

Un breve recorrido por la televisión en El Salvador

(2.079 palabras - páginas)

Lic. Antonio Herrera Palacios ©

Profesor de la Universidad Tecnológica de El Salvador
aherrera@.sl

Han transcurrido casi 60 años del nacimiento de la televisión. Sin embargo, en El Salvador la televisión no llegó hasta 1956, cuando inicia sus operaciones YSBE- TV Canal 6. Desde su nacimiento y posterior desarrollo, seguido del apareamiento de dos estaciones televisivas más, Canal 8 y Canal 4, en 1958, la televisión salvadoreña afrontó problemas de transmisión por razones de carácter económico, lo cual obligó a que estas estaciones estuvieran en manos de varios dueños.

El Canal 8 quedó fuera de servicio por el año de 1963 y en el 65 nació YSR-TV Canal 2. En el mes de abril de 1973 nació la sociedad Canal Seis S.A., que fue la primera en introducir la televisión a colores, lo cual se convirtió en la novedad de ese año.

Con el correr de los años, los tres canales 2, 4 y 6, llegaron a pertenecer a un solo dueño, convirtiéndose la televisión privada salvadoreña en un monopolio. Aunque con tipos de programaciones muy característicos, los tres canales de TV eran manejados bajo una misma línea, quizá algo que pasaba inadvertido para la mayoría de televidentes.

Aunque un poco paradójico, el monopolio de la TV en El Salvador y su panorama, cambió como producto de la guerra civil que este país sufrió durante 12 años, entre 1980 y 1992.

En 1985 nace Canal 12, el cual desde el inicio de sus operaciones rompe con los esquemas tradicionales de la TV salvadoreña y con su frase publicitaria "Canal 12 se atreve" logró ocupar un lugar en la mente de los salvadoreños, especialmente desde el punto de vista noticioso, pues, efectivamente, se atrevió a presentar contenidos de una forma como nunca se había visto antes en el país, a través del noticiero "Al Día", llamado "Hechos", a partir del 2 de febrero de 1997.

Sin embargo, el historial de la televisión como medio periodístico en este país se remonta varios años atrás, con el programa "Teleprensa de El Salvador", fundado por el fallecido Guillermo Deleón, el 11 de febrero de 1957. Las características de este espacio fueron fundamentalmente de tipo social-comercial. Periodísticamente hablando, los contenidos noticiosos eran muy pocos y principalmente se refería a actividades de carácter social, como bodas, cumpleaños, reuniones, etc.

Sin embargo, con la ola de violencia que se comenzó a generar unos años antes del estallido de la guerra civil, Teleprensa tuvo que cambiar su enfoque eminentemente social y abrir más sus espacios a la parte noticiosa para informar de esos hechos a la ciudadanía. Poco a poco, este noticiero se ganó un lugar preponderante en los salvadoreños y el nivel de su audiencia creció notoriamente. Las primeras imágenes de la guerra fueron vistas aquí.

Con el cambio que la sociedad salvadoreña estaba experimentando, como consecuencia del conflicto, también fueron creciendo las necesidades de información de la población y, así, aparecieron nuevos espacios noticiosos.

Dentro de este marco se inserta el nacimiento de noticiero "Al Día", de Canal 12, el 13 de septiembre de 1985, que desde sus inicios se convirtió en el de mayor audiencia en sus espacios nocturnos, pues Teleprensa seguía ocupando el primero en las del mediodía. Esto generó que este canal se convirtiera en un firme competidor para los canales 2, 4 y 6, competencia que inclusive buscó cerrar al 12 todas las posibilidades de crecimiento, pues, de hecho, los proveedores de programas

enlatados provenientes de los Estados Unidos le cerraron sus puertas y éste tuvo que buscar material con proveedores de Suramérica.

Pero esto no llegó hasta ahí. En el período del fallecido presidente de la república José Napoleón Duarte, un paro empresarial en protesta contra las medidas económicas impuestas por el gobierno trajo consigo un boicot para Canal 12.

El periodista costarricense Guido Fernández cita este caso en su libro 'Agonía a la hora del cierre' de la siguiente manera:

"El sector privado había decretado un paro en protesta contra decisiones de política gubernamental y solicitó a toda la prensa su solidaridad. El propietario de la estación de televisión no quiso unirse a él. Decidió que precisamente en circunstancias como la de una huelga de brazos caídos era mayor su responsabilidad de mantener las antenas erguidas. El día del paro, la presión de los grupos promotores llegó hasta el punto de amenazas expresas de boicot de anuncios. El propietario no alteró su posición y todos sus redactores, editores y técnicos se solidarizaron con él.

La transmisión de noticias, por cierto, lejos de mostrar ese día fisuras en el frente empresarial, ayudó a acentuar dramáticamente la protesta empresarial porque, en efecto, con excepción de aquella televisora, el comercio y la industria cerraron sus puertas y así lo informaron los reporteros.

El castigo no se hizo esperar. Uno tras otro, los empresarios que anunciaban en la estación se fueron retirando y aunque las repercusiones económicas fueron graves, la empresa ganó prestigio".

Sin embargo, las secuelas de este boicot persisten hoy, aunque Canal 12 ha vendido el mayor porcentaje de sus acciones a TV Azteca.

Tras el noticiario de Canal 12 surge "El Noticiero" de Canal 6, en 1987, que, al igual que Teleprensa, es un espacio comprado por un empresario a la estación televisiva. La competencia comunicativa crecía y así se crea formalmente la Tele Corporación Salvadoreña (TCS), que agrupa a los canales 2, 4 y 6 y que en forma simultánea transmiten un noticiero a tempranas horas de la mañana: TCS Noticias.

Ante el creciente surgimiento de espacios informativos, TCS decide abrir sus propios espacios informativos y así nace Noticias 4 Visión, el 29 de abril de 1992. Más adelante, el 2 de enero del 95 nace Tele Dos, luego de que Teleprensa de El Salvador, adquiriera su propia señal convirtiéndose en Canal 33 a partir del 23 de marzo de 1995, cuya idea es la de ser una canal puramente noticioso.

Paralelamente surge Canal 21 y Canal 19. El primero sigue la línea de crear un espacio informativo y así surge Noticiero Megavisión, a partir del 31 de octubre de 1993. Este panorama hace que el monopolio informativo desapareciera totalmente del espectro salvadoreño.

Sin embargo, las cosas no son tan alentadoras como parece. Si bien es cierto que existe un amplio espectro ideológico en los diferentes medios o espacios noticiosos, el poder económico que ejerce la Telecorporación Salvadoreña no ha permitido un desarrollo total del resto de estaciones televisivas.

Esto quedó de manifiesto en el reciente Mundial de Fútbol "Francia 98" cuando se dio una batalla jurídica por los derechos de transmisión de los partidos del evento futbolístico. TCS prácticamente acaparó todos los derechos, inclusive los de transmisión a través de las estaciones de radio y de televisión por cable y se llegó inclusive a vender el derecho de transmitir los partidos en algunos restaurantes, en los que se consume bebidas alcohólicas, específicamente cerveza de la única embotelladora nacional.

Ante la adquisición de los derechos de transmisión por parte de TCS, los partidos del mundial se transmitieron únicamente por Canal 4. Una batalla legal sobrevino a este hecho, ya que los espacios noticiosos del resto de canales tomaron algunas imágenes para sus notas, específicamente el Canal 12 y 21, tomando como premisa el derecho a la información.

Sin embargo, TCS entabló una batalla legal, como ya mencioné, ante los tribunales de justicia, ya que para ellos el resto de canales no podían utilizar ni para efectos noticiosos las imágenes del Mundial.

Los periódicos fueron el escenario del combate. Sendos espacios de páginas completas salieron casi a diario durante varios días, en los que los canales exponían a la opinión pública sus puntos de vista sobre los derechos de transmisión. Canal 12, dueño de uno de los operadores de televisión por cable del país, ofreció públicamente a TCS una enorme cantidad de dinero para que sus suscriptores pudieran ver los partidos por los canales extranjeros, pues se llegó a tal grado que ni las estaciones de cable pudieron difundir la señal y durante los partidos ésta era interrumpida con un mensaje que advertía sobre el porqué de la suspensión.

Prácticamente los salvadoreños se vieron obligados a ver todos los partidos por el Canal 4. No hubo la posibilidad de decisión de elegir a través de qué canal o estación de cable se quería ver el acontecimiento deportivo.

Contra Canal 21 se entabló una demanda judicial por haber difundido imágenes en uno de sus espacios noticiosos. Se llegó a tal grado que una radioemisora local también fue censurada por transmitir uno de los partidos sin autorización de TCS.

Aunque se entablaron peleas judiciales, éstas nunca llegaron a prosperar y prácticamente no se hizo nada y todas las estaciones de televisión tuvieron que conformarse con hacer simplemente comentarios de los partidos y la presentación de otros materiales de apoyo.

La opinión pública, aunque inconforme, no tuvo más opción que ver los partidos por el Canal 4, inclusive aquellos que pagaron televisión privada (de cable). Esto lógicamente hizo ver que no es del todo cierto que se haya roto del todo con las prácticas monopólicas.

Si bien es cierto que la televisión salvadoreña ha experimentado cambios notables en el aspecto periodístico, también es verdad que hace falta mucho por hacer para que los salvadoreños puedan contar con espacios noticiosos con alta calidad profesional y que no se lucre con el morbo de los televidentes, presentando, en el caso de algunos canales, informaciones con sentido amarillista, al estilo de algunos canales norteamericanos y que además los profesionales de la información adopten su propia identidad, dejando a un lado los prototipos de las grandes cadenas de la TV mundial.

Se han llegado a casos, por ejemplo, en el que algunos periodistas y presentadores de noticias de la TV se han prestado para campañas publicitarias, simulando un espacio noticioso, y en el que al final lo que se vende es un servicio.

Sobre esto algunos colegas periodistas opinan a favor y en contra de la práctica. Para Federico López, de Costa Rica, en realidad "no creo que exista una intención concreta de tomar el pelo, sino la de alcanzar un "top of mind" alto por el uso de una celebridad (los periodistas televisivos han acabado en eso, vendiendo detergentes, también) y la idea de remedar el noticiero.

Yo sigo de necio señalando que eso es una expresión (ridícula) de algo más estructural, que es la comercialización de la noticia. Mucho imagen de noticiero moderno con multipantallas y salas de edición atrás, presentadores estrella, noticia de 60 segundos y vocabulario de 800 palabras...

... y al final, como que no hay mucha diferencia entre el comercial y la nota, de todas maneras.

Sin embargo, para Marcelo Jélen, del Uruguay, esta práctica no es del todo mala. "No estoy de acuerdo con lo que dice Federico. A menos que los "vendedores" pretendan cubrir, en calidad de profesionales, noticias relativas a su trabajo como "vendedores", lo cual resultaría una incompatibilidad, no tengo inconvenientes en que ejerzan el periodismo. Amplío: no tengo inconveniente en que vendedores, carpinteros, economistas, corredores de bolsa, deshollinadores, abogados, médicos,

camareros, prostitutas o salteadores de caminos se decidan a ejercer el periodismo. Esto es una profesión, no un sacerdocio para el que se requieran ritos iniciáticos.

En cuanto a las incompatibilidades, cuestiono (aunque no se me ocurriría prohibir, y el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos es tan claro que me releva de dar más explicaciones al respecto) a los actores y directores en actividad que hacen crítica teatral, o los jugadores en actividad que escriben sobre fútbol, a los encargados de prensa que se dediquen a cualquier tarea informativa en un medio de comunicación, a un embajador sobre información internacional.

En cuanto a los periodistas que presten su voz, su imagen o sus conocimientos para colaborar con campañas publicitarias, sostengo que restan credibilidad así a la información que difunden. Para decirlo más claro: el ejercicio de cualquier tarea relacionada de forma directa con la publicidad es incompatible con el ejercicio del periodismo. Los dueños de los medios deberían prohibir que sus empleados se dediquen a esas labores.

Cierto o falso, el problema fundamental estriba en que la televisión crea imagen y esa imagen debe buscarse en forma positiva. Ya sea para los periodistas, presentadores, espacios noticiosos y en general para la misma estación. Las prácticas monopólicas, el uso de los periodistas y la defensa clara sobre intereses particulares no abonan en nada a esa imagen de credibilidad que todo medio de comunicación busca.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO DE LATINA EN BIBLIOGRAFÍAS:

Nombre del autor, 1998; título del texto, en Revista Latina de Comunicación Social, número 12, de diciembre de 1998, La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección electrónica (URL):

<http://www.lazarillo.com/latina/a/02nherrera.htm>