

Fecha: 28-06-2025
 Medio: El Mercurio
 Supl.: El Mercurio - Cuerpo C
 Tipo: Noticia general
 Título: 40 Años de Discovery Channel: Chile conecta con programas de supervivencia y automóviles

Pág.: 12
 Cm2: 501,7

Tiraje: 126.654
 Lectoría: 320.543
 Favorabilidad: ☐ No Definida

40 años de Discovery Channel: Chile conecta con programas de supervivencia y automóviles

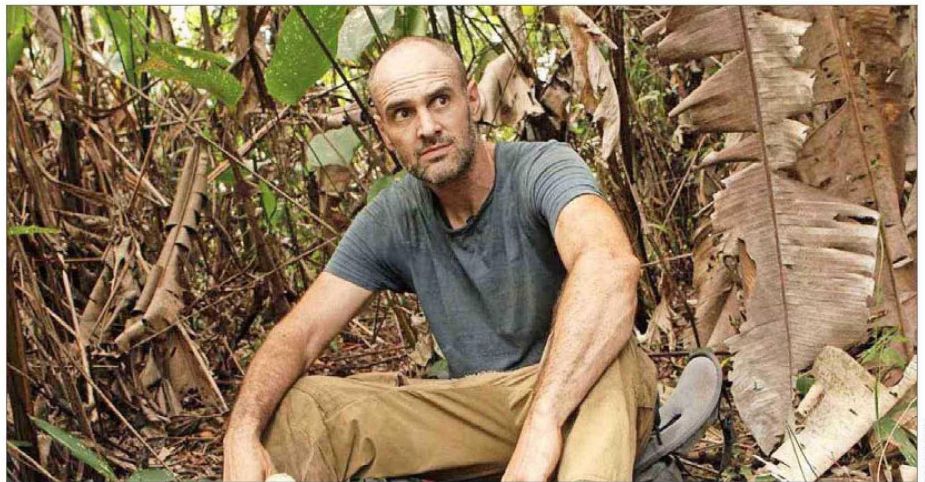
El canal de cable ha emitido algunos de sus espacios más populares este mes para celebrar su aniversario. Uno de sus principales rostros habla con "El Mercurio" sobre su impacto cultural.

ROMINA RAGLIANTI

El 17 de junio de 1985 comenzó a transmitirse The Discovery Channel, un canal de televisión creado por el historiador y empresario John Hendricks, quien tenía como objetivo que el contenido educativo y documental que en ese entonces estaba más reservado para los sectores académicos llegara a una audiencia masiva. En sus inicios, la señal emitía programación solo 12 horas diarias, entre las 3 de la tarde y las 3 de la mañana, y llegaba a solo 156 mil hogares en Estados Unidos. Para 1990, ya alcanzaba 50 millones de hogares en todo el mundo.

Cuarenta años después, Discovery Channel se mantiene como una de las marcas más icónicas de la televisión cultural, aunque con el cambio del mercado televisivo, su programación y audiencia también han mutado. En sus primeros 15 años, la señal mantuvo su orientación educativa, pero con el cambio de siglo y en busca de una audiencia más amplia, comenzó a sumar otro tipo de programas, particularmente *docu-realities* que si bien hicieron crecer la marca en un público que antes no hubiera sintonizado sus espacios, también le valió algunas críticas por algunos títulos que han potenciado teorías conspirativas o lo que la comunidad científica considera pseudociencia.

Una de las fortalezas de Discovery Channel ha sido su orientación a documentales sobre exploración de la naturaleza y supervivencia. Esos son, en general, los que más resuenan con la audiencia en Chile. Según información del canal, entre los espacios más vistos localmente está "Supervivencia al desnudo", en la que un grupo de personas debe vivir durante 21 días en condiciones extremas sin alimento ni vestimenta; "Vidas remotas", sobre familias que desafían a la naturaleza para vivir de forma autosuficiente, y los programas de Ed Stafford.



El explorador británico Ed Stafford es uno de los principales rostros del canal desde 2011.



"Joyas sobre ruedas" es un programa sobre restauración de automóviles.

Otro género que funciona con el público local son aquellos sobre autos, como "Joyas sobre ruedas", donde restauran vehículos, y "Mexicanos", donde un equipo de mecánicos transforma automóviles en creativas apuestas.

Discovery Channel se ha visto potenciado en los últimos años con su llegada a la plataforma Max. Ya no está solo presente en el cable básico, sino que algunos de sus programas más populares pueden verse en ese servicio de *streaming*.

Ventana al mundo

Ed Stafford es, sin duda, uno de los rostros más icónicos de Discovery Channel. El explorador británico comenzó su relación con el canal en 2011, cuando les vendió el rodaje de su cami-

nata a lo largo del Amazonas, que le valió un récord Guinness. "Discovery fue lo suficientemente amable para comprarme el material, creo que por dos años y medio de trabajo gané 2 mil libras, muy por debajo del sueldo mínimo", señala a "El Mercurio". "Pero obviamente eso me abrió la puerta y, sin saberlo, fue una movida muy inteligente, porque Discovery tiene una llegada enorme en todo el mundo y una base de fanáticos gigante", agrega.

Desde entonces, Stafford ha hecho alrededor de 17 programas con la señal, incluyendo "En lo desconocido con Ed Stafford" y "Ed Stafford: Abandonado a su suerte". El militar en retiro dice que nunca pensó en hacer una carrera en televisión hasta que empezó a trabajar con Discovery. "De pronto me di cuenta de que tengo una gran pasión por contar historias. No es solo supervivencia ni estar en la naturaleza", asegura. Uno de los espacios que más han resonado con él es su serie de 2024 "En la jungla con Ed Stafford", donde ha llevado a hijos y padres a explorar, ya que, explica, le ha permitido ahondar en otro de sus intereses, que es la salud mental "y ayudarlos a mejorar sus relaciones que han sufrido desde la pandemia y las cuarentenas".

Stafford cree que uno de los mayores impactos culturales de Discovery Channel ha sido crear una ventana al mundo que resulta accesible para la audiencia. "Creo que la gente ansía tener una vida más simple, vivir en conexión con la naturaleza, casi volver a las raíces de cómo los hombres solían vivir, y en ese sentido Discovery ha sido una plataforma que permite ese tipo de exploración sin tener que salir de tu hogar", finaliza.