

MEDIOS Y AGENDA PÚBLICA

- Canal 13 todavía no despega –



Guillermo Rothschuh Villanueva*

VIVA NICARAGUA

Después de dos meses de estar en el aire (lunes 13 de junio), Canal 13 Viva Nicaragua, merece ser evaluado. Camila, Luciana y Maurice Ortega Murillo, son quienes lo dirigen. Maurice explicó que la señal estaría dominada por noticias a toda hora. Las promesas han quedado en el aire. No ha podido convertirse en un canal noticioso. Ojalá cumplan más adelante.

SU ATRACTIVO

Se fundamenta específicamente en una programación esencialmente nacional. Promueve las disciplinas artísticas y personalidades del mundo deportivo. También transmiten videos musicales y farándula. Tal vez esto sea lo mejor de su programación. Los programas para que la ciudadanía exponga los problemas que afectan sus barrios, resultan espacios necesarios.

REDES SOCIALES Y MÁS

Conscientes de la influencia de las nuevas tecnologías, crearon cuentas de Viva Nicaragua en Facebook, Twitter y YouTube. Cuentan con un blog y un sitio web con un podcast de transmisión en vivo. Lo que se Vive también creó su propia página. Lamentamos que sus informaciones en la web y su página no sean actualizadas. Un gran error. Desaprovechan que transmiten las 24 horas del día.

“LO QUE SE VIVE”

Se perfila como un noticiero enfocado hacia temas sociales. Posee dos ediciones, al mediodía con 2 horas y la edición estelar a las 6:00 p.m. Incluye notas informativas y reportajes sobre personajes populares del país. Dividido en bloques de noticias nacionales, políticas, económicas, deportivas e internacionales, todavía carece de orden y sistematicidad.



DEMASIADO GOBIERNISTA

La disponibilidad de recursos económicos, materiales, humanos y técnicos debería traducirse en propuestas de calidad informativa. El lunes 8 y martes 9 de agosto su contenido estuvo plagado de bloques internacionales y hechos deportivos. Las notas institucionales y reportes referidos a las obras sociales del gobierno, forman parte del grueso de su oferta diaria.

FUENTES OFICIALES

La fortaleza del noticiero viene a ser la disponibilidad de obtener declaraciones de funcionarios públicos, quienes por otra parte no brindan información a medios y periodistas ajenos al gobierno. Otra fuente son los simpatizantes del partido de gobierno. Los sondeos giran a su alrededor. Son consultados para que hablen del gobierno o sobre los opositores con el ánimo de cuestionarles.

VACIOS EVIDENTES

Notas como Shakira también juega golf, videoclip de Shakira y Dora La Exploradora, la cura de malestares con solo acostarse sobre los rieles de un tren, la serpiente que cayó sobre el parabrisas de un vehículo, el rumor acerca de un grupo de hackers que pretende acabar con Facebook este año, constituyen un ejemplo de ausencia de una agenda periodística de calidad. Periodismo light, demasiado light.

UNA “MELANGE”

Todo medio establece un orden decreciente de noticias más importantes a menos relevantes. La jerarquía informativa en este medio es inexistente. Pasan de un hecho social a noticias de farándula, luego discuten sobre acontecimientos políticos, intercalan bloques de noticias del ámbito deportivo. Tienen que ser más cuidadosos y rectificar esta mezcla cuanto antes.

PRESENTACIÓN NOTICIOSA

Un elemento distinto de “Lo Que se Vive”, viene a ser la forma que ofrecen las noticias. El presentador introduce la nota e invita al reportero a narrar los hechos. Cada intervención tiene una duración de 10 a 12 minutos en su edición de mediodía. ¿En verdad se han planteado alguna vez el papel que juega la síntesis periodística? Desperdician tiempo y recursos.

AGENDA INVARIABLE

Uno de los aspectos que resalta de manera evidente es que han mostrado poco interés por revisar cuáles son sus fortalezas y debilidades. Si lo hubiesen hecho no incurrirían en una reiteración cansina. El noticiero no ha tenido cambios de fondo. ¿Cuándo lo harán? Mientras más demoren menores probabilidades de enganchar una audiencia con una enorme oferta informativa.



LA EXPERIENCIA NO BASTA

El canal dispone de profesionales de la comunicación procedentes de distintos medios, con agendas informativas consistentes. Roberto Zúñiga, Héctor Rosales, Suyen Cortez Rojas, Camilo y Abel Calero se destacaban en sus noticieros. ¿Qué habrá pasado? ¿Por qué no despegan? ¿No se han percatado que se han convertido en voceros oficiosos del gobierno? ¿No hay nada que criticar?

SIN IDENTIDAD

Pese que su programación apuesta por un público joven y con recursos humanos también joven, el noticiero no termina por comprometerse con este sector social. Lo único definido es su convicción política partidaria. Mientras permanezcan ajenos a la crítica que debe formularse a la gestión pública, corren el riesgo de convertirse en un doble desmejorado de Canal 4.

TEMAS DOMINANTES

Para muestra un botón. Las últimas dos semanas centraron su atención en la entrega de buses rusos a las cooperativas de transporte urbano capitalino. El hecho fue mostrado en más de dos ocasiones. Otro temas recurrentes son las inauguraciones de obras realizadas por el gobierno en el interior del país. Demasiado oficioso. Roberto, todavía hay tiempo de evitar mayores traspies.

PLATO FUERTE

Las noticias deportivas destacan en la edición informativa de 12 del mediodía. Son presentadas en tres bloques a cargo de 4 periodistas, que brindan detalles informativos de distintas disciplinas. El programa Deportes 13 tiene su propia franja horaria con espacio de una hora en prime time. Los jóvenes buscan como destacar en un sector altamente competitivo. Son entusiastas y comprometidos.

EXCELENTE COBERTURA

El primero como el diez de agosto, transmitió en su horario habitual. Su cobertura fue completa, incluyó las expresiones de devoción religiosa manifestadas durante la traída y partida del santo. El palo lucio, las vacas culonas, el desfile hípico y demás expresiones fueron presentadas. Se desplegaron por toda la capital para captar cada momento de las festividades. Incluyeron también noticias de carácter nacional.

PRIMER ACERCAMIENTO

Nuestro juicio no es definitivo. Solo es un acercamiento a dos meses de haber iniciado sus transmisiones. Su futuro depende de la forma que sus jóvenes dirigentes encaren el momento y se planteen la necesidad de dar un golpe de timón. Un canal televisivo no debe ser fundado únicamente con el afán de convertirse en un vocero político predecible. Eso resta audiencia y credibilidad.

**Director del Observatorio de Medios-CINCO*