Manuel García, Pablo Sepúlveda y Claudio Lara, subeditores del CDF (LARA, 2014).
- 33 Las cursivas son nuestras.
- 34 Citada en “Días de furia en el CDF: Así se gestó la salida de los periodistas que enfadaron a Carlos Heller”, *Ciperchile.cl*, August 8, 2014. Available at <http://ciperchile.cl/2014/08/14/dias-de-furia-en-el-cdf-asi-se-gesto-la-salida-de-los-periodistas-que-enfadaron-a-carlos-heller/> [consultado el 4 de diciembre, 2014].
- 35 Las cursivas son nuestras.
- 36 Grabación de audio y declaraciones de Heller disponibles en: “Heller y reclamo por reportaje de CDF: ‘No hubo soberbia, sólo manifestamos nuestra molestia’”, AND Radio, 5 de agosto, 2014. Disponibles en <http://www.adnradio.cl/noticias/deportes/heller-y-reclamo-por-reportaje-de-cdf-no-hubo-soberbia-solo-manifestamos-nuestra-molestia/20140805/nota/2354679.aspx> [consultado el 10 de diciembre, 2014]. No fue la única estrategia comunicacional desplegada por *Azul Azul* y Heller.
- 37 De acuerdo a Patricio Torres, ex productor ejecutivo de CDF, el gerente de producción, Mario Insulza, decidió que la historia no sería emitida nuevamente y no sería subida al sitio web del canal (TORRES, 2014).
- 38 Las cursivas son nuestras.
- 39 Ver nota al pie #33.
- 40 Las cursivas son nuestras.
- 41 Visión y Misión del CDF. Disponible en <http://corporativo.cdf.cl/nuestro-canal/> [consultado el 12 de diciembre, 2014].
- 42 Ver nota al pie #26.
- 43 Ver pp. 3-4.

## REFERENCIAS

ALTMAN, David; TORO, Sergio; PIÑEIRO, Rafael. **International Influences on Democratic Transitions: The Successful Case of Chile.** Paper presented at the Workshop on External Influences on Democratic Transitions, Stanford: 2008.

BAKAN, Joel. **The Corporation: the pathological pursuit of profit and power.** New York: Free Press. 2004.

BENSON, Rodney. Shaping the public sphere: Habermas and beyond. **The American Sociologist**, v.40, p. 175-197, Jul. 2009.

BRESNAHAN, Rosalind. The Media and the Neoliberal Transition in Chile: Democratic Promise Unfulfilled. **Latin American Perspectives**, v.30, n.6, p. 39-68. doi: 10.1177/0095399703256257, Nov. 2003.

CARDOSO, Fernando Henrique; FALETTO, Enzo. **Dependency and development in Latin America.** Berkeley: University of California Press, 1979.

CARLIN, John. **Invictus: Nelson Mandela and the game that made a nation.** New York: Penguin Books, 2009.

CHALKLEY, Alan. Development journalism - a new dimension in the information process. **Media Asia**, v.7 n. 4, p. 215-217, 1980.

CHRISTIANS, Clifford; GLASSER, Theodore; MCQUAIL, Denis; NORDENSTRENG, Kaarle; WHITE, Robert. **Normative theories of the media: journalism in democratic societies.** Urbana: University of Illinois Press, 2009.

DERMOTA, Ken. **Chile Inédito: el periodismo bajo democracia.** Barcelona, España: Ediciones B, 2002.

FLYVBJERG, Bent. Case Study. In: DENZIN, Norman; LINCOLN, Yvonna (Ed.), **The Sage Handbook of Qualitative Research** (4. ed.). Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2011, p. 301-316.

GÁLVEZ, Roberto. Sobre CDF. [Personal message]. Email received by the author on Oct. 13 2014.

GARRETÓN, Manuel Antonio. Transición incompleta y régimen consolidado. Las paradojas de la democratización chilena. **Revista de Ciencia Política**, v.16, n.1-2, p. 21-32, 1994.

GODOY, Oscar. La transición chilena a la democracia: Pactada. **Estudios Públicos**, v. 74, p. 79-106, 1999.

GOODWIN, Craufurd; NACHT, Michael. **Talking to themselves.** The

search for rights and responsibilities of the press and mass media in four Latin American Nations. New York: IIE Institute of International Education, 1995.

GRONEMEYER, María Elena. Periodistas Chilenos: El reto de formar profesionales autónomos e independientes. **Cuadernos de Información**, v. 15, p. 63-70, 2002.

GUERRA, Juan. Saludos y consulta. [Personal message]. Email received by the author on Nov. 11 2014.

HABERMAS, Jurgen. The public sphere: an encyclopedia article (1964). *New German Critique* v.3, p. 49-55, Autumn 1974.

HANITZSCH, Thomas; MELLADO, Claudia. What Shapes the News around the World? How Journalists in Eighteen Countries Perceive Influences on Their Work. **Int. J. Press-Polit.**, v.16, n.3, p. 404-426. doi: 10.1177/1940161211407334, Apr. 2011.

HARVEY, David. Neoliberalism as Creative Destruction. **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, v. 610, n. 21, p. 22-44. doi: 10.1177/0002716206296780, Mar. 2007.

HRW. **Los límites de la tolerancia**. Santiago de Chile: LOM Ediciones, 1998.

KROHNE, Walter. **Las dos caras de la libertad de expresión en Chile**. Santiago, Chile: Universidad Academia de Humanismo Cristiano, 2005.

LARA, Claudio. Sobre CDF. [Personal message]. Email received by the author on Oct. 10 2014.

LORETI, Damián. **América Latina y la libertad de expresión**. Bogotá: Norma, 2005.

MACBRIDE, Sean et al. **Un solo mundo, voces múltiples**. Comunicación e información en nuestro tiempo. México: Fondo de Cultura Económica, 1980.

MCCHESNEY, Robert. **Rich media, poor democracy**. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1999.

MCCHESNEY, Robert; SCOTT, Ben (Eds.). **Our Unfree Press: 100 Years of Radical Media Criticism**. New York: New Press, 2004.

MÖNCKEBERG, María Olivia. **Los magnates de la prensa**. Santiago de Chile: Random House Mondadori, 2009.

OCDE. **Chile**. Review of the private pensions system. Paris: The Organisation for Economic Co-operation and Development, 2011.

ORSZAG, Peter; STIGLITZ, Joseph. **Rethinking Pension Reform: Ten**

Myths About Social Security Systems. Washington: World Bank Conference, 1999.

OTANO, Rafael. **Crónica de la Transición**. Santiago de Chile: Planeta, 1994.

OTANO, Rafael; SUNKEL, Guillermo. Libertad de los periodistas en los medios. **Comunicación y Medios**, v.14, doi:10.5354/0719-1529.2003.12099, 2003.

PALEY, Julia. **Marketing democracy**. Power and social movements in post-dictatorship Chile. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 2001.

PORTALES, Diego. **Poder económico y libertad de expresión**. Santiago de Chile: ILET, 1981.

RICHSTAD, Jim. **Asian Journalism in the Twentieth Century**. *Journalism Studies*, v.1, n.2, p. 273-284, 2000.

RIUMALLÓ, Juan Francisco (2014). Saludos y consulta. [Personal Message]. Email received by the author, Oct. 15 2014.

SILVA, Claudio (2014). Consulta sobre presentación ante comisión del trabajo. [Personal message]. Email received by the author on Nov. 13 2014.

**SANTA CRUZ, Eduardo**. Acerca de causas y azares. Estudios sobre comunicación en América Latina Documento de Trabajo. Santiago de Chile: CIS-ARCIS, 1996.

SANTA CRUZ, Eduardo. **Un fútbol mediatizado y privatizado**: El fútbol chileno en tiempos de globalización. Paper presented at the Charla de entretiempo: impactos de la globalización en el fútbol Universidad de Valparaíso, 2011.

SAPIEZYNSKA, Ewa; LAGOS, Claudia; CABALIN, Cristian. Libertad de prensa bajo presión: niveles de restricción percibidos por periodistas chilenos y actores influyentes. **Cuadernos.Info**, v.32, p. 11-22, June 2013.

SCHAAP, Jeremy. From Berlin to Beijing: Politics and the Olympics. **Israel Journal of Foreign Affairs**, v.11, n.3, p. 79-85, 2008.

SHAH, Hemant. Modernization, Marginalization, and Emancipation: Toward a Normative Model of Journalism and National Development. **Communication Theory**, v.6 n.2, p. 143-166, May 1996.

SUNKEL, Guillermo; GEOFFROY, Esteban. **Concentración económica de los medios de comunicación**. Santiago de Chile: LOM Ediciones, 2001.

TIRONI, Eugenio; SUNKEL, Guillermo. Modernización de las comunicaciones y democratización de la política. Los medios en la transición a la

democracia en Chile. **Estudios Públicos**, n.52, Spring 1993.

TORRES, Patricio. Sobre CDF y Azul Azul. [Personal message]. Email received by the author on December 12, 2014.

XIAOGE, Xu. Development Journalism. In: WAHL-JORGENSEN, K.; HANITZSCH, T. (Eds.), **The Handbook of Journalism Studies**. New York: Routledge, 2009, p. 357-370.

**Cláudia Lagos Lira** es profesor asistente en el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Ella es estudiante de doctorado en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación en la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign. E-mail: cllagos@uchile.cl.

RECEBIDO EM: 28/02/2015 | ACEITO EM: 15/04/2015