

Inicia una nueva edición de la Teletón, la que durará hasta este sábado 9 de noviembre, y como en tantas otras ediciones, el país estará atento a lo que pase en la versión 35 de la cruzada solidaria más grande del país, que busca apoyo para los más de 32.000 niños y jóvenes que reciben atención en los 14 institutos de rehabilitación de la fundación. Con el lema “Teletón: juntos, todos los días”, la campaña 2024 busca no solo superar la meta de 38.044 millones de pesos, sino también destacar el valor de la inclusión y la solidaridad como pilares.

A dos años de anunciar su retiro de la primera línea de la cruzada solidaria, para Mario Kreutzberger, conocido como Don Francisco, le es difícil apartarse totalmente de una instancia de la que ha sido parte desde sus inicios, en 1978, y hoy, aunque más alejado, hace un repaso de la misma a horas de su inicio. “A lo largo de los años hemos enfrentado muchas crisis, pero siempre salimos adelante gracias al compromiso de todos”, dice.

¿Cómo han sido los preparativos desde su rol más secundario?

Hace años que estoy ligado a la Teletón y sigo colaborando donde me llaman. Esta campaña comenzó en un momento difícil para Chile, en plena dictadura, cuando la sociedad buscaba unirse. Fue en esos tiempos que la gente halló un espacio de unión en las filas del banco. Y aunque han pasado muchos años y enfrentamos situaciones difíciles, siempre logramos nuestras metas. En la pandemia, por ejemplo, cuando estábamos en cuarentena y todos en casa, conseguimos lo que parecía imposible. Pudimos mantener la atención de las 30 mil familias que atendíamos entonces, y hoy ya son 32 mil en los 14 institutos, que próximamente serán 16, incluyendo uno en Valparaíso, que está casi listo, y otro en construcción en Chiloé.

¿Cuál es el sello de esta Teletón?

El sello es el compromiso de todos los que hacemos posible este evento, desde los pacientes y sus familias hasta los profesionales y voluntarios. Cada año trabajamos para superar los desafíos y demostrar que somos campeones mundiales de la solidaridad. Recuerdo una madre que caminó desde Chiloé hasta Santiago para reunir fondos para el tratamiento de su hijo, uno de los más caros que recuerde. La Teletón hace algo similar recorriendo todo el país promoviendo la solidaridad, no solo para atender a un niño, sino a los 32.000 que hoy dependen de nosotros.

¿Cree que la relación del chileno con la Teletón ha cambiado a lo largo de los años?

Sí, ha habido una evolución en cómo la gente se conecta con la Teletón. Hoy en día, aunque alguien done una

Don Francisco:

“La Teletón es un símbolo de unidad nacional que sigue vigente después de 46 años”

Iniciada la 35ª versión de la campaña solidaria, la meta autoimpuesta es superar los \$ 38.044 millones, y mientras se lleva a cabo esta nueva edición, Mario Kreutzberger aborda los desafíos venideros. “Necesitamos apoyo de las nuevas generaciones, que con sus ideas y conocimientos nos indiquen los caminos a seguir”, asegura.

Por Maximiliano Estrada



pequeña cantidad, la participación es clave. A pesar de todas las dificultades, hemos logrado superar las metas. Y hubo casos que fueron extraordinarios, como por ejemplo que 60.000 personas en medio de la pandemia donaron 500 pesos para estar presentes. Y eso se pudo transformar finalmente en sillas de ruedas y en más de 30 millones de pesos que finalmente fueron al financiamiento de Teletón. Esto demuestra que la contribución de todos es crucial, y cuando hay una participación masiva, también se motiva a grandes donantes y personas de alto patrimonio a involucrarse. La Teletón es un símbolo de unidad nacional que sigue vigente después de 46 años.

¿Cómo debe transformarse la Teletón para conectar con el público joven?

La comunicación ha cambiado radicalmente. Cuando comenzamos solo teníamos tres canales de televisión y no existía internet, celulares ni cable. Ahora las plataformas digitales permiten que la juventud se comunique de muchas formas. La Teletón ha tenido que adaptarse a este cambio. Es un proceso lento y paulatino. Y aunque tenemos que adaptarnos, necesitamos apoyo de las nuevas generaciones, que con sus ideas y conocimientos nos indiquen los caminos a seguir. Además, este año hemos implementado algunos cambios significativos, como contar con equipos focalizados en el mundo digital y el tradicional.

¿Cuál considera que es el impacto de la Teletón en Chile a nivel de inclusión y accesibilidad para personas con discapacidad?

Creo que hemos avanzado muchísimo en términos de inclusión. Hace 46 años en Chile no había estacionamientos reservados, rampas de acceso o condiciones para personas en sillas de ruedas en edificios públicos, estadios o restaurantes. La Teletón ha contribuido a que hoy sea distinto. En mis viajes recientes a países como Alemania y Hungría he notado que tenemos más facilidades aquí. La Teletón ha dado visibilidad a las personas con discapacidad y ha atendido a más de 100.000 familias en estos años, manteniendo en la actualidad a más de un tercio de las familias activas en nuestros institutos y ampliando nuestra capacidad para los próximos años.

Considerando la situación económica actual, ¿cómo enfrenta la Teletón el desafío de mantener el apoyo de la gente y las empresas?

A lo largo de estos 46 años hemos enfrentado muchas crisis económicas, y siempre las hemos superado gracias a la solidaridad de la gente. Nuestro sueño es que este año también logremos sortear estos tiempos difíciles. Sabemos que para muchos donar es un esfuerzo, y por eso valoramos cada aporte grande o pequeño, porque entendemos que refleja el compromiso de las personas con esta obra. Además, buscamos incentivar nuevas formas de apoyar a la Teletón, como donaciones digitales y alianzas estratégicas con empresas, que permiten diversificar las vías de colaboración. ●