

Sesenta años esperando la democracia

JAVIER DARÍO RESTREPO

LA fotografía no miente: faltaban unos minutos para el gran momento y el clic, acompañado por el fogonazo, recogió el instante: en el centro de la escena el General Jefe Supremo, así se lo nombraba, constelado de condecoraciones estaba rodeado de militares; delante de sí, sentados en sillas adamascadas, los civiles invitados esperaban el momento, tan ansiosos como él. Solo que él se esforzaba por aparecer sereno.

Al lado izquierdo de la fotografía se ve al factótum de este momento, Jorge Luis Arango, impecable en su apariencia: cabellos en riguroso orden con ayuda de algún fijador (¿gomina?) vestido de corte inglés, con ansiedad contenida e invisible, parece estar al tanto de todos los detalles. En el ángulo inferior derecho, un joven camarógrafo de riguroso vestido de paño y encorbatado, espera detrás de la cámara el momento de iniciar la primera transmisión de televisión en la historia de Colombia. Ha acercado la lente sobre el rostro del general con su serenidad forzada; si abre el tiro de cámara verá los jarrones decorados con la blancura de los jacintos, la bandera de seda y los cortinajes que le dan al set un aspecto regio de salón del trono.

Afuera cae un aguacero implacable, el cielo, al fondo luce gris oscuro sin una sola estrella detrás de la cortina de lluvia menuda que todo lo cubre. Según recordaría Fernando Gómez Agudelo, la lluvia estuvo acompañada, esa noche, por truenos y relámpagos que le hicieron temer por el éxito de la transmisión.

Sobre los hombros de este hombre caía la responsabilidad de esta operación con la que el general presidente celebraba el primer año de su toma del poder presidencial. Convocado por Arango, Gómez Agudelo que dirigía la Radiodifusora Nacional de Colombia, se halló de repente metido de lleno entre los equipos y el lenguaje de la televisión, un logro tecnológico que solo había conocido en noviembre del año anterior. Al oír la invitación de Arango, había hecho cálculos y si según la orden presidencial la primera emisión debía ser el 13 de junio de

Colombia. Periodista experto en ética periodística, catedrático de la Universidad de los Andes y conferencista en temas de comunicación social. Ha sido columnista en *El Tiempo*, *El Espectador*, *El Colombiano* y *El Heraldito*. Recibió el premio nacional del Círculo de Periodistas de Bogotá en la categoría de Prensa en 1993, así como el Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar en 1985 y 1986. Además, recibió los premios San Gabriel del Episcopado Colombiano en 1994, Germán Arciniegas de la Editorial Planeta en 1995 y el Premio Latinoamericano a la Ética Periodística otorgado por el Centro Latinoamericano de Periodismo (Celap), auspiciado por la Universidad Internacional de Florida, en 1997. Es autor de veintidós libros. En 2014 recibió el reconocimiento a la Excelencia periodística del Premio Gabriel García Márquez de Periodismo.



Cortinilla de presentación, c. 1954.
Archivo Luis Alberto
Acuña Casas.

Gustavo Rojas Pinilla durante
la primera emisión, Bogotá,
13 de junio de 1954.
Archivo Luis Alberto Acuña Casas.

RADIODIFUSORA
NACIONAL DE COLOMBIA

TELEVISIÓN

Bogotá: CANAL 8.
Manizales: CANAL 10.
Hoy domingo - 9 p. m.

PROGRAMA INAUGURAL

- I - Himno Nacional. Orquesta Sinfónica de Colombia.
- II - Palabras del Excmo. Sr. Presidente de la República, Teniente General Gustavo Rojas Pinilla, desde el Palacio Presidencial.
- III - Noticiero Internacional - Tele News.
- IV - Recital desde los Estudios: Violín, FRANK PREUSS - piano, HILDA ADLER.
- V - Film. Un Documental.
- VI - "EL NIÑO DEL PANTANO". Adaptación para T.V. de un cuento original de Bernardo Romero Lozano. Producción: Gaspar Arias.
- VII - Film.
- VIII - ESTAMPAS COLOMBIANAS, sket[c]h cómico original de Álvaro Monroy.
- IX - FILM ENVIADO POR LAS NACIONES UNIDAS - reportaje con colombianos desde Nueva York.
- X - BALLET - Recital de danzas folklóricas de la Academia de Kiril Pikieris.
- XI - TELE-FINAL.
- XII - HIMNO NACIONAL.

Programación de la
inauguración.

El Tiempo, 13 de junio de 1954, pág. 1.





1954, había que comenzar enseguida. Su hermano Ricardo, físico del Instituto Tecnológico de Massachusetts le diría qué hacer, así que viajó a Boston y con ayuda de expertos decidió cuál sería el sistema más apropiado para difundir la señal por las tres cordilleras del territorio colombiano. Viajó después a Alemania en busca de las antenas apropiadas; superó los obstáculos del papeleo oficial, logró las primeras pruebas de transmisión mes y medio antes del día señalado y ahí estaba, con la camisa empapada de sudor pegada a la piel y con los nervios de punta porque acababa de dañarse una cámara. Pero ahí estaba a punto de entrar al aire.

El general presidente recordaría allí, frente a la lente fría de la cámara y en medio de las conversaciones en sordina de sus invitados, que dieciocho años antes había comenzado a soñar este momento. Era mayor del Ejército y había viajado a Alemania, invitado por la empresa fabricante de los equipos con que se transmitirían los Juegos Olímpicos de 1936, en pleno régimen nazi. Deslumbrado por el nuevo invento dijo ese día que era un medio de comunicación que Colombia debería tener. El día había llegado.

Los técnicos cubanos que Gómez Agudelo había traído días antes, se habían hecho cargo de la cámara, habían prendido los micrófonos, habían graduado cuidadosamente las luces y tenían todo dispuesto para el comienzo de la emisión cuando el gran reloj de palacio diera las nueve de la noche. Un habanero, Gaspar Arias, que dirigía los programas de televisión de la agencia Soria Ruiz Ltda. de La Habana, había llegado a Bogotá acompañado por siete técnicos que ahora manejarían las cámaras, controlarían el audio y el video de la transmisión y responderían por la señal que iría a Manizales y Medellín.

En los últimos días habían grabado en palacio algunas escenas de la rutina diaria del presidente, que aparecerían en esta emisión y, desde entonces y durante

Cortinilla de créditos. El personal técnico inicial, con excepción de Manuel Medina Mesa, provino de Cuba. Archivo Luis Alberto Acuña Casas.



> Propaganda de televisores de 17 y 21 pulgadas, 16 de junio de 1954, pág. 18. Archivo Fotográfico *El Espectador*.

ARRIBA

Fernando Gómez Agudelo (izquierda) en emisiones de prueba, 18 de mayo de 1954. Técnicos cubanos arriban a Bogotá para trabajar en la Televisora Nacional, 26 de mayo de 1954.

ABAJO

Antenas de televisión ubicadas en el Hospital Militar, Bogotá, 30 de junio de 1954.

Laboratorio cinematográfico y estudio de grabación de la Televisora Nacional, c. 1960.

Fotografías Archivo Luis Alberto Acuña Casas.



los meses que seguirían, mantendrían presente para los televidentes, el perfil presidencial. Todos sus actos de gobierno serían registrados, en algunos casos serían transmisiones en directo, como elementos informativos centrales de la televisión.

A las nueve en punto se encendieron las luces rojas de la cámara, se escuchó la voz del conductor del programa y los colombianos asistieron, con cierto deslumbramiento, a la aparición en sus televisores de la imagen presidencial.

Cálculos no del todo precisos señalan que a esa hora estaban encendidos en Bogotá y Manizales mil quinientos televisores. En los almacenes en donde vendían los receptores a \$860, habían instalado aparatos en las vitrinas. Enfundados

en sus abrigos y precariamente protegidos por los paraguas, se apiñaban bajo la lluvia los televidentes primerizos que no querían perder detalle de la televisión prendida en las vitrinas. En algunos bares y restaurantes la teleaudiencia disfrutaba de una mayor comodidad y de mejor clima mientras las imágenes en blanco y negro llenaban las pantallas.

Ni el contexto político del momento, ni los objetivos señalados para la televisión por el gobierno, permitían esperar que el nuevo instrumento fuera a formar parte de un gran propósito democratizador. Los agotadores esfuerzos para traer al país los aparatos, los trámites administrativos, la difícil búsqueda de personal especializado,





Llegada de los primeros aparatos al aeropuerto de Techo, Bogotá, 11 de abril de 1954 (Fernando Gómez Agudelo, arriba a la izquierda).

Visita de Gustavo Rojas Pinilla a los transmisores y estudios de televisión, junio de 1954.

Fotografías Archivo Luis Alberto Acuña Casas.

fueron quehaceres que apenas si dejaron tiempo para pensar qué hacer a largo o mediano plazo con la televisión.

El entorno en que se les entregaba a los colombianos este nuevo medio de comunicación tenía unas líneas definidas que la apartaban radicalmente de cualquier intención democratizadora. Para Rojas y su comunicador de cabecera, el abogado Jorge Luis Arango, la televisión era, antes que cualquiera otra cosa, un instrumento de propaganda, como en cualquier dictadura. En su primer año de actividades, bajo la dirección de Arango, la Oficina de Información y Prensa del Estado (Odi-pe) había tenido tres claros objetivos: difundir y exaltar la imagen del presidente, controlar las informaciones para impedir que las versiones de la oposición llegaran a la opinión pública y montar un poderoso dispositivo de propaganda para dar a conocer al país y al mundo, las realizaciones del gobierno militar.

Dentro de esos propósitos la inauguración de la televisión se miraba como un hito porque contribuía a la exaltación de la imagen presidencial, que había sido objetivo central de la Odi-pe. En efecto, en los cines se debía proyectar un video con la imagen presidencial antes de las películas; a las alcaldías, juzgados, inspecciones de policía, escuelas públicas y estaciones del ferrocarril, habían llegado los retratos de 62 x 50 centímetros con la imagen del general, con la orden expresa de colgarlos en sitio de honor. A todas partes había llegado la circular que ordenaba anteceder el nombre del presidente con los siguientes títulos: “Teniente General, Jefe Supremo, Presidente de Colombia”.

Para que esta y órdenes similares se cumplieran, viajaba por todo el país en los aviones de la Fuerza Aérea un Comité de Propaganda y Restauración Nacional creado por Arango.

Otra creación suya había sido la Red de Censores que tenía como centro de operaciones las brigadas y las gobernaciones. Las operaciones de censura tenían la rigidez y métodos de las operaciones militares y el enemigo era cualquier periodista que osara emitir o publicar críticas contra el presidente o su gobierno. A esta actividad, Arango le dio tanta importancia, que tres meses después de la posesión de Rojas reunió en Bogotá un Congreso Nacional de Censores para instruir a estos funcionarios en su oficio de impedir la difusión de informaciones desfavorables al régimen militar. Esta era una tarea tan meticulosamente



cumplida que las oficinas de telégrafos no podían transmitir los informes de los corresponsales extranjeros sin la previa aprobación del censor.

También estaba bajo el control de Arango la propaganda oficial. Él debía aprobar en qué medios se debía publicar y en cuáles no. Agobiado por este régimen de censura, el director de *El Tiempo*, Roberto García-Peña, declaró en Caracas que era un régimen “más terrible para los periodistas que el de los rateros porque estos tienen la ventaja de estar sometidos a la justicia ordinaria”, cita que, como los datos anteriores, debo a Silvia Galvis y Alberto Donadio (*Galvis y Donadio*, 1988).

La censura y la propaganda eran la parte principal de la agenda de Arango en la Odipe; por eso fue un complemento de ese régimen, severo con la prensa, la llegada de la televisión que a pesar de todo acaparó la atención de los medios y que día a día centró su información en la imagen del presidente.

Para ampliar la teleaudiencia el gobierno trajo a precio de costo quince mil televisores en los buques de la Flota Mercante Grancolombiana.

Al finalizar 1954, la llegada de la televisión fue señalada como el acontecimiento del año. Comenzaba a operar una red de catorce estaciones con la que se pretendía llevar la señal a todo el territorio nacional, se preveía la instalación de cincuenta mil televisores en los hogares y se anunciaba una programación estrictamente educativa.

Sin embargo, ya comenzaban las protestas, recogidas por la revista *Semana*, debido al contenido violento de las películas de vaqueros de México y los Estados Unidos con su “exaltación de las hazañas de gánsteres y de cowboys” (*Semana*, 14 de febrero de 1955). Dentro del vocerío admirado y entusiasta que acompañó a la fiebre de la televisión disonó la voz crítica de Julio Nieto Bernal, un lúcido hombre de radio para quien “el Estado televisor es un invento dictatorial” (*La República*, 30 de diciembre de 1958).

En esos primeros años las energías parecen haberse concentrado en el esfuerzo para sobrevivir al desafío tecnológico, a las exigencias críticas de contenidos, y a las necesidades financieras de la naciente institución. Por sobre todos esos

Resolución por medio de la cual Jorge Luis Arango, director nacional de información y propaganda de la Presidencia de la República multó a los periódicos *El Correo de Medellín* y *El Espectador* de Bogotá, en el marco del régimen de censura, 21 de diciembre de 1955, pág. 1.

El Espectador bajo la censura oficial. Archivo Fotográfico *El Espectador*, 14 de junio de 1954, pág. 1.



Reacciones sobre la censura de prensa. *El Tiempo*, 22 de julio de 1957, pág. 11.

Protestas de editores de los periódicos. *El Tiempo*, 8 de junio de 1957, pág. 16.



apremios, se destacaba el propósito propagandístico que mantenía en pantalla la imagen y las acciones del general Rojas. Lo demás, los proyectos educativos, o de entretenimiento, o de informar, se le subordinaban. Ni entonces, ni después, pareció entrar en la agenda de la televisión, la de educar para la democracia.

Al menos en aquellos años de una dictadura insólita, habría sido un despropósito hablar de televisión para la democracia. Anotaba Sartori citando a Barker que “la base y la esencia de toda democracia es [está en el] gobernar discutiendo” (Sartori, pág. 89) y la hipersensible piel del dictador no toleraba discusión alguna. Agregaba Lippman que “el interés público es aquel que los hombres escogerían si vieran claramente, pensarán racionalmente y actuarán desinteresadamente” (Sartori, pág. 55). Condiciones impensables en aquellos años de información censurada, de pasiones exaltadas y de prevalencia del interés personal.

Cualquier intento de utilizar el potencial de la televisión para fortalecer la democracia, tropezó con tres obstáculos insalvables: los censores de la dictadura; los políticos con su ambición de pantalla y los empresarios que se propusieron hacer de la televisión un negocio.

LOS CENSORES

Quien se hubiera querido informar en aquellos años iniciales a través de la televisión habría concluido que en el mundo y en Colombia no pasaba nada distinto a los actos oficiales del General-Presidente. Por la pantalla, que iniciaba su emisión a las siete de la noche, pasaban obras de teatro, conjuntos musicales, películas mexicanas y estadounidenses y los boletines informativos de la presidencia. Alguien se quejó del desierto cultural de la televisión, en una columna de *El Espectador* (15 de enero de 1966); pero más preciso sería hablar del desierto informativo de esos primeros años. La información estaba encadenada por los censores que operaban, drásticos e inapelables, en los medios impresos y en la radio y que no necesitaban actuar en la televisión, porque era del Estado.

La información apareció, tímida y apocada, cuando llegó a la pantalla *Telenews*, un servicio de noticias extranjeras, registrado en la parrilla de programación en diciembre de 1955; después informarían *El Repórter Esso* y *El mundo al vuelo*, con el *Noticiero Suramericana*. La revista *Visión*, en su edición continental, destacó entonces a este noticiero como “el mejor de cuantos se estaban emitiendo entre el río Grande y la Tierra del Fuego”. Fue este, no obstante, un esfuerzo informativo aislado. Los años de sujeción de la televisión a la voluntad del presidente y sus voceros, dejaron una marca en la institución. Duraba ese estigma todavía en 1963, cuando el publicista Luis Lalinde denunció en *El Colombiano* “la falta de reglamentos, la falta de una dirección intelectual, la presencia de intereses políticos, estatales y comerciales para el otorgamiento de los espacios”.

Acababa de otorgarse una licitación y el periodista le preguntó a Lalinde:

–¿Qué reglamentos se aplican para otorgar espacios?

–No existen reglamentos.

–Entonces, ¿con qué criterios se otorgan espacios, o se estudian las solicitudes?

–Es el criterio de cada una de las personas que integran una junta de programación (citado por *El Espectador*, 6 de abril de 1963).

Los miembros de la junta actuaban como dueños de la televisión y puesto que todos habían sido nombrados con anuencia o mandato del presidente, el del Ejecutivo era el criterio dominante.

Rojas Pinilla, acompañado de su esposa, Carola Correa Londoño, se dirige a través de la televisión a raíz de una huelga estudiantil, mayo de 1957. Archivo Luis Alberto Acuña Casas.





Si en sus comienzos la información de televisión había sido encadenada por el poder presidencial, esa sujeción quedaría como marca de origen y en contra de la vocación natural de este medio de comunicación. La falta de crítica, impuesta por el régimen, unida a la escasa información, alejaría las posibilidades democratizadoras de la televisión. “Solo un pensamiento activado por la crítica, por la discusión de las ideas, por la creación y propuesta de proyectos, predispone para la democracia”, escribió Norberto Bobbio (Bobbio, pág. 26). En efecto, esa falta de discusión, ese rechazo dictatorial de la crítica le dieron a la televisión colombiana un talante antidemocrático.

Podría pensarse, elementalmente, que la presencia de los políticos en la televisión corregiría ese talante.

POLÍTICOS EN LA TELEVISIÓN

Cuando en las pantallas apareció la figura del líder liberal Carlos Lleras Restrepo en diálogo con otras cinco personas en el programa *La nación en marcha* (12 de febrero de 1965), dirigido por el periodista Antonio Oviedo, los televidentes cayeron en la cuenta de la intensa figuración que había tenido durante sus años de gobierno el presidente Rojas Pinilla. La presencia de Lleras Restrepo provocó variadas reacciones: el presidente Guillermo León Valencia, como cualquier televidente entusiasmado, llamó al jefe liberal para felicitarlo por su intervención; al escritorio del ministro de Comunicaciones llegaron cartas y telegramas de jefes conservadores y liberales que pedían “igual tratamiento” porque el programa de Oviedo había prendido “la fiebre de la televisión”, como se llamó entonces a la avidez por aparecer en las pantallas. Casi al tiempo y con la fuerza de un anticuerpo, el gobierno de Valencia impulsó una operación contra los programas políticos. “La abolición de los programas políticos en la televisión es irreversible”, dijo en una rueda de prensa el ministro de Comunicaciones, Cornelio Reyes. Ese día hizo una distinción sutil que sonaría ingenua con el paso del tiempo: “los programas periodísticos no políticos podrán aparecer”. Fue la luz verde para *Controversia-Hora siete* y *La nación en marcha* y para los noticieros *El mundo al vuelo* y *Suramericana*.

Pero la presión de los políticos ya había comenzado. Al escritorio del ministro llegaron ciento ochenta y siete peticiones para espacios informativos en 1965.

De puertas para afuera del ministerio hubo amagos de borrasca porque fueron suprimidos los espacios de Arturo Abella, Julio César Turbay, Eduardo Cargomero, Jaime Villamil, Gustavo Rojas Pinilla, Alberto Giraldo y del Círculo de Periodistas de Bogotá (CPB). Todos ellos pretendían hacer televisión política.

En un editorial de *La República*, su director, Silvio Villegas, se solidarizó con el ministro y elogió “su valerosa conducta al rescatar la televisora del Estado del contagio político... La televisora del Estado no puede comprometerse con ningún partido ni con ningún grupo”, agregó (*La República*, 20 de febrero de 1965).

En 1977 aún persistía esa voluntad de mantener a raya la fiebre de televisión de los políticos. El acuerdo 05 de ese año ordenó que las noticias fueran sin comentario y sin adjetivos ni

Anónimo. Fernando Gómez Agudelo (derecha) en compañía de Lucio Pabón Núñez, ministro de Gobierno, c. 1954. Reg. 7599, Colección Museo Nacional de Colombia.



Desalojo ordenado por el Ministerio de Comunicaciones a la Televisora Nacional, ocurrido el 2 de enero de 1963. Archivo Fotográfico *El Espectador*.



expresiones peyorativas o superlativas. En las entrevistas se hablaría de hechos y no de ideología. No podrían transmitirse discursos de carácter político partidista; tampoco se podrían hacer editoriales o notas de proselitismo político, o de propaganda partidista.

Lo que se escribió con una mano en ese acuerdo se borraría con la otra. En ese mismo año ocurrieron dos hechos reveladores: la puesta en marcha y el colapso del *Noticiero oficial*. Nominalmente creado para informar sobre la actividad oficial, en la práctica se le quiso convertir en plataforma política. El hecho se puso en evidencia el 6 de febrero de 1977 cuando renunciaron de forma masiva el director y los periodistas del noticiero, como consecuencia de las continuas interferencias de la consejera presidencial, y gerente del noticiero, Carmenza Arenas en las labores periodísticas. La gravedad de la situación se sintió cuando, en un acto sin precedentes, el CPB declaró a esta funcionaria “persona no grata”, para sentar su protesta.

Ese mismo año se había registrado el otro hecho revelador de la presión de los políticos para su toma de la televisión: desde el primero de enero comenzaron a emitirse los noticieros adjudicados de acuerdo con un criterio de milimetría política, o a los hijos o a representantes de los jefes políticos. Allí estuvieron representados Julio César Turbay, Álvaro Gómez, Alfonso López y Misael Pastrana. Luis Carlos Galán, en un artículo publicado en *Nueva Frontera*, describió y comentó la situación: “la televisión es de todos los colombianos, fue el Estado quien adquirió los equipos desde 1954, por tanto no debe ser un instrumento de ninguna facción”. Al dar cuenta de los problemas de profesionalización que quiso resolver el Acuerdo 06 de mayo de 1976, anotó: “no se hizo un examen completo de lo que significa el uso político de la televisión”. Se refería a la ingenuidad de las medidas de control del proselitismo político que, sin embargo, admitieron los noticieros y los programas de opinión y reportajes, “su contenido tiene repercusión política, así el proselitismo o la propaganda no sean explícitos” (*Nueva Frontera*, 10 de septiembre de 1976).

Para entonces ya eran evidentes las presiones de los políticos como el caso THOY, una empresa de personas vinculadas a la campaña política de Julio César Turbay: “está en curso un plan para manipular la opinión pública”, denunciaba Galán,

“y frente a ese plan las disposiciones de Inravisión tenían el carácter de buenos consejos”. En efecto, “Inravisión disponía de medios idóneos para establecer cuándo un noticiero ha dejado de ser objetivo, veraz e imparcial”. También, advirtió el articulista, “la utilización política de la televisión representa uno de los puntos claros en el futuro de la democracia colombiana”. Su pedido de unos noticieros en los que estuviera garantizado su carácter profesional, para impedir la instrumentalización de la televisión por parte de cualquier grupo político era una forma de señalar un mal que crecía y de dar la medida de las presiones que los políticos ejercían. Un año después, en 1977, comenzaría en los noticieros el régimen de los delfines.

Hijos o parientes de los líderes políticos –fueran o no profesionales del periodismo o de la televisión– resultaron favorecidos con la adjudicación de noticieros, los espacios más apetecidos por los políticos del país. Fue significativa al respecto una de las licitaciones de esos años, la de 1983, que en los boletines oficiales fue presentada así: “Intervisión, 12.30, de extracción liberal; Telediario, 12.30, de extracción conservadora; 24 Horas, 7.30, de extracción conservadora; Programar, 7.30, de extracción liberal lopista; TV Hoy, 9.30 de extracción conservadora; Noticiero Nacional, 9.30, independiente” (Comunicado de Inravisión, 7 de noviembre de 1983).

Los comentarios a la adjudicación giraron alrededor del mismo tópico: “los mejores horarios quedaron en manos del partido conservador”, “también resultó favorecido el sector liberal lopista, en tanto que el turbayista y el independiente quedaron totalmente borrados”. La información de televisión no podía ser, por tanto, periodística a secas; era una información etiquetada políticamente. Lo que en 1976 había demandado Luis Carlos Galán como defensa del papel democratizador de la televisión, fue ignorado de forma radical. Según el líder político:

“es preciso un régimen de incompatibilidades de los noticieros, destinado a garantizar su carácter profesional y a impedir la instrumentalización de la televisión por parte de cualquier grupo político”. Por el contrario, los noticieros

se les entregaron a los grupos políticos como trofeos después de una guerra. Esa situación se mantuvo inmodificada en los años siguientes.

El 11 de agosto de 1991 *El Espectador* publicó la vehemente denuncia del presidente del Centro Andino de Estudios, Gerney Ríos González: “el privilegio más antipático en Colombia, es la preferencia por los hijos de las familias presidenciales, de los noticieros de televisión”. En la licitación de ese año se habían adjudicado de nuevo los noticieros a los hijos de los políticos liberales y conservadores. La información por la televisión continuaba, así, alejada de las posibilidades democratizadoras del medio. Apunta Sartori, por ejemplo: “la base y la esencia de la democracia es gobernar disintiendo”, que fue la práctica en el ágora ateniense en donde se le daba voz al ciudadano y todo era susceptible de crítica. El noticiero asignado a un partido con dificultad podía ser informativo, porque todo en su constitución lo inclinaba a ser un instrumento de propaganda.



César Augusto Londoño,
Mauricio Gómez y
Margarita Rosa de
Francisco, presentadores
del *Noticiero 24 horas*,
12 de junio de 1987.
Archivo Fotográfico
El Espectador.

En vísperas de la licitación de 1983 se escuchó la voz crítica y constructiva de Luis Carlos Galán en carta dirigida al ministro de Comunicaciones, Bernardo Ramírez. Consciente de la contradicción entre la naturaleza de la televisión en manos del Estado y la de la práctica de este medio en manos de los delfines, recomendó: “Primero: reducir el número de los noticieros. Segundo: disponer que estos se entreguen a periodistas profesionales, especialmente equipos de periodistas de distintas ideologías para garantizar la pluralidad”.

La voz sensata del líder político sonó en el vacío; una nueva licitación aumentó los noticieros porque, comentaba el periodista Azriel Bibliowicz, “lo cierto es que no se puede dejar al presidente Turbay sin su espacio noticioso; la despolitización de los noticieros es una ilusión”.

Se comprobó en las elecciones de 1986, cuando los candidatos fueron: Virgilio Barco, liberal; Luis Carlos Galán, independiente, y Álvaro Gómez, conservador. El *Noticiero Cinevisión* tuvo a su candidato liberal, 128 min 13 seg en pantalla. A su contendor, conservador, le permitió 55 min 25 seg y al independiente 20 min 53 seg. Por su parte, *24 Horas* tuvo a su candidato conservador, 103 min 15 seg en pantalla y al liberal 59 min 36 seg; al independiente le dedicó 24 min 26 seg. Toda noción de equilibrio informativo, de información pensada democráticamente, desapareció. Fue evidente, la televisión no había llegado a ser un instrumento para la democracia.

En el periodo preelectoral de 1988 se reafirmó, también matemáticamente, la anterior observación. Los candidatos eran el liberal Alfonso López Michelsen y el conservador Belisario Betancur. El *Noticiero TV Hoy* dedicó a su candidato 81 min 44 seg, y al liberal 22 seg. *Noticolor*, liberal, dedicó 78 min 10 seg a su candidato y 3 min 42 seg al conservador. Las mismas desproporciones se comprobaron en los demás noticieros.

En un análisis de *Semana*, en noviembre de 1983, apareció en blanco y negro una de las dificultades para lograr la despolitización de la televisión, un propósito más teórico que real. Decía el comentarista que

aunque los noticieros conservadores *24 Horas* y *TV Hoy* habían sido adjudicados con criterio político y estaban dirigidos por los hijos de Gómez y Pastrana, eran favorecidos por la opinión con altos porcentajes de sintonía y eran considerados los mejores. Esto parecía garantizarles su permanencia, lo mismo que el Telediario de Arturo Abella, que gozaba de su público propio.

Agregaba: “después de una semana en que se rumoró que el gobierno había decidido sacar a los hijos de los expresidentes, la adjudicación final consolidó la presencia de los conservadores”.

A finales de 1986 *El Espectador* destacó entre los hechos del año el escándalo que produjo el retiro masivo del director y los periodistas del *Noticiero del Mediodía*, ante la situación insostenible creada por las presiones de los dueños, empeñados en convertir el noticiero en un espacio de propaganda para los actos del gobierno.

Como había sucedido en los primeros años de la televisión, se mantenía la presión de los políticos para limitar la información e incrementar la propaganda, a pesar de los hechos que, tercios e inconvertibles, demostraban que la televisión era una electora ineficaz.

En las elecciones de 1982 el rey de las pantallas fue Alfonso López con sus 239 min 53 seg de pantalla, contra los 166 min 23 seg de Belisario Betancur. Sin embargo, este fue el presidente. No lo fue por el buen uso de la televisión, porque en esa campaña esta fue la ventaja de Luis Carlos Galán quien, a pesar de eso, fue el tercero en la carrera presidencial. En 1986 el presidente debió ser Álvaro Gómez con sus 192 min de pantalla, contra los 171 min de Virgilio Barco y los 115 min de Galán. Además, Gómez había proyectado la seguridad y calidad televisiva que le hicieron falta a su contendor, el balbuciente y nada carismático Virgilio Barco. Pero los electores resolvieron otra cosa y Barco, el derrotado en la pantalla, fue el vencedor en las urnas.

Asesores, consultores y demás expertos debieron recordar entonces lo que habían dicho Lazarsfeld en Ohio, Trenaman y McQuail en Gran Bretaña, Michelet en Francia y Kurt y Gladys Lang en las elecciones Kennedy-Nixon, que la gente selecciona los mensajes que refuerzan sus creencias, por eso la publicidad deja intactas las actitudes preexistentes (Monzón, pág. 242).

Es una tesis que había sido confirmada en el pasado por el episodio electoral que enfrentó en 1970 a Misael Pastrana contra el general Rojas Pinilla. Debió ser tan estrecho el margen entre los dos, que dio lugar a las dudas, aún no resueltas, sobre el verdadero ganador de esas elecciones. Lo pertinente para nuestro asunto es que Pastrana contó con todo el poder de los medios y Rojas solo tuvo el apoyo de una emisora dirigida por su hija María Eugenia, Radio Latina. No había sido la televisión la gran electora. El constituyente primario no se dejó arrebatar su función.

Así, la televisión llegó a ser un apetecido vehículo publicitario de los políticos, pero perdió su potencial de formación de una conciencia democrática en Colombia. Mientras la opinión política de la población iba por un camino, la televisión, manipulada por los políticos y los agentes de poder, iba por otro lado. Allí se quedó cuando se hizo sentir, como un factor definitivo, la presión de los empresarios.

LOS EMPRESARIOS

El millón de pesos que el gobierno invirtió para el montaje de la televisión en Bogotá, la traída de quince mil televisores que el Banco Popular vendería a plazos y a precio de fábrica, son datos que aparecen entre las gasas blancas de la historia fundacional de la televisión colombiana.

La historia de los empresarios comienza cuando en agosto de 1955, catorce meses después del nacimiento de la televisión colombiana, el gobierno delegó la explotación comercial de algunos espacios en la Empresa de Televisión Comercial (TVC). Fue un primer paso. Después las agencias de publicidad tomaron en arriendo los espacios de mayor sintonía y los explotaron comercialmente. Desde entonces, comenzó a gestarse la idea que influiría en los contenidos de la televisión, fuera informativa o recreativa, o educativa, a través de los años: si el programa atraía televidentes, y el número de televidentes les convenía a los anunciantes, era un programa que merecía vivir. El televidente llegó a ser así parte de ese inmenso mercado que los programadores de televisión comenzaron a disputarse; para ello utilizaron todas las formas de lucha.



El objetivo de educar que le señaló el gobierno nacional al nuevo medio de comunicación en sus comienzos, acabó reducido a una insípida televisión educativa, cuyo costo asumió el gobierno con los dineros que producía el arrendamiento de los espacios.

Sentencioso, el canciller Evaristo Sourdis repitió la esencia del discurso de inauguración del presidente Rojas, cuando dijo a los periodistas: “la televisión será estatal y, por tanto, cultural en un 100%”. Al transcribir la frase del ministro, el periodista se sintió obligado a precisar: “sin embargo se ha sabido que es posible que el gobierno venda algunos programas comerciales” (*El Espectador*, 14 de junio de 1954). Lo que en ese momento se percibía como una excepción, se convirtió en la regla general: la comercialización de la televisión.

Desde esos primeros días comenzó la presión de los empresarios para explotar comercialmente la televisión. Las reacciones de rechazo que se produjeron en diciembre de 1957 cuando un público afiebrado por la televisión recibió la noticia de que durante once días sus pantallas estarían oscuras, mientras los técnicos hacían revisión y calibraban los equipos, fueron el telón de fondo de una noticia que nació en el lecho dudoso de los rumores: las cadenas radiales Caracol y RCN habrían propuesto al gobierno nacional la venta o el alquiler de la televisora nacional para explotarla comercialmente (*El Siglo*, 10 de diciembre de 1957).

La presión de las empresas había comenzado; asumió la forma de crítica abierta cuando Jesús Álvarez Botero, de RCN, en la tertulia convocada por *El Espectador* en junio de 1962 opinó que la televisión no debía mantener el estatuto de Rojas Pinilla y abrir la puerta a los industriales “que han querido poner televisión como ponen revistas o una radio”.

A las empresas de radio y de la prensa les molestaba ese día el monopolio del Estado sobre la televisión y la competencia que este poderoso medio hacía a los medios comerciales y publicitarios. Latía, en el fondo del comentario, la idea de la libertad de canales, que era entonces el sueño de los empresarios que, así, volverían el medio educador y cultural que había prometido Rojas en 1954, en un negocio de incalculables proyecciones y beneficios.

Un nuevo cierre de la televisión, a comienzos de 1963, revivió el tema: refiriéndose al desempleo de los artistas y al silencio de los televisores, provocados por el recorte presupuestal a la televisión, las propuestas fueron a favor de canales comerciales; estos crearían emulación y la televisión quedaría en manos de personal capacitado. Si en Lima, con menos tiempo en la televisión que Bogotá, ya había cuatro canales comerciales, ¿por qué aquí no?

Hernán Castrillón Restrepo (izquierda), presentador del *Noticiero Criptón*, transmitido entre 1987 y 1997 en diferentes horarios y canales. Fotografía de García, 12 de mayo de 1990. Archivo Fotográfico *El Espectador*.

Jorge Enrique Pulido (en el centro), director del noticiero *Mundo Visión* transmitido desde la planta de *El Espectador*. Fotografía de Ramírez, 19 de diciembre de 1988. Archivo Fotográfico *El Espectador*.

Sala de control del *Noticiero Nacional*. Fotografía de Ramírez, 6 de enero de 1992. Archivo Fotográfico *El Espectador*.





Cortinillas de
noticieros.

Archivo de la Fundación
Patrimonio Fílmico Colombiano.

Cuando el ministro de Comunicaciones anunció la posibilidad de una libertad de canales por decreto legislativo, encendió la polémica que alegró a los empresarios. El comentario editorial de *El Tiempo*, del 8 de diciembre de 1965, calificó el anuncio como broma de mal gusto, e inocentada, “capricho individual para amparar negocios”, que debería decidirse en el Congreso y no imponerse con las facultades de Estado de Sitio, vigentes en ese momento.

Por su parte, la Asociación Colombiana de Trabajadores de Televisión (Acotv), se puso en estado de alerta: “cualquier cambio debe ser fruto de aplicaciones técnicas y consultar la realidad nacional y la función cultural de la televisión” (comunicado de Acotv, 8 de diciembre de 1965).

Ellos defendían, desde luego, sus intereses. En cambio, el rector de la Universidad de los Andes, Mario Laserna, en un vigoroso comentario destacado en *El Tiempo*, identificó la iniciativa de la libertad de canales, como un interés de las agencias de publicidad. Según el proyecto en marcha, el Estado asumiría en su canal las tareas educativas y los canales privados, manejados por los publicistas “promoverían sus intereses de orden económico y político... Una vez dueños de los medios de difusión, los publicistas entrarán en posesión de los sentimientos, ideas y emociones de los ciudadanos”, agregó Laserna para explicar: “Ellos sí saben para qué es el poder. Llevar a lo más íntimo del hogar la capacidad de manipular los seres humanos. Por esta razón los países europeos no permiten canales privados de televisión”. Al lado de Laserna se alinearon quienes desde entonces consideraron a los canales privados como “una amenaza terrible” (*El Tiempo*, 18 de diciembre de 1965).

Una semana después los publicistas encontraron en las páginas de *El Espectador* un aliado inesperado. Refiriéndose al canal 9, César Simmonds Pardo, director de Inravisión, dijo aforísticamente: “la calidad es hija legítima de la competencia”. Confió al periodista y a sus lectores: “espero que para 1966 haya libertad de canales; soy partidario de ella y creo que el Estado solo debe entenderse con la televisión educativa y cultural, dejando la parte comercial a la empresa privada” (*El Espectador*, 30 de diciembre de 1965).

Muy pronto, la audiencia advertiría los cambios, como lo anotó el periodista de *El Espectador* a mediados de enero de 1966: “el anuncio de la programación del nuevo canal es un anticipo de lo que sucederá con una televisión de completa libertad; la cultura si no ayuda a vender cosas, será relegada al olvido”. Después de examinar la parrilla, concluía: “habrá que caracterizarla como un vasto desierto de la cultura”.

Años después, Luis Carlos Galán apuntaría certero: “Inravisión tampoco ha tenido criterio diferente al lucro. Ha defendido su dinero, pero no puso garantías similares en cuanto a los contenidos y la calidad de los programas”. En efecto, “el dinero sustituye todos los talentos y la más fértil de las imaginaciones” escribiría el profesor Carlos Uribe en su análisis de los cuarenta años de la televisión (Inravisión, pág. 454).

El predominio de los intereses del negociante, sobre cualquier otro propósito, llegó a ser tal que los propios anunciantes se vieron obligados a declarar que no estaban de acuerdo con la explotación del sexo, de la violencia, del consumo de drogas, de la brutalidad como medios de obtener sintonía. Así lo afirmaron los directivos de la Asociación Nacional de Anunciantes (Anda) en su declaración

de Cali sobre el contenido de la televisión en noviembre de 1992. Un año después, la Encuesta de Hogares encontraría que los modestos quince mil televisores del general Rojas se habían multiplicado: casi ocho millones de aparatos se encendían en el territorio nacional, solo que no para recibir contenidos educativos como en los primeros días, sino la detonante programación comercial impuesta por los empresarios.

No se podía obrar por fuera del imperativo de los intereses políticos y económicos que resultaban del hecho de un público cautivo, como nunca lo habían tenido los publicistas, y de unas enormes cantidades de dinero. Ante esto, una televisión idealista dedicada a producir y difundir contenidos educativos y de formación política, aparecía como una utopía.

Una encuesta de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (Anif) en 1982 había sido reveladora. Mientras la influencia de la radio era del 24,2% entre los votantes, la de la televisión era del 59%. Esto convertía a la televisión en el medio ideal para políticos y para publicistas; cualquiera fueran los argumentos en contra, la libertad de canales se reafirmó como el objetivo de los empresarios, apoyados por los políticos.

La fecha 24 de noviembre de 1997 difícilmente se borrará de la memoria del país y de los empresarios. Ese día culminó el esfuerzo por la libertad de canales y por la privatización de la televisión. Lo que Mario Laserna había mirado como una amenaza lo celebraron como un triunfo los empresarios de Caracol y RCN que ese día recibieron las adjudicaciones para operar “como canal nacional de operación privada”.

De programar y explotar comercialmente diez horas y media a la semana, pasaron a disponer de una programación de dieciocho horas diarias. Al comenzar el nuevo siglo la televisión colombiana había cambiado su aspecto. El Estado conservaba los canales oficiales de mínima sintonía para programas educativos y culturales, producidos con los dineros que deben pagar los canales comerciales; pero la gran sintonía, la “fiebre de televisión” que había comenzado entre la lluvia de aquella noche del 13 de junio de 1954, hace sesenta años, no es hoy para los canales oficiales. El sueño de los empresarios se ha cumplido y la televisión obra para la población, no como una fiebre, sino como una adicción, y para sus operadores como el mejor de los negocios. La televisión como escuela y ambiente para la democracia, aún está por descubrir. ■

BIBLIOGRAFÍA

- Bobbio, Norberto, *El futuro de la democracia*, México, Fondo de Cultura Económica, 2000.
- Bourdieu, Pierre, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997.
- Galvis, Silvia; Donadio, Alberto, *El Jefe Supremo. Rojas Pinilla en la Violencia y en el poder*, Bogotá, Planeta, 1988.
- Inravisión, Historia de una travesía. Cuarenta años de la televisión en Colombia*, Bogotá, Editorial Presencia, 1994.
- Monzón, Cándido, “Teoría de los efectos limitados” en Muñoz-Alonso, Alejandro *et al.*, *Opinión pública y comunicación política*, Madrid, Eudema Universidad, Manuales, 1992, págs. 242-280.
- Sartori, Giovanni, *¿Qué es la democracia?*, Bogotá, Altamir Ediciones, 1994.

Transmisión pública
de la inauguración de
la televisión. Bogotá,
13 de junio de 1954.

Emisión de la
Secretaría Nacional
de Asistencia
Social (Sendas),
noviembre de 1956.

Fotografías Archivo Luis
Alberto Acuña Casas.

