

Link: <https://tvdaldia.cl/noticias/television/3tv-y-adn-tv-dos-interesantes-proyectos-televisivos-que-nunca-vieron-la-luz/>

A pesar de que ambos tenían como propósito tener un canal de noticias por televisión abierta, varios factores tanto económicos como administrativos les impidieron proyectarse, quedando sólo como una propuesta más dentro de la oferta televisiva chilena. A fines de la década del 2000, CNN se instaló en nuestro país junto a una alianza con VTR para crear su primera filial en Latinoamérica, CNN Chile. Mientras tanto, TVN hacía lo suyo con el Canal 24 Horas.

Este sería el inicio de los canales informativos en nuestro país, un modelo de negocio atractivo y que hasta el día de hoy sigue vigente, siendo la señal de WarnerMedia la de más credibilidad y la señal noticiosa de TVN la de mayor sintonía en el cable. ¿Qué hay de interesante en crear un canal de noticias?, la respuesta la sabían bien en COPESA e IberoAmericana.

Con la llegada de la televisión digital no sólo se puede tener la mejor imagen en alta definición, sino también la posibilidad de crear contenidos aprovechando el beneficio de la multiplexación, hay que recordar que Canal 13 emitió durante un tiempo la señal de 13C en TDT y que en 2013 fue sacada del aire por varios reclamos por parte de los cableoperadores.

Volviendo al contexto, ambas empresas tenían un proyecto prometedor, de crear no solo un canal de noticias en televisión abierta, además de un contenido atractivo para el televidente y los anunciantes, a las noticias se sumarían series, late show y fútbol. Sí, tal como se lee. La propuesta incluía una agresiva “grúa” que buscaba la contratación de rostros y figuras de otros canales. Todo un plan perfecto hasta que, por problemas económicos, administrativos y de sustentabilidad, ambos proyectos nunca -o casi nunca en el caso de ADN- saldrían al aire.

Si se hace un análisis de lo sucedido, se puede observar la siguiente secuencia: Saieh compra la concesión del Canal 22 La historia del Canal 22 es conocida y se ha visto como la señal ha pasado por diferentes dueños y administraciones. Iniciando con Gran Santiago TV en 1995, cuando Artemio Espinoza se adjudicó la licencia de la frecuencia y ser el primer concesionario en poseer un canal UHF. En el año 2000, la Universidad Andrés Bello adquirió Gran Santiago para crear una señal universitaria privada llamada ABT.

Después en 2005, el empresario Bernardo Carrasco compra la señal para convertirlo en Televisión Óptima (TVO) y en 2006 se la vende a Eduardo Risso y a Máximo Sotta, dueños del Pabellón de la Construcción para crear Más Canal 22. En el año 2010, Álvaro Saieh, dueño de COPESA, compró Más Canal 22 por un monto de US\$ 2.000.000. “La idea, ahora, es generar un canal de nicho”, señalaba una fuente de las negociaciones al matutino El Mercurio.

No conforme con eso, COPESA compra otras frecuencias regionales de la red Artevisión, que operaba en las ciudades de Valparaíso, Concepción y Temuco, y que serviría de repetidora para su nuevo proyecto. 3TV un proyecto que prometía mucho Imagen: Internet En abril de 2013, COPESA anunciaba a los medios de comunicación un nuevo concepto televisivo donde las noticias, programas de conversación y las series top de ese momento eran la base de esta nueva señal. Así nacería 3TV, una señal que buscaba ser “relevante”, “competitiva”, “innovadora” y que “viene a darle un aire fresco a la televisión”, con productos “de calidad”, además de tener una oferta programática que buscaba atraer a audiencias que no se sentían representadas en la oferta actual de la industria en una estación emergente. El punto fuerte que tendría el canal serían las noticias, por lo cual recluta a Alberto Luengo como director de prensa de la estación. “Lo más importante es que este es un canal que busca ofrecer una alternativa de contenido al público general.

Este es un canal abierto, generalista, de talante completamente competitivo en el mercado de la televisión, pero con una propuesta innovadora propia que creemos que puede diferenciarse bastante del resto de la industria”, detalla en una entrevista a La Tercera.

El canal se encargaba de atraer rostros de otros medios como Marlén Eguiguren, que venía de CNN Chile; Francisco Sagredo, que se encargaba de los deportes en TVN; Javiera Contador, que conducía el programa Mucho Gusto en Mega; Iván Núñez, Werne Núñez y Juan Carlos Fau, que conducían -hasta el cierre de la emisora- “La Venganza del Pudú” de Horizonte; y el joven periodista Daniel Silva, que años más tarde se uniría al área de prensa de TVN y Mega.

Programas como “Gran Angular”, “Mi Show”, “Frente a Frente”, “Mira Quien Viene”, “Vacaciones en Chernobyl” y “Ojo Paula” eran parte de la parrilla programática de la estación, además de los noticieros “3TV Noticias” y “La Mañana Informativa”. Imagen: Internet Pero no solo de producción nacional

3TV y ADN TV: Dos interesantes proyectos televisivos que nunca vieron la luz

Internet, 19 de julio de 2021, Fuente: TVD al Día.

A pesar de que ambos tenían como propósito tener un canal de noticias por televisión abierta, varios factores tanto económicos como administrativos les impidieron proyectarse, quedando sólo como una propuesta más dentro de la oferta televisiva chilena. A fines de la década del 2000, CNN se instaló en nuestro país junto a una alianza con VTR para crear su primera filial en Latinoamérica, CNN Chile. Mientras tanto, TVN hacía lo suyo con el Canal 24 Horas. Este sería el inicio de los canales informativos en nuestro país, un modelo de negocio atractivo y que hasta el día de hoy sigue vigente, siendo la señal de WarnerMedia la de más credibilidad y la señal noticiosa de TVN la de mayor sintonía en el cable. ¿Qué hay de interesante en crear un canal de noticias?, la respuesta la sabían bien en COPESA e IberoAmericana. Con la llegada de la televisión digital no sólo se puede tener la mejor imagen en alta definición, sino también la posibilidad de crear contenidos aprovechando el beneficio de la multiplexación, hay que recordar que Canal 13 emitió durante un tiempo la señal de 13C en TDT y que en 2013 fue sacada del aire por varios reclamos por parte de los cableoperadores. Volviendo al contexto, ambas empresas tenían un proyecto prometedor, de crear no solo un canal de noticias en televisión abierta, además de un contenido atractivo para el televidente y los anunciantes, a las noticias se sumarían series, late show y fútbol. Sí, tal como se lee. La propuesta incluía una agresiva “grúa” que buscaba la contratación de rostros y figuras de otros canales. Todo un plan perfecto hasta que, por problemas económicos, administrativos y de sustentabilidad, ambos proyectos nunca -o casi nunca en el caso de ADN- saldrían al aire. Si se hace un análisis de lo sucedido, se puede observar la siguiente secuencia: Saieh compra la concesión del Canal 22 La historia del Canal 22 es conocida y se ha visto como la señal ha pasado por diferentes dueños y administraciones. Iniciando con Gran Santiago TV en 1995, cuando Artemio Espinoza se adjudicó la licencia de la frecuencia y ser el primer concesionario en poseer un canal UHF. En el año 2000, la Universidad Andrés Bello adquirió Gran Santiago para crear una señal universitaria privada llamada ABT. Después en 2005, el empresario Bernardo Carrasco compra la señal para convertirlo en Televisión Óptima (TVO) y en 2006 se la vende a Eduardo Risso y a Máximo Sotta, dueños del Pabellón de la Construcción para crear Más Canal 22. En el año 2010, Álvaro Saieh, dueño de COPESA, compró Más Canal 22 por un monto de US\$ 2.000.000. “La idea, ahora, es generar un canal de nicho”, señalaba una fuente de las negociaciones al matutino El Mercurio. No conforme con eso, COPESA compra otras frecuencias regionales de la red Artevisión, que operaba en las ciudades de Valparaíso, Concepción y Temuco, y que serviría de repetidora para su nuevo proyecto. 3TV un proyecto que prometía mucho Imagen: Internet En abril de 2013, COPESA anunciaba a los medios de comunicación un nuevo concepto televisivo donde las noticias, programas de conversación y las series top de ese momento eran la base de esta nueva señal. Así nacería 3TV, una señal que buscaba ser “relevante”, “competitiva”, “innovadora” y que “viene a darle un aire fresco a la televisión”, con productos “de calidad”, además de tener una oferta programática que buscaba atraer a audiencias que no se sentían representadas en la oferta actual de la industria en una estación emergente. El punto fuerte que tendría el canal serían las noticias, por lo cual recluta a Alberto Luengo como director de prensa de la estación. “Lo más importante es que este es un canal que busca ofrecer una alternativa de contenido al público general.

Este es un canal abierto, generalista, de talante completamente competitivo en el mercado de la televisión, pero con una propuesta innovadora propia que creemos que puede diferenciarse bastante del resto de la industria”, detalla en una entrevista a La Tercera.

El canal se encargaba de atraer rostros de otros medios como Marlén Eguiguren, que venía de CNN Chile; Francisco Sagredo, que se encargaba de los deportes en TVN; Javiera Contador, que conducía el programa Mucho Gusto en Mega; Iván Núñez, Werne Núñez y Juan Carlos Fau, que conducían -hasta el cierre de la emisora- “La Venganza del Pudú” de Horizonte; y el joven periodista Daniel Silva, que años más tarde se uniría al área de prensa de TVN y Mega. Programas como “Gran Angular”, “Mi Show”, “Frente a Frente”, “Mira Quien Viene”, “Vacaciones en Chernobyl” y “Ojo Paula” eran parte de la parrilla programática de la estación, además de los noticieros “3TV Noticias” y “La Mañana Informativa”. Imagen: Internet Pero no solo de producción nacional

consistiría la parrilla, 3TV también había comprado series de renombre como “PanAm”, “Los Kennedys”, “Primeval” y la exitosa serie “Breaking Bad”. Esta última se pudo alcanzar a exhibir a través de Mega. Otra serie que no pudo ser exhibida en televisión abierta es “En Terapia”, versión chilena de la exitosa serie israelí producida por Parox y era protagonizada por Alfredo Castro. Lo que se supo de esta producción, es que pudo salir a la luz en Chile y en Latinoamérica a través del canal Movistar Series en 2019.

La crisis que debe enfrentar Saieh Pero no todo es miel sobre hojuelas, originalmente la salida al aire de la señal se realizaría en junio de 2013, luego en octubre de ese año, pero una noticia inesperada no le caería bien a todo el equipo. El lunes 23 de septiembre de ese año, todos lo que trabajaban en la señal se reunían en el estudio principal, donde los convocó el director ejecutivo Ricardo Avello.

Según consignó La Segunda y replicada en la web de Radio Cooperativa, el productor ejecutivo del programa de debate “Frente a Frente”, Marcelo Saavedra, contó que Avello “iba a leer un comunicado de la empresa, pero finalmente terminó explicándolo.

Dijo que, según los estudios que se había hecho, el grupo COPESA no estaba en condiciones de fijar una fecha para la salida al aire, ni en el corto ni en el mediano plazo”. Por otro lado, “aunque se cuidó de no mencionar los flancos que tiene abiertos el grupo Saieh, lo dio a entender.

Al menos todos interpretamos que los cambios en las condiciones de mercado a las que se refirió tenían que ver con eso”. La suspensión indefinida del canal, se suma a un escándalo que con el pasar de los días se iba a revelar. La crisis financiera del holding SMU, controladora de la cadena de supermercados Unimarc. La empresa reportaba pérdidas de US\$ 570 millones y que desde que Saieh la controla arrastra más US\$ 1.000.000.000 en rojo. Las deudas ascienden a US\$ 2.400.000.000, según consignaba El Mostrador en ese entonces. En cuanto a los medios la cosa no andaba bien.

Actualmente COPESA se encuentra sumida en una crisis económica profunda, cuyas medidas para obtener recursos es cerrar las revistas Paula, Que Pasa (las dos últimas dependen actualmente de La Tercera) y los periódicos La Hora y La Cuarta. Las radios en tanto fueron vendidas a distintos grupos empresariales.

Carolina pasó en manos de Mega, Paula FM fue adquirida por la Cámara Chilena de la Construcción para instalar una radio informativa llamada Pauta en el 100.5, Radio Disney que transmitía en el 104.9, fue traspasado al empresario Omar Gárate con su Radio Colo Colo, y la frecuencia 96.7 que era ocupada por Beethoven, fue vendida a la congregación evangélica Centro Cristiano Internacional, del Apóstol Billy Bunster, para su proyecto Inicia Radio. Meses después, la **Universidad Católica de Chile** decide adquirir la 97.7 que operaba hasta su cierre Radio Zero, para reiniciar las emisiones de Beethoven. El consorcio solo mantuvo Radio Duna y por ahora está en duda su venta. Actualmente en Youtube se encuentra disponible el documental “3TV El Fracaso de Saieh”, realizado por los comunicadores Alejandro Contreras y Tomás Mera-González. El material audiovisual se puede ver haciendo click aquí. ADN TV, un proyecto que casi se hizo realidad Otro proyecto que estuvo a punto de salir al aire en señal abierta fue ADN TV. En 2014, Iberoamericana Radio Chile y La Red anunciaron la creación de un holding multimedial llamado “Multimedios GLP”, el cual estará orientado a la comercialización publicitaria de ambas compañías de comunicaciones. Gracias a esa alianza estratégica, se pudo trabajar en un proyecto televisivo ambicioso, con el sello que caracterizaba la emisora informativa de IARC. Así nacería ADN TV en 2016. El proyecto consistía en su emisión por señal abierta a través de Telecanal que ocuparía 12 horas diarias de programación. Quilín sería el centro de operaciones, tanto logística como estudios para la emisión de los programas. El periodista Gerson del Río, sería el encargado de liderar la editorial del canal y contaba con periodistas como Mauricio Hofmann, Mirna Schindler, Fresia Soltof y Pablo Marín. Su director ejecutivo sería quien desempeñaba el mismo cargo en La Red, Javier Urrutia. El 10 de junio de 2016, se emitía a modo de marcha blanca la emisión de la Eurocopa.

La transmisión fue liderada por Patricio Barrera, conocido como “El Grillo del Gol”, Manuel Fernández y Alberto Jesús López, conocido en la emisora como “El Trovador del Gol”. Captura: Youtube A pesar de que Telecanal solo abarcaba con su cobertura a Santiago y el norte del país, la audiencia le favoreció bastante.

Según datos de Kantar Ibope Media, la final entre Francia y Portugal, emitida el 10 de julio de dicho año, marcó un promedio de 10,7 puntos y que, por primera y única vez, pudo estar entre los 10 programas más vistos ese día. Otro evento deportivo que alcanzó a transmitir ADN TV fue la Copa Davis con el match entre Chile y Colombia. Para la transmisión logró un acuerdo con el CDO para que le cediera los derechos de emisión para televisión abierta. A pesar de que no hay mucha información sobre el esquema programático de ADN TV, se pudo conocer una alianza con la cadena alemana Deutsche Welle. “Claves”, espacio conducido por el periodista chileno Gonzalo Ernesto Cáceres, es un programa que debate sobre temas que ocupan la primera plana informativa y los desafíos más importantes que afrontan los países latinoamericanos. El programa se realizó desde los estudios de La Red y a su vez fue emitido en la señal alemana. Captura: Deutsche Welle Las condiciones no son viables Aunque se encontraba todo preparado en cuanto a material, Newsmedia Chile, encargado de producir el canal, anunció en diciembre de 2016 que el proyecto sería cancelado. Según argumentó en un documento publicado por Emol, se debió a que “las actuales condiciones del mercado de los medios en Chile no hacen, por ahora, viable estos desafíos.

Las señales económicas para el próximo año no hacen suponer una mejor en el mundo de la publicidad y la televisión, motivos por los cuales los accionistas han decidido aplazar cualquier inversión”. La decisión de la empresa obligó a “desvincular al personal que ya se encontraba trabajando”. “Los profesionales y empresas que participaban directa o indirectamente de esto fueron informados oportunamente y los contratos que las vinculaban han sido disueltos con total satisfacción de las mismas”, indica el comunicado. En la actualidad, ADN TV se convirtió en una plataforma de streaming que retransmite los eventos deportivos en su sitio web, y que posee los derechos de las clasificatorias a Qatar 2022. Mediatrack es el encargado de transmitir los partidos a través de internet. La empresa intentó rentabilizar las emisiones de todos los partidos por un pago único por jornada o bien comprar los 90 partidos. Sin embargo, no fue viable y decidieron sublicenciar los derechos y vender publicidad.

RedGol es el encargado de retransmitirlos en su sitio web y la plataforma de TV Paga por streaming Zapping es la encargada de llevar los partidos a sus clientes a través de los canales temporales 17 y 18, lo cual no tiene un costo adicional para ellos.