

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL CONTENIDO PERIODÍSTICO DE PROGRAMAS DE OPINIÓN
TELEVISIVOS EN GUATEMALA."
TESIS DE GRADO**

ANDREA RENATA MONTEJO AGUIRRE
CARNET 10843-10

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JUNIO DE 2015
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL CONTENIDO PERIODÍSTICO DE PROGRAMAS DE OPINIÓN
TELEVISIVOS EN GUATEMALA."**
TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
ANDREA RENATA MONTEJO AGUIRRE

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JUNIO DE 2015
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANA: MGTR. MARIA HILDA CABALLEROS ALVARADO DE MAZARIEGOS
VICEDECANO: MGTR. HOSY BENJAMER OROZCO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. NANCY AVENDAÑO MASELLI

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. MARIA ENID CUETO ORTI DE GOMEZ

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. ERICK RENÉ GÁLVEZ GORDILLO



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

Facultad de Humanidades
Teléfono: (502) 279 7979 ext. 2305
Fax: (502) 279 -7979 ext.2343
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016
Fac_hum@url.edu.gt

Guatemala,
28 de mayo de 2015

Señores
Miembros del Consejo
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar
Presente

Respetables señores:

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes para someter a su consideración el trabajo de investigación de la estudiante, **Andrea Renata Montejo Aguirre, carné: 1084310** previo a optar el grado académico de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

El trabajo se titula “**Análisis de la Calidad del Contenido Periodístico de Programas de Opinión Televisivos en Guatemala.**” He asesorado y revisado dicho trabajo y considero que reúne las condiciones necesarias de una investigación científica, por lo que les agradeceré se asigne el Revisor correspondiente para la Revisión Final de Tesis.

Atentamente,

Licda. Maria Enid Cueto de Gómez
Asesora



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 05927-2015

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante ANDREA RENATA MONTEJO AGUIRRE, Carnet 10843-10 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 05291-2015 de fecha 18 de junio de 2015, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL CONTENIDO PERIODÍSTICO DE PROGRAMAS DE OPINIÓN TELEVISIVOS EN GUATEMALA."

Previo a conferírsele el título y grado académico de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 19 días del mes de junio del año 2015.



Irene Ruiz Godoy

MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODÓY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar

ÍNDICE

RESUMEN.....	8
I. INTRODUCCIÓN.....	9
1.1 Antecedentes	10
1.2 Marco Teórico	15
1.2.1 Medios de comunicación.....	15
1.2.2 La televisión.....	16
• La televisión en Guatemala	17
1.2.3 Periodismo.....	18
a. Género periodístico.....	19
b. Género de opinión.....	22
c. Periodismo de opinión.....	23
1.2.4 Calidad Periodística.....	24
• Aspectos de la calidad periodística.....	28
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	30
2.1 Objetivos.....	31
2.1.1 Objetivo general.....	31
2.1.2 Objetivos específicos.....	31
2.2 Definición de Variables.....	32

2.3 Alcances y límites.....	33
2.4 Aporte.....	34
III. METODOLOGÍA.....	35
3.1 Tipo de investigación.....	35
3.2 Técnicas e Instrumentos.....	36
3.3 Unidades de análisis.....	37
a. “A las 8:45”.....	38
b. “Valdizán”.....	38
c. “Diálogos con Haroldo Sánchez”.....	39
d. “Dimensión”.....	39
3.3.1 Categorías.....	40
3.4 Procedimiento.....	49
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	50
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	61
VI. CONCLUSIONES.....	65
VII. RECOMENDACIONES.....	67
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	68
ANEXOS.....	73

RESUMEN

En el presente trabajo se investigó la calidad del contenido periodístico de los programas de opinión televisivos en Guatemala, el cual se pudo constatar que no ha sido estudiado previamente.

Para tal efecto, se realizó una investigación descriptiva con la utilización del método cuantitativo de análisis de contenido que permitió evaluar los datos sobre las características y componentes de la calidad de los programas de opinión. Debido a la extensión y diversidad de este tipo de programas televisivos, se eligieron cuatro programas, mediante un tipo de muestreo “sujetos-tipos”, siendo éstos: “A las 8:45”, “Valdizán”, “Diálogos con Haroldo Sánchez” y “Dimensión”, todos de producción en la ciudad capital. Se identificaron las principales categorías y sus correspondientes variables que definieron la presencia o no de las características de calidad en el programa. Para ello, se utilizaron hojas de cotejo sobre las cuales se vació el contenido de las transmisiones de los programas observados.

Una vez efectuado el trabajo, se observó que si bien varios de los programas presentan altos grados de calidad en ciertas categorías, presentan serias deficiencias en otras. De esa cuenta, se determinó que el programa Dimensión tuvo el mayor grado de calidad en cuanto al contenido del programa y a la presentación de invitados con experiencia sobre los temas que tratan. Los programas evidenciaron algún grado de influencia en la sociedad, aunque, con pocas reacciones por parte del público a través de las redes sociales. En general, la calidad del contenido periodístico de los programas de opinión televisivos guatemaltecos es inferior a la calidad que se puede observar en programas de opinión producidos en países con mayor desarrollo en el ámbito periodístico.

I. INTRODUCCIÓN

En Guatemala han surgido en los últimos años los programas de opinión televisivos, los cuales contribuyen a la formación ciudadana y a una interpretación política y social de los diversos hechos y fenómenos que se dan en el país. Sin embargo, hasta el momento no se ha investigado la calidad periodística de los mismos. Esta práctica se lleva investigando constantemente en diversos países desarrollados para determinar la influencia y aceptación que tienen los programas de opinión entre los receptores. Las principales características que se miden son la selección y elaboración de mensajes, el interés de la audiencia, las personalidades presentadas y su grado de influencia, así como también el apego a los principios morales y a la ética periodística.

El II Congreso Nacional e Internacional del Foro de Periodismo Argentino (2007), el Taller de periodismo (2004), diversas instituciones educativas, entidades de prensa y escuelas de periodismo en otros países, a través de algunas iniciativas han intentado evaluar la calidad periodística y encontrar los instrumentos que permitan lograr captar aquello que pueda interpretarse como calidad de las funciones y objetivos de los medios de comunicación. Al parecer no se trata solamente de buscar y establecer los mecanismos, sino de construir y profundizar en conceptos que sean relacionados con su operacionalidad para explotar las virtudes periodísticas a través de la calidad de contenido y la aplicación de valores éticos para que se califique la función que efectúa el medio al que se estudia. De sí, puede verse que, dicha labor tiene que ver con la cuantificación o calificación de funciones y cumplimiento de objetivos o resultados obtenidos por parte de los programas que se estudien.

Aún cuando el asunto sigue siendo controversial, la idea es buscar la manera de identificar el resultado del trabajo del equipo periodístico pasando por las fases de creación noticiosa hasta la producción final de la noticia e incluso hasta el grado de influencia que dichos mensajes tengan en la sociedad. Los

resultados del estudio acerca de la programación serán el producto de una labor de análisis e investigación sobre la información recolectada. El caso es que se trata de buscar los mejores indicadores que brinden la información que permita cumplir con la tarea.

El presente trabajo tiene como objetivo general desarrollar un análisis acerca de la calidad periodística de programas de opinión televisivos en Guatemala. La finalidad del trabajo es identificar mediante la metodología propuesta los indicadores que califiquen la calidad de las labores de cuatro programas identificados que han sido elegidos por el elevado rating que han mostrado a lo largo de su transmisión en Guatemala.

1.1 Antecedentes

Los antecedentes presentados a continuación muestran una síntesis de trabajos previamente realizados, relacionados con la calidad periodística de programas de opinión transmitidos por televisión en Guatemala. Debido a que el trabajo se realizará en el medio televisivo, hasta ahora, la publicación de trabajos sobre este tipo de programas es escasa. Sin embargo, dentro de los materiales encontrados, se tomaron en cuenta los trabajos, que aunque cubran otros medios de comunicación, sirven como marco de referencia para realizar este estudio.

Roldán (1999) en su tesis, realizó una investigación cualitativa a estudiantes de los últimos años de Licenciatura en Ciencia de la Comunicación de las Universidades San Carlos, Francisco Marroquín y Rafael Landívar, para determinar el nivel de aceptación del programa televisivo Libre Encuentro. Por medio de un cuestionario estructurado realizado a dichos estudiantes, se pudo determinar que existe aceptación por la mayoría del público, hacia el programa debido a que los temas tratados son de interés. Sin embargo, el horario de transmisión del programa es tarde y de una corta duración, los invitados no son los ideales y la conducción del programa no es la adecuada, por lo que, incide en la sintonía del mismo. En este trabajo, se concluyó que el programa Libre Encuentro informa a los ciudadanos sobre temas de interés con distintas opiniones, pero las

personalidades del sector público son las que participan con mayor frecuencia, lo cual, marca una tendencia política.

Por su parte, Archila (2013) realizó un análisis de contenido de ocho programas de opinión de radio, en el que se destaca la incidencia que pueda tener los puntos de vista que se vierten en dichos programas en la opinión del público radio escucha. A través de un método cualitativo y mediante el uso de hojas de cotejo, entrevistas a los presentadores de cada programa y tablas comparativas entre los mismos, logró establecer en primer lugar la tendencia ideológica de dichos programas. También llevó a cabo un análisis de contenido de los programas de opinión radiales, donde identificó la incidencia que se genera en la opinión pública, con referencia a los temas que son tratados en dichos programas. Concluye que todos los programas de radio analizados, giran hacia una misma tendencia ideológica, de derecha. Lo cual se estableció al observar la concentración de propiedad y el monopolio existente en el medio radial. Éstos factores generan directrices hacia una misma dirección y de alguna manera inciden en la orientación de los programas. No obstante, la participación de invitados, en muchas oportunidades de pensamiento diferente, pertenecían al sector público. A través de los instrumentos utilizados, Archila (2013) concluye que los medios escritos, que siguen siendo la mayor fuente de información pública, originan la realización de los programas de opinión de radio e influyen en su contenido.

En otro análisis de contenido realizado en televisión con los programas de opinión, López y Cirne (2005) identifican en los spots televisivos que se presentan en las principales televisoras abiertas mexicanas, los elementos que hacen que la publicidad televisiva sea eficaz. Para ello, los instrumentos fueron entrevistas a espectadores de programas televisivos, focus group a individuos del sexo femenino -porque el 85% de los spots se dirigían a dicho target- y una hoja de cotejo. Como la televisión es un medio masivo, las empresas transmiten su publicidad en este medio para dar a conocer productos y generar ingresos. El trabajo de López y Cirne (2005), se considera como un ejemplo del análisis del

tipo de publicidad pauta en los programas que contribuyan al reconocimiento de la calidad periodística. Se aplicaron 15 cuestionarios en los cuales se enumeran 15 elementos positivos y 5 elementos negativos de publicidad televisiva. Esto se agrupó en una lista de elementos semejantes y clasificados por un verbo en concreto. Después se dividieron en: estrategias, creatividad y producción. Como resultado, se logró identificar los elementos indispensables que permiten que la publicidad sea efectiva. Para esto, la estrategia publicitaria requiere la formulación de un mensaje que sea claro, corto y a su vez, atractivo, novedoso y útil. Se debe agregar un lema o slogan para promover la recordación de la marca, así como implementar música memorable ya que es uno de los elementos más eficaces para lograr comunicar el mensaje. Es necesario agregar el logotipo, siendo éste atractivo, visible, memorable y con colores llamativos. El spot debe provocar un cambio en la actitud del espectador, logrando un deseo de necesidad para obtener el producto.

De la misma manera, Teos (2005) investigó el contenido de los programas de opinión en la televisión, con la diferencia que analizó los talk shows basándose en la propuesta comunicacional de Ignacio de la Mota. El objetivo de ese estudio fue aplicar un análisis de contenido del programa “Laura en América” y divulgar los resultados a fin de ampliar el contexto de la comunicación. Dado que, un programa de televisión debe transmitir educación, orientación e información según Ignacio de la Mota, un mal enfoque transmite lo contrario, alentando los malos hábitos y falta de valores en la sociedad. Al realizar un análisis de contenido del programa “Laura en América”, se determinó que éste no es presentado de manera correcta porque aborda temas de violencia intrafamiliar sin censura para todo público. También limita la creación de opiniones críticas en los receptores. Los canales nacionales transmiten este tipo de programas solamente para generar más ingresos. El programa crea un espectáculo en el uso de la incitación a la violencia y la manipulación de la conductora del programa para levantar el ánimo del público e incitarlos a actuar de la misma manera. Estos tipos de programas no operan correctamente las leyes, decretos y códigos para su emisión.

Gutiérrez (2001), estudió el Noticiero Televisa para conocer los géneros periodísticos y el tipo de información transmitida, basándose en un análisis de contenido mediante un método de investigación cuantitativa de tipo descriptivo con el instrumento: fichas de análisis. El objetivo del presente trabajo fue determinar y clasificar el material informativo que se transmite diariamente en el Noticiero Televisa y con esto, establecer qué géneros periodísticos son los más utilizados, el tipo de información que proporciona diariamente y la distribución entre el contenido informativo y la publicidad. A raíz de lo anterior, se concluye que el género más utilizado en el Noticiero Televisa fue la noticia, seguida del reportaje y la noticia-entrevista; no obstante, los temas más tratados se localizaban en el área de “otros” y “deporte”. Cabe mencionar que los problemas sociales, económicos y políticos de México y el mundo entero, son mencionados muy pocas veces. Otro factor que influye en la investigación es la publicidad, la cual ocupa entre un 32 a 39 por ciento de tiempo, factor que reduce el tiempo total del Noticiero de manera significativa ya que cada transmisión no sobrepasa los 50 minutos.

Igualmente, Mendía (1991) estudió los editoriales del medio Prensa Libre y sus funciones, por medio de un análisis de contenido. Utilizó el método de investigación cuantitativo con apoyo de instrumentos de hojas de cotejo y entrevistas, para determinar los requisitos que deben cumplir los editoriales de medios impresos de acuerdo con lo establecido por el Washington Post (1978). Se tomó en cuenta que las funciones incluyen: referencia sobre el tema, entretener, influir, estimular el pensamiento y ser un medio para generar opinión. Determinó que la función sobresaliente en los editoriales analizados fue la de “referencia sobre el tema”. No obstante, las demás funciones se encontraron presentes en dicha sección del diario Prensa Libre a excepción de la función de “entretener”, por lo que Mendía (1991) concluyó que “se demuestra un grado de influencia hacia los receptores lo suficientemente alto como para generar atributos influyentes, ya sean positivos o negativos hacia una persona, acontecimiento o sector determinado” (p. 47). Este estudio brinda un ejemplo del uso de hojas de cotejo como instrumento de medición principal en el análisis de contenido.

Así también, Chávez, Urbina y Valencia (2002) investigaron la incidencia de los programas de televisión sensacionalistas en la opinión pública salvadoreña, respecto a la imagen de la mujer para conocer la influencia que éstos programan reflejaban en el pensamiento de los salvadoreños, especialmente su percepción en la mujer. Mediante una investigación mixta, se realizaron cuestionarios a hombres y mujeres de 21 a 45 años y se determinó que el horario en que se transmiten dichos programas, llamados también “talk shows”, no son los adecuados pues es cuando la mayoría de niños y amas de casa ven la televisión. Debido a que los mismos poseen una influencia relevante en la sociedad, las personas adoptan comportamientos de violencia, formas de vestir, formas de hablar, entre otros.

Por su parte, Soto (2004) analizó el papel que juegan los medios de comunicación en una sociedad en transición política hacia la democracia. Investigó las características y funciones de los medios de comunicación, y los medios en Guatemala por medio de una investigación cualitativa. Como consecuencia, logró determinar que éstos son formadores de una conciencia crítica en la sociedad, mediante sus programas informativos y la incidencia en la opinión pública, no solamente en el tema político. Es importante mencionar que la televisión en Guatemala carece de variedad en programas informativos, debido a la concentración de propiedad existente. Los medios entonces, adquieren un papel fundamental en el desarrollo democrático. Es necesario que los mismos mantengan un balance entre su papel lucrativo y la responsabilidad que tienen ante la sociedad.

Se puede observar en los materiales encontrados, la falta de publicaciones sobre programas de opinión periodísticos transmitidos por televisión. En las investigaciones encontradas, Roldán (1999) y Archila (2013) identifican que la mayoría de programas tienden a utilizar invitados que pertenecen al sector público los cuales obedecen a una tendencia ideológica.

De lo anterior, se observa que para evaluar la calidad periodística se debe tomar en consideración distintos métodos funcionales para el análisis de contenido. Categorías tales como el tipo de invitado, las opiniones de personas directamente involucradas o afectadas en los temas tratados en los programas, así como la identificación de las funciones del programa y el grado de influencia del programa en la sociedad.

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Medios de comunicación

Según Colegio24hrs (2004) “la transmisión oral de noticias es la forma de comunicación, es decir de intercambio de información, más antigua creada por las sociedades humanas. Hoy la oralidad se ha vuelto a convertir a través de la radio y la televisión en el principal canal de información” (p.4). Se completa con Zamora (2004), los medios de comunicación constituyen el nuevo universo simbólico en el cual se piensa, se actúa y se siente, dando como resultado el conjunto de valores, estilos de vida, información, acción política y educativa. Todo esto también encierra las prioridades, las perspectivas y los enfoques de la información. Para al final realizar una mirada crítica sobre la información.

Para Petit (2010), la comunicación es la esencia del hombre para producir el intercambio de información, desde la gestualidad, el manejo del lenguaje, la creación de los medios y la inclusión de la tecnología. Con la revolución tecnológica entramos a un punto si la influencia y el impacto cultural de los medios de comunicación es la que estructura un pensamiento o el desarrollo de sus identidades en los receptores de la información.

“A nivel tecnológico han sucedido los intentos de incorporación de diferente tecnologías de medios de comunicación, previa difusión social (como la televisión y el ordenador) en aparatos únicos que han obtenido diferentes niveles de éxito” (Cardoso, 2009, p. 31)

De esta cuenta, se hace evidente que los medios de comunicación son esenciales para difundir información sobre cualquier tipo. Con la ayuda de la

tecnología se han empleado nuevas técnicas y herramientas para que el mensaje llegue al receptor, siendo uno de los principales medios de información la televisión. A continuación se dará a conocer su importancia.

1.2.2 La televisión

“En el siglo XX la televisión se constituyó en una de las grandes revoluciones en la forma de comunicar, una revolución en los métodos de informar y en los modelos de producción y difusión que ha pervivido con más fuerza tras la irrupción de internet y las redes sociales. Pensar en información y entretenimiento en la sociedad actual en la que el *homo videns* y el *homo digitalis* han desbancado por completo a sus antecesores, es hablar de la televisión como un elemento central, democratizador, universal y familiar” (Caldera y Arranz, 2013, p. 13).

“La televisión es entendida como un servicio público esencial de los ciudadanos que debe estar enmarcada dentro de los valores democráticos en un estado de derecho. Por ello, sus programaciones no pueden ampararse en la libertad de expresión, difundir mensajes atentatorios contra los derechos fundamentales y la propia Constitución. La autoría de este trabajo defiende la necesidad de conjugar los contenidos televisivos con el derecho a la información y la formación de los ciudadano”. (Pinedo, 2006, p. 3).

Mañas (s.f) indica que existen dos modelos para organizar el flujo de información en televisión: el independiente y el integrado, los cuales se dan en función de factores que atienden los géneros periodísticos a los que pertenece el programa de televisión en el cual se inserta la documentación. Ya que, la forma de organizar y realizar las entregas de información en cada uno es distinta. Las características principales del modelo independiente es la localización de material audiovisual y escrito en fuentes externas al ente. Y también en el control propio del material a través de distintas bases de datos diseñadas para el programa. Este modelo se basa en el género audiovisual documental, en el cual se divide en tres etapas: previa a la entrevista, posterior a la entrevista y gestión global de todos los materiales. El modelo integrado tiene características como: estar inscrito en el

sistema de gestión documental general de TVE y el seguimiento de la cadena documental tradicional.

Según León, Azevedo, Baquero, Francés y Salcedo (2010) el objetivo de la televisión no es llegar a la razón si no a que las emociones y sentimientos se despierten en los espectadores, con la utilización de contenidos ligeros y de poca profundidad pero transmitiéndolo de forma amena. Por esa razón, existen varios programas tanto científicos, de valores educativos e informativos para construir discursos.

La televisión tiene una diversidad de herramientas para difundir un mensaje y estos vienen acompañados de diferentes técnicas para construir un programa. Una de estas es el periodismo para crear una opinión crítica en la sociedad. La televisión es uno de los medios de comunicación masivos para difundir un mensaje, en Guatemala la televisión ha estado por más de 50 años. En Guatemala existe la televisión abierta y cerrada. La televisión abierta que son los canales 3, 7, 11 y 13, son transmitidos por la señal VHF, que da como resultado ser más comerciales y con más cobertura nacional, también el canal 5 es transmitido por esta señal pero no es tan comercial como los demás. Los canales de televisión cerrada, transmitidos por la señal UHF son los canales religiosos (21 y 27) y el canal 33 de la Universidad de San Carlos. La televisión cerrada se transmite por medio de 386 empresas de cable y cuenta con dos canales guatemaltecos que son: Guatevisión y Canal Antigua.

- **La televisión en Guatemala**

Cajas (2010), menciona que la aceptación de la televisión ha sido influida por intereses económicos, políticos, y un manifiesto desinterés por la calidad temática de sus contenidos. De tal manera que, el monopolio de los canales existentes en el país, conduce a programaciones que en pocas oportunidades son guatemaltecas o de producción nacional original. Como ejemplo menciona, la lucha de poder de orden mercantilista entre los canales más importantes como fueron Televisiete y Canal 3, ya que esto motiva la competencia con otros canales televisivos como Canal Antigua, Azteca Guatemala y Guatevisión.

Así también, Cajas (2010) indica que la televisión en Guatemala en los primeros años tuvo dificultades para llevar a cabo su realización como un medio de comunicación masivo. Todo empezó en el 18 de septiembre de 1955, donde se realizó la primera transmisión en el canal 8 (TGW). Se transmitió la imagen de Pedro Vargas orando el Padre Nuestro. Este canal fue el primer canal y en 1956 surgió el primer canal privado: canal 3 con las iniciales TGBOL.

Con el pasar de los años salió al aire el canal 11 que se identificó como “La voz de Centroamérica”. Después sufrió problemas legales con el Estado y las licencias para trabajar. En el año de 1964 salió canal 7 otro canal privado, el primer canal de Centroamérica que operó con un equipo de video, con la idea de cubrir el territorio nacional. Fue el primer canal que incluyó varios programas como son: noticieros, partidos y programas de fútbol y de debate, así como de entretenimiento.

Catorce años después apareció canal 13 con el nombre de “Tele Trece” con transmisión a color. A principios de los años 80 fueron comprados los canales 3 y 7 por el empresario mexicano Ángel Gonzales. En esta misma década entraron en bancarrota los canales 11 y 13 los cuales fueron adquiridos por este mismo empresario. En esta misma década se empezó a introducir lo que es la televisión por cable.

Según Cajas (2010), en el año de 1999 aproximadamente el 75% de la población en la ciudad de Guatemala tenía el servicio de cable. El canal Guatevisión fue creado a principio del año 2003, el cual se transmite por cable.

A pesar de los altibajos, la televisión guatemalteca ha tenido crecimiento en sus 59 años de operaciones, contribuyendo a fomentar el periodismo.

1.2.3 Periodismo

“El periodismo es a la vez una profesión y un arte, pues los periodistas aplican habilidades especializadas y se someten a normas en común. Así pues, ¿qué hace del periodismo algo distinto de otras ocupaciones, como la medicina o el derecho, que pueden ser descritas en los mismos términos? La mayor diferencia

es quizá el papel especial que los medios informativos desempeñan en una sociedad libre” (Potter, 2006: p.4).

Para Gronemeyer (2006) el periodismo es una vocación y un compromiso para resguardar y potenciar especialmente determinados valores como la verdad, la libertad y la justicia, cuyo objetivo esencial es el correcto ejercicio a la hora de realizarlo, que se apoya en lo teológico, buscando la libertad para investigar y difundir de manera tácita en los medios periodísticos para que se trascienda.

Según García (2008) el nuevo periodismo son las nuevas formas de comunicación, que transmite hechos y sucesos informativos de interés general. Nos presenta una nueva realidad en la cual aporta a los materiales de comunicación y las características del contenido. El periodismo tiene como objetivo principal informar a la minoría, en la adquisición del conocimiento y de las habilidades para darle a conocer con el resto de la sociedad, y cada vez más se complementa con la tecnología. Es esencial la mezcla de las imágenes que da un gran valor y credibilidad con las palabras, es un complemento para transmitir algo más que palabras. Concuerda con Jervis (2006) que el periodismo responde a la necesidad consustancial del ser humano de comunicarse, que se entere de lo que sucede en su comunidad, crea diálogo, controversias, reacciones y críticas.

El periodismo es fundamental en el momento de realizar una opinión o crear una nota para difundir información a las personas que no tiene acceso a la misma, pero es necesario llevar una línea de trabajo y reglas para obtener un periodismo en opinión.

a. Género periodístico

Según el Comercio (2004), los géneros periodísticos son las distintas formas que puede adoptar la información. Existen dos géneros que son: Informativo y de opinión. Estos se dividen en diferentes modalidades informativas que contiene sus propias características.

Dentro del género informativo se encuentran los siguientes:

- Noticia: es el género básico del periodismo. Consiste en una información breve, clara y concisa de un acontecimiento reciente que provoque interés o curiosidad.
- La entrevista: es una herramienta de comunicación que contiene una serie de preguntas y respuestas. El entrevistado es una persona que posee una relevancia pública o es un experto sobre el conocimiento en una determinada materia.
- El reportaje: el periodista explica un hecho, en el cual contienen antecedentes, consecuencias y valoraciones, pero no están sus opiniones. Se basa en una historia protagonizada por diversos actores relacionada con un contexto específico y dependiendo del medio que se realice se puede incluir texto, imágenes o sonidos. Es más completo que la noticia por su manera de narración.
- La crónica: es una técnica del periodismo en forma cronológica y detallada de determinados acontecimientos. Se utiliza frecuentemente para los deportes y espectáculos, la mayoría de veces lo realizan corresponsables.

Dentro del género de opinión se encuentran los siguientes:

- El editorial: es la opinión del medio de comunicación sobre un asunto de actualidad, generalmente política.
- El artículo de opinión: es realizado por profesionales especializados en una materia determinada, sin importar su profesión. El autor describe un tema que es acompañado de hechos y argumentos para tener una base.

- La crítica: es el juicio u opinión de un especialista sobre un espectáculo cultural como puede ser una obra de teatro, una película, o un concierto. El crítico distingue lo que vió y da su punto de vista sobre el tema que está hablando.
- Columna: es un texto breve de interés y de característica singular con una fisonomía, una presentación tipográfica constante, y tiene además un nombre no cambia.
- Epigrama: es un texto breve con composiciones poéticas que se expresa con un solo pensamiento principal.
- Caricatura: Aguirre (1990) expresa que “la caricatura es una forma de comunicar opinión sobre un hecho de actualidad, utilizando el dibujo humorístico, con o sin palabras, que explique su mensaje”. (p.42).
- Reseña: escrito breve, generalmente de una publicación, en que se describe de forma concisa una noticia, un trabajo, un contexto entre otras.
- Ensayo: según Vivaldi (1993), es un escrito que expone un problema cualquiera, con intención didáctica, desarrollo personal y fragmentario, en ocasiones mas intuitivo que erudito, más sumergidor que definitorio.

Para Ortiz y Cuzco (2004) “El género periodístico se define en función del papel que juega el narrador o emisor del mensaje en relación a la realidad

observada; algunos teóricos de la comunicación definen los géneros periodísticos como formas de comunicación culturalmente establecidas y reconocidas en una sociedad un sistema de reglas a las cuales se hace referencia para realizar los procesos comunicativos” (p.47).

Todo medio televisivo tiene su programa informativo con una duración de treinta minutos o una hora. Contiene una entradilla, el orden de las noticias y secciones temáticas también incluye la sección de opinión. Se trabaja con imágenes en movimiento, audio y lenguaje comprensible. Se divide en dos géneros el primero es el informativo que es una interpretación contextual de la información en la que no existe una explicación y la segunda es la interpretativa que aparece el periodista. A continuación se explicará de manera más profunda este último, ya que el objetivo de este estudio se centrará en los géneros de opinión.

b. Género de opinión

Para Campos (2007), los géneros interpretativos buscan aclarar el sentido de las noticias aparentemente dispersas. Su afán es mostrarle al público la secreta armonía de los hechos. Darle la clave del por qué ocurrieron las cosas y no describir simplemente qué cosas ocurrieron.

Según Santibañez (2006) interpretar, desde el punto de vista periodístico, consiste en buscar el sentido a los hechos noticiosos que llegan en forma aislada. Situarlos en un contexto, darles un sentido y entregárselo al lector (o auditor) no especializado.

Charnley (1971) entiende por interpretación el material subyacente o circunstancial o gravitante en el suceso que origina la noticia, presentado objetivamente y sólo con el propósito de ayudar al público destinatario a situar el acontecimiento en el debido contexto. Los géneros periodísticos de opinión, las características que predominan son en la función apelativa, la expresiva y a veces la poética. Sus rasgos son: subjetividad o personalización, la estructura y el estilo

del mismo dependen de la actitud del autor, las modalidades en la exposición de una tesis u opinión.

c. Periodismo de opinión

Warren (1975), en su libro: géneros periodísticos informativos, considerado el manual sobre las reglas de redacción periodística más importante, menciona que los textos que se reproducen habitualmente en un periódico pueden colocarse en dos categorías: *Story* y *comment* (historia y comentario). *Story* es la narración o descripción de los hechos susceptibles de convertirse en noticias. Por tanto, *comment* es la interpretación de los juicios de valor o del análisis de los hechos que se describan en la nota. Warren resalta que de acuerdo a la variedad de textos con opiniones que se publican en los diarios de habla hispana, conviene considerar como concepto equivalente a *comment* la palabra o artículo de opinión, quedan comprendidos aquí los textos de opinión referidos a los temas de actualidad como los editoriales, los comentarios, las columnas de opinión, el suelto y la crítica. Pero también deberían incluirse subgéneros del tipo de los ensayos, las tribunas libres, los artículos costumbristas, de humor, retrospectivos, la crónica y el reportaje interpretativo, la nota de color y la de servicio; y todo texto que involucre la opinión del periodista o del medio gráfico de comunicación social sin que necesariamente haya una vinculación directa con noticias recientes.

En resumen, el periodismo de opinión es aquel en el que se utiliza la opinión o el comentario personal para dar un punto de vista acerca de un tema noticioso que esté a la orden del día.

El periodismo de opinión también puede ser llamado periodismo interpretativo el cual “es una nueva forma de codificar el periodismo descriptivo y que es el tratamiento ideológico interesado de los hechos que se suscitan” (González y Brizuela, 2006: p. 53).

Fagoaga (1982) afirma que este tipo de periodismo es el punto intermedio entre la opinión pura y la información aséptica y objetiva, entiéndase como la necesidad de informar al lector, dejándole un espacio para la reflexión. Los

periodistas no sólo reproducen lo que ven y oyen, ejercen también una investigación sobre lo acontecido porque los hechos no se producen descontextualizados de una situación económica, social y política concreta. Los hechos no surgen aislados de una realidad más amplia, se insertan en ella. Esto significa que el género periodístico de opinión busca aclarar el sentido de las noticias, pretende mostrar al receptor la relación que existe entre los hechos y así explicarle por qué sucedieron las cosas y no simplemente informar de lo ocurrido.

Se consideran tres aspectos básicos en la conformación de este estilo según Fagoaga (1982): la referencia al hecho de actualidad, el análisis o los datos que buscan explicarlo y, por supuesto, la valoración o los datos estimativos que intentan prever consecuencias. Sin dichos elementos, el mensaje no cumpliría con su función: explicar la noticia, ubicarla dentro de su contexto más amplio, profundizarla y analizarla, ofreciendo al lector los elementos necesarios para que se forme su propio juicio. El presente estudio se enfoca en el examen de la calidad periodística de los programas a observar.

1.2.4 Calidad Periodística

El II Congreso Nacional e Internacional del Foro de Periodismo Argentino (2007), indica que la experiencia profesional es clave para la investigación periodística, ya que otorga al periodismo un escalón cualitativo según la excelencia. Así también, indica que el patrimonio más grande de todo periodista es su credibilidad, por estar asociada a la calidad de la investigación periodística. Dicha credibilidad aparecerá si existen periodistas y medios de comunicación con firme propósito de ejercer valores éticos y periodísticos, ya que dichos valores son el equilibrio, la imparcialidad, la pluralidad y la separación entre información, opinión y publicidad. Asimismo, existen otros valores que aumentan la credibilidad del periodista como la corrección adecuada de los errores periodísticos y el derecho a réplica. Todo eso surge de un fuerte examen de conciencia y ejercicio maduro de la autocrítica, lo que hace que el periodismo sea más creíble y de mejor calidad.

Para Pellegrini y Constanza (2006), en la industria, con el público y especialmente con la academia, es donde se definen los estándares profesionales y éticos, que dan como resultado la evaluación del trabajo de los medios informativos. Esto sirve como punto de partida para enfrentar este panorama posiblemente contradictorio, y para la búsqueda que se vincula con el concepto de calidad.

Pero qué significa calidad en el proceso periodístico o de producto intelectuales. Es una conexión, a los valores y normas, que no son aceptadas de manera universal como elementos de juicio. Sin embargo, el valor agregado en el periodismo es lo que añade el medio en la información que el público puede obtener directamente. Se puede entender este aporte en dos funciones básicas. La primera, es la función notarial, en la que entre todos los hechos y fuentes, el periodista selecciona los existentes y los confiables. Y la segunda, es la función de asignación de sentido, a la cual el medio organiza, jerarquiza y coloca todos los hechos para que sean comprensibles al exponerlos a la sociedad.

“La problemática de la calidad de la información y la percepción que de ella tiene el público ha comenzado a formar parte de las preocupaciones de un sector importante de periodistas, que consideran que la información es un tipo peculiar de producto y que, por tanto es el público lector de ese producto el que define su calidad” (De la Torre y Téramo, 2005: p.177). Lo anterior es debido a que en la producción noticiosa entran en juego el conocimiento de los intereses y necesidades del público, la capacidad que tiene el periodista de entregar y procesar la información sin distorsionar la realidad, habiendo seleccionado y jerarquizado el contenido de la noticia. Un medio funcionará de manera eficaz, contribuyendo al desarrollo social y la democracia cuando sus parámetros de calidad se involucren en la producción de los programas.

El II Congreso Nacional e Internacional del Foro de Periodismo Argentino (2007), publica en su texto “Estándares profesionales e indicadores de calidad periodística” que las bases del origen de la información deben de tener las siguientes características:

- Toda noticia tiene que estar atribuida a una fuente oral (citada en forma on the record si es posible) o documental. Los receptores tienen derecho a conocer el origen de la información. Esta es una norma básica del contrato de los periodistas con lectores, televidentes u oyentes.
- Hay que resistirse a conceder el off the record, que puede ser contemplado sólo cuando esté en peligro la vida, la integridad física, la estabilidad laboral de la fuente o se pueda recusar a un juez o fiscal entre otras circunstancias importantes. El off the record se concede a pedido del entrevistado o fuente y no a la inversa.
- Toda noticia basada en fuentes anónimas deberá citar por lo menos dos fuentes independientes entre sí.
- Nunca se publicarán ataques, opiniones descalificatorias o agresiones a terceros basados en fuentes anónimas.

También, menciona las responsabilidades adicionales de los periodistas:

- En las noticias controversiales, como denuncias o críticas, deberá requerirse la opinión del denunciado y publicarla. Si se niega, se informará a los lectores que la gestión en tal sentido fue hecha.
- Corresponde que el periodista se identifique como tal siempre que se va a citar el testimonio de una persona en una nota. Se deberá tener el consentimiento del entrevistado cuando se lo grabe.
- Las citas textuales deben respetar fielmente lo que las fuentes dicen, tanto en su contenido como en su espíritu, sin supresiones distorsivas. Cuando se trate de fuentes no entrenadas para enfrentar a los medios, se evitará potenciar su dificultad de expresión o mala praxis.

- El periodista siempre deberá consignar el lugar en el que se encuentra para reportear. Los hechos que no fueron presenciados o las declaraciones que no fueron obtenidas deberán ser atribuidos correctamente.
- Copiar fragmentos de trabajos ya publicados por otros medios sin mencionar su procedencia es una falta grave. Informar el hecho como un hallazgo propio es una explotación deshonesto del trabajo ajeno.
- Los periodistas deben tener una formación de suficiente nivel, preferentemente universitaria, que les permita manejar todas las herramientas necesarias para ejercer con calidad nuestra profesión.
- Los periodistas están obligados éticamente a la capacitación permanente.

Para que exista un periodismo de calidad también existen ciertas responsabilidades compartidas que los periodistas y el medio tienen que tener, éstas son las que se describen en el II Congreso Nacional e Internacional del Foro de Periodismo Argentino (2007):

- Las fotografías y videos deben ser fieles a la realidad que intentan reflejar. Este principio excluye expresamente escenas montadas con propósitos de manipulación. Cuando se realice un montaje para ilustrar, se deberá explicar a los receptores que se trata de una recreación.
- Se debe garantizar el acceso de la mayor cantidad de voces al tratamiento informativo y buscar que la pluralidad de actores sociales tenga la posibilidad de expresarse en los medios. El desarrollo de éste postulado hace a la construcción de una democracia con múltiples y diversos exponentes, y a la amplitud de opciones para los ciudadanos.

- El periodista y el medio deben rectificarse lo más rápido posible si se dan cuenta de que se publicaron datos falsos, incluso por acción de terceros. La fe de erratas debe estar en un lugar visible. Si el error fue inducido por la acción de terceros, es obligación del periodista y del medio identificarlos y explicar expresamente lo ocurrido, para que el ciudadano esté informado de la situación. La aplicación del código de ética, como el aprobado por FOPEA en 2006, se traduce en la práctica de un mejoramiento de la calidad periodística. A sus postulados nos remitimos.
- Los periodistas deben mantenerse ajenos a la venta de publicidad u otros intereses comerciales o financieros en beneficio propio o de la empresa en la que trabajan, así como la empresa no puede exigirle al periodista tareas ajenas a su actividad.
- Periodistas y medios deben comprometerse con valores claves de la democracia como la libertad de expresión, la defensa de las libertades individuales y los derechos humanos, el pluralismo y la no discriminación.

- **Aspectos de la calidad periodística**

Según Puente, Alessandri, Mujica, Pellegrini y Porath (2004) el primer aspecto que se debe tener en cuenta para la calidad periodística, es el nexo entre noticias actuales, es decir las noticias que son publicadas o emitidas enseguida, si no pierden vigencia; con el tiempo se encontró la relación entre noticias duras y blandas. La cual se diferencia entre las urgencias, relevancia y otras variables como la información más significativa. El segundo aspecto es la relevancia, tanto de las personas y del tiempo, que conlleva el instrumento del impacto socio-emocional que resulta en el factor humano.

Otros puntos a tomar en cuenta son las pautas informativas de cada medio, su originalidad y diversidad. El nivel de las fuentes es una de las características

principales para la calidad periodística. Para que tenga una calidad periodística el proceso de realizar una nota es necesario las tres dimensiones que son: el estilo de las notas, el contenido de elementos informativos y el énfasis dado a los distintos modos de presentación posible. En la prensa escrita se considera el nivel narrativo, la estructura y el aporte de los elementos gráficos que acompañan al texto. Y en la televisión la utilización de imágenes, sonidos y música de fondo, y el número de cuñas. Todo este conjunto de características son esenciales para realizar un periodismo de calidad para poder transmitirlos al público dirigido.

Los temas tratados dentro del marco teórico son utilizados para la investigación, sobre la importancia de tener una buena calidad de periodismo y la utilización de los medios de comunicación haciendo un énfasis en la televisión, para realizar un análisis de contenido de los programas de opinión de Guatemala. En el cual explica su misión, los objetivos, el contenido de los programas y de quienes lo conducen, con la búsqueda de ampliar el conocimiento en la sociedad.

II. Planteamiento del problema

Debido a la necesidad de la sociedad por obtener información constantemente, se dio la innovación de los medios de comunicación electrónicos, empezando con países que evolucionaron rápidamente por medio de la tecnología como “Estados Unidos, Gran Bretaña y Alemania en donde se propició un gran impulso a la televisión” Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (1953). Según Barrios (2011), la televisión en Guatemala es el medio de comunicación de mayor influencia en los hogares, desde su transmisión oficial a través del “canal 8 (TGW)” en 1955, se introdujo en las actividades normales de la sociedad y los individuos por medio de cobertura masiva y variedad de programas.

Para lograr mayor cantidad de receptores, se requiere que los canales televisivos tengan programaciones ágiles para el receptor, que entre otras cosas, incluyan aspectos que llenen las necesidades del público, como noticias y análisis de problemáticas nacionales. Esto, con el fin de informar a la sociedad sobre temas de interés. Entre ellos se encuentran los programas periodísticos de opinión los cuales dan a conocer al público temas de interés social, cuya característica es que no solamente brindan información sino argumentos que ayuden a promover el pensamiento crítico y la conciencia social.

En Guatemala, en los últimos años se ha dado un “boom” de programas de opinión televisivos, y muchos de éstos programas se han criticado señalando que no cuentan con una calidad periodística adecuada para sus receptores. “El producto informativo que están ofreciendo actualmente los medios de comunicación no responde con garantías a las exigencias que un periodismo de calidad marca: veracidad, actualidad, interés público, comprobación, contraste de fuentes, pluralismo y rigor” (Coello y Mateos, 2004, p.341). Sin embargo, no existe aún un estudio sobre la calidad periodística que los programas ofrecen a sus receptores.

Por las razones anteriores, se hace necesario analizar los factores de

calidad de los programas periodísticos de opinión. Este trabajo se centra en el análisis de contenido de programas de opinión televisivos, lo cual según Krippendorff (1997) es una técnica de investigación que a partir de determinados datos, formulan deducciones reproducibles y válidas que se apliquen a su contexto. Dentro de la gama de los existentes actualmente, se analizaron los siguientes programas de opinión nacionales: “A las 8:45”, “Valdizán”, “Diálogos con Haroldo Sánchez” y “Dimensión”; por ser transmitidos en horarios de mayor cobertura. Los presentadores son personas que tienen prestigio periodístico y los canales en donde se transmiten poseen un alto rating, asimismo se encuentran tanto en televisión abierta como en televisión por cable.

Efectuar un análisis de contenido de los programas de opinión en la televisión que se realizan en Guatemala se considera de vital importancia para contar con los elementos necesarios que permiten llegar a conocer la calidad periodística que este género emergente posee. Con este estudio, se logra un conocimiento más amplio sobre las condiciones, características y resultados que hasta ahora se logran en Guatemala a través de los programas de opinión.

De esta cuenta, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el nivel de calidad periodística con que se realizan los programas de opinión televisivos en Guatemala?

2.1 Objetivos

2.1.1 Objetivo general

Desarrollar un análisis sobre la calidad del contenido periodístico de programas de opinión televisivos en Guatemala.

2.1.2 Objetivos específicos

- Determinar la calidad del contenido periodístico de los programas de opinión televisivos.
- Evaluar la aplicación de los valores éticos y morales del contenido periodístico de los programas de opinión televisivos.

2.2 Definición de Variables

- Calidad periodística:

Definición conceptual: Se define como una conexión entre los valores y normas que son aceptadas de manera universal como elementos de juicio al analizar la calidad de la producción periodística. Asimismo, como señala Pellegrini y Constanza (2006), es el conjunto de parámetros que se imponen en el proceso de una buena producción periodística.

Definición operacional: Para fines de este estudio, se midió la calidad periodística de los programas televisivos de opinión en Guatemala, a través de los siguientes indicadores:

- a. Tipo de Invitado: las características de los invitados a los distintos programas (sexo, expertiz, comentarista, sector).
- b. Funciones que pretende cumplir el programa: encontrar los objetivos principales del programa (referencia sobre el tema, entretener, influir, estimular el pensamiento, ser un medio para generar opinión, separación de la noticia de la opinión y de publicidad).
- c. Grado de influencia del programa en la sociedad: analizar los ratings y los comentarios del público (opiniones de personas directamente involucradas o afectadas en los temas tratados, reacciones negativas y positivas de la audiencia en las redes sociales).
- d. Contenido del programa: Análisis del tema tratado en el programa. (contenido comprensible, fuentes confiables, conocimiento de los intereses y necesidades del público, contenido seleccionado y jerarquizado de la noticia, relevancia, información significativa para la sociedad).
- e. Recursos utilizados en el programa: análisis de la forma y cantidad del empleo de audiovisuales, imágenes, sonido y música, fidelidad de fotografías y videos.

- f. Ética del presentador: características en el cumplimiento de valores significativos en el periodismo (credibilidad, imparcialidad, presentación de fuentes confiables, uso de lenguaje, lenguaje corporal).
- g. Ética del invitado: características en el cumplimiento de valores significativos para el periodismo (uso de lenguaje, lenguaje corporal).

- Programas de opinión

Definición conceptual: Se define como “el tipo de programa periodístico en el que se utiliza la opinión o el comentario personal para dar un punto de vista acerca de un tema noticioso que esté a la orden del día” Warren (1975)

Definición operacional: Se entiende como programa de opinión las producciones periodísticas de:

- a. A las 8:45: programa diario, transmitido en Canal Antigua. Es la edición central de la franja noticiosa en dicho canal.
- b. Valdizán: programa transmitido 5 veces por semana, por el canal Tv Azteca. Sus emisiones son a partir de las 11:30 de la noche, horario de baja audiencia.
- c. Dimensión: programa transmitido por canal 3, una vez por semana en día domingo a las 8:00pm.
- d. Diálogos con Haroldo Sánchez: programa transmitido una vez por semana en día miércoles, por el canal Guatevisión, en horario nocturno de 10:30pm.

1.3 Alcances y límites

El presente estudio abarcará un análisis de contenido de cuatro programas de opinión de televisión de canales nacionales mencionados anteriormente durante un período de monitoreo de mes y medio de duración. No se tomaron en cuenta otros programas nacionales.

El análisis abarcó la agenda temática de cada programa, de acuerdo con los indicadores determinados (ver indicadores). Las limitaciones de este estudio

fueron el análisis de programas transmitidos en canales guatemaltecos y no otros canales extranjeros.

2.4 Aporte

Se pretende que esta investigación ayude a que los periodistas y comunicadores en general cuenten con un estudio de base para ampliar conocimientos acerca de la calidad del periodismo de opinión en formato audiovisual. Se espera también, el surgimiento de nuevos programas de opinión con la participación de profesionales en comunicación que puedan utilizar los resultados obtenidos en esta investigación para realizar programas con buena calidad periodística.

Otro aporte es ayudar a los productores a evaluar las características de sus programas de opinión para crear opiniones propias y no generalizadas o manipuladas. Al estar más conscientes de los atributos que los caracterizan, los productores de programas de opinión serán más responsables con la personas que los observen.

La presente investigación servirá para realizar estudios profundos sobre la influencia de los programas de opinión en Guatemala. Analizando el nivel de rating de dichos programas para observar las influencias de estos al momento de informar a los ciudadanos de forma responsable y eficaz.

III. Metodología

Se realizó una investigación descriptiva la cual según Hernández, Fernández y Baptista (2006) la investigación descriptiva evalúa y recolecta datos sobre las características y componentes de los fenómenos a estudiar. Se utilizó el método cuantitativo que, como menciona Hernández et al. (2006), permite la recolección de datos para probar hipótesis, con base numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y poder lograr teorías en bases a resultados concisos. Este método generaliza los resultados de una manera más amplia, otorgando control sobre los fenómenos y un punto de vista y magnitudes de éstos. “Asimismo, brinda una gran posibilidad de réplica y un enfoque sobre puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares.” (Hernández et al., 2003, p.19).

Se tiene como objetivo analizar el contenido en los programas que se investigarán, los cuales serán “Valdizán”, “A las 8.45”, “Diálogos con Haroldo Sánchez” y “Dimensión”, siendo todos programas de opinión periodísticos nacionales.

3.1 Tipo de investigación

Para ello, el presente trabajo se desarrolló de forma descriptiva como se mencionó anteriormente, debido a que se pretendió conocer cómo está funcionando el fenómeno de los programas de opinión en Guatemala. Tal como menciona Hernández, Fernández y Baptista (2006), el estudio descriptivo busca especificar las prioridades, características y el perfil de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a un análisis.

Para fines de este estudio, se realizó el análisis de contenido el cual, según Hernández, Fernández y Batista (2001), se manifiesta a través de signos lingüísticos y el uso del lenguaje para transmitir conocimientos para comprender los conocimientos que son transmitidos por otros. Uno de los principales objetivos del análisis de contenido es conseguir la comprensión de los datos lingüísticos y extraer la información de allí.

Para Krippendorff (1997), el análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, con unos datos, consecuencias válidas que pueden aplicar en el contexto.

Por otro lado, Martín (2005), menciona que es un proceso de investigación, clasificación y codificación del contenido investigado. Una de las grandes ventajas de este método es su eficacia para analizar los contenidos mediáticos, con aplicaciones tan concretas como cuantificar el número y tipo de anuncios publicitarios emitidos en un medio audiovisual o publicado en un periódico.

Para fines de esta investigación, el análisis de contenido se efectuó por medio de la codificación, ya que las características más importantes del contenido en los mensajes, se transformaron en unidades para la descripción y análisis, mediante la asignación de los códigos en cada uno de los indicadores identificados en cuanto a la existencia o no existencia de los elementos que se juzgaron.

Para realizar la codificación es necesario definir el universo, las unidades de análisis y las categorías. También Duverger (1962), complementa que el análisis de contenido consiste en clasificar todos los elementos de un texto, agrupándolos para que dé como resultado final el número de elementos en cada casilla.

En consecuencia, se consiguió la información mediante la clasificación de los elementos que contienen los programas, su agrupación y conteo para la obtención de los resultados que brindaron la técnica propuesta.

3.2 Técnicas e Instrumentos

Para analizar el análisis de contenido se utilizó la siguiente técnica:

- Hoja de Cotejo:

Según Hernandez, Fernández y Baptista (2006) este instrumento sirve para identificar el texto y recoger unidades de análisis. La lista de cotejo es una herramienta que se puede utilizar para observar sistemáticamente un proceso al ocupar una lista de preguntas cerradas. A través del uso de esta herramienta, se

analizan los problemas y se averigua si la solución a un problema se ha implementado de manera adecuada y está aportando los resultados esperados. Una lista de cotejo también se puede utilizar para verificar si un proceso tiene consistencia basándose en el diagrama de flujo del mismo.

La estructura de la hoja es semejante a un cuestionario. Consta de una serie ordenada de voces, que se pueden considerar como si fueran preguntas dirigidas al texto. Las voces pueden ser abiertas, cerradas o estructuradas (como las preguntas del cuestionario), según se pueda o no definir previamente una lista de respuestas.

En la presente investigación, la hoja de cotejo sirvió para el análisis de contenido de los programas de opinión que existen en Guatemala. (Ver Anexo #1)

3.3 Unidades de análisis

Las unidades de análisis de la presente investigación fueron las emisiones diarias de cuatro programas periodísticos de opinión transmitidos en los canales de la ciudad de Guatemala: “A las 8:45”, “Valdizán”, “Diálogos con Haroldo Sánchez” y “Dimensión”. Se consideran estos programas por pertenecer a canales guatemaltecos con alto número de receptores, estos canales son: Guatevisión, Canal Antigua, Tv Azteca Guatemala y Canal 3. Asimismo, se eligieron los programas mediante la muestra sujetos-tipos, “donde el objetivo es la riqueza, profundidad y calidad de la información, y no la cantidad y estandarización” (Hernández et al. 2006, p.232).

Para determinar el tiempo en que se analizaron dichos programas, se tomó en cuenta la técnica de muestreo semana-tipo, la cual según Wimmer y Domminck (1996), consiste en componer una “semana” a través de la selección al azar de los programas de opinión televisivos. Dicha técnica se realizó durante un mes y medio, con una rotación de los días de análisis por cada programa, teniendo un total de seis programas a analizar de distintos días. Esto es, en el caso de los programas “A las 8:45” y “Valdizán”, ya que estos se transmiten de lunes a viernes. En el caso de “Diálogos con Haroldo Sánchez”, y “Dimensión”, se

analizaron los seis programas que se transmitieron en el mismo período, ya que éstos son de carácter semanal.

Por medio de la técnica de muestreo semana-tipo, no se limita a un tiempo específico sino a eventos que transcurren en distinto período de tiempo, garantizando así, un contenido más exacto.

A continuación se presentan los perfiles de los programas periodísticos de opinión televisivos analizados.

a. “A las 8:45”

Canal	Canal Antigua
Horario	Lunes a Domingo a las 20.45 PM
Presentador(es)	Paola Hurtado, Juan Luis Font, Claudia Méndez y Pedro Trujillo
Descripción del programa	Es la edición central de los Noticieros de Canal Antigua. En ella presentan un repaso por los hechos que fueron noticia para dar paso, luego, al análisis de los principales acontecimientos del día.

b. “Valdizán”

Canal	Tv Azteca
Horario	Lunes a Jueves 11.30 PM, Sábado 8.30 PM
Presentador(es)	José Eduardo Valdizán
Descripción del programa	Valdizán es un programa de entrevistas que dirige José Eduardo Valdizán, en donde entrevista a expertos o involucrados en hechos que hayan sido un acontecimiento noticioso, generalmente se abarcan temas políticos.

c. “Diálogos con Haroldo Sánchez”

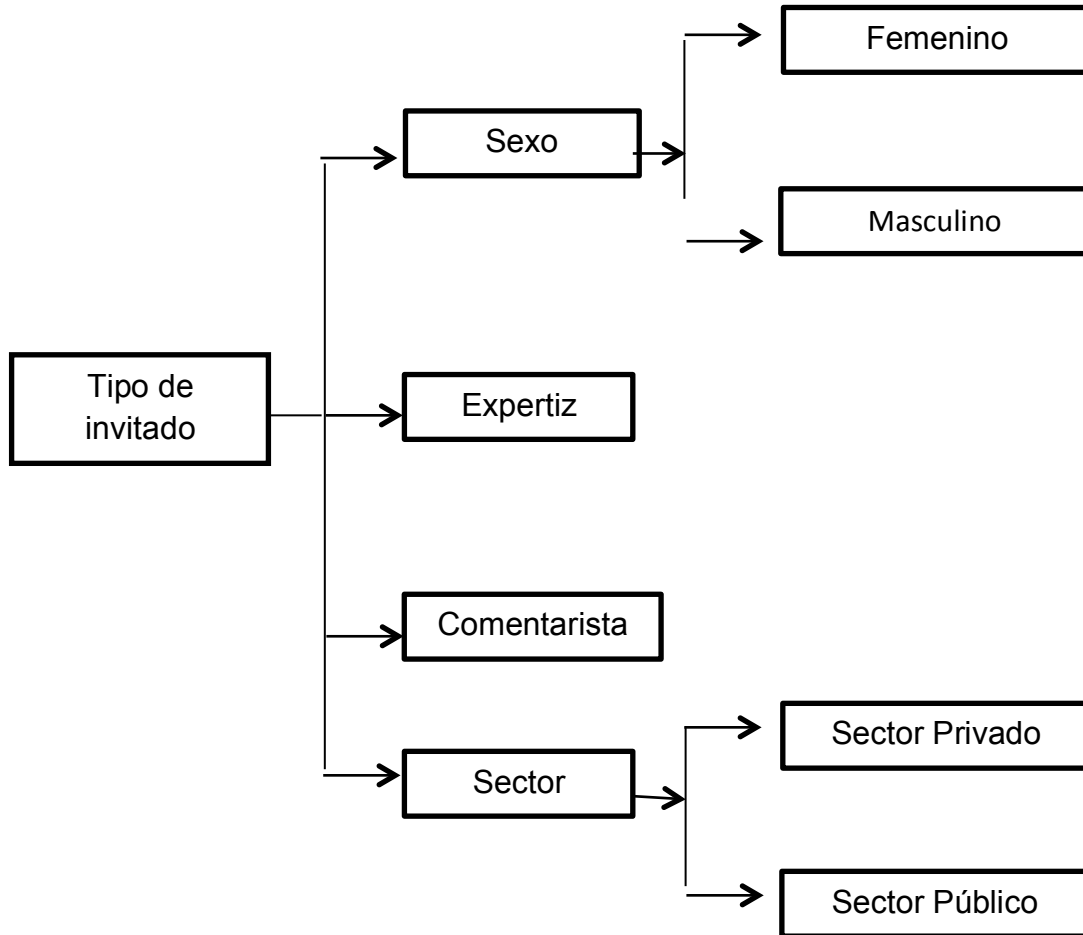
Canal	Guatevisión
Horario	Miércoles 10.30 PM
Presentador(es)	Haroldo Sánchez
Descripción del programa	Diálogos con Haroldo Sánchez es un programa conducido por él mismo. En dicho programa se caracterizan las entrevistas a personajes involucrados en acontecimientos noticiosos de la actualidad nacional.

d. “Dimensión

Canal	Canal 3
Horario	Domingos 8.00 PM
Presentador(es)	Dionisio Gutiérrez
Descripción del programa	Dimensión, nace con el ánimo de motivar la conciencia cívica y despertar el ánimo ciudadano. Este programa de televisión semanal tipo revista, auspiciado por la Fundación Libertad y Desarrollo, se plantea como una plataforma de expresión y participación que pretende generar reflexión, acción y propuesta seria respecto a los complejos problemas que aquejan a la sociedad guatemalteca y centroamericana. (Tomado del perfil colocado en la página web del programa www.dimensiontv.com)

3.3.1 Categorías

Categoría No.1

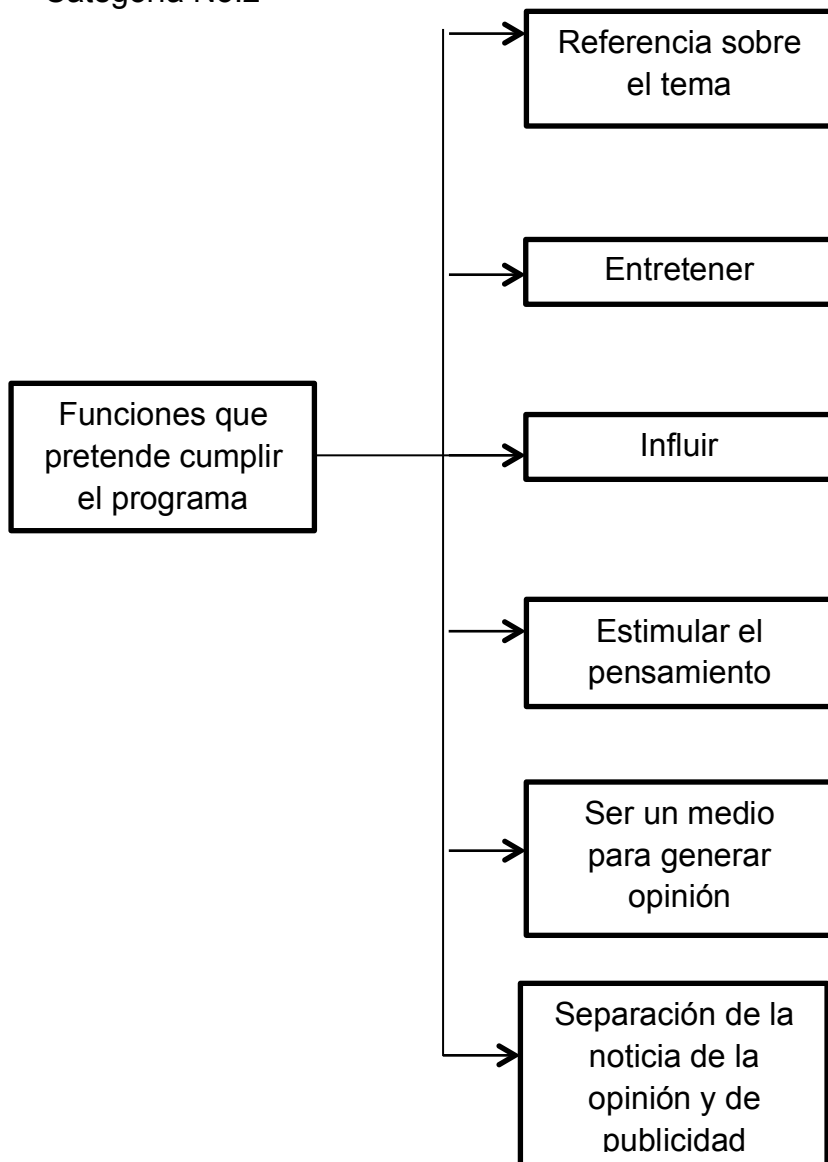


Definiciones para la investigación:

- Femenino: Persona del sexo femenino.
- Masculino: Persona del sexo masculino
- Expertiz: Hábil o con mucha experiencia en algo.
- Comentarista: Persona que comenta regularmente noticias, por lo general de actualidad, en los medios de comunicación.

- Sector Privado: está conformado por las diversas empresas y organizaciones que su propiedad no es gubernativa.
- Sector Público: son las instituciones, corporaciones y delegaciones que pertenecen al Gobierno.

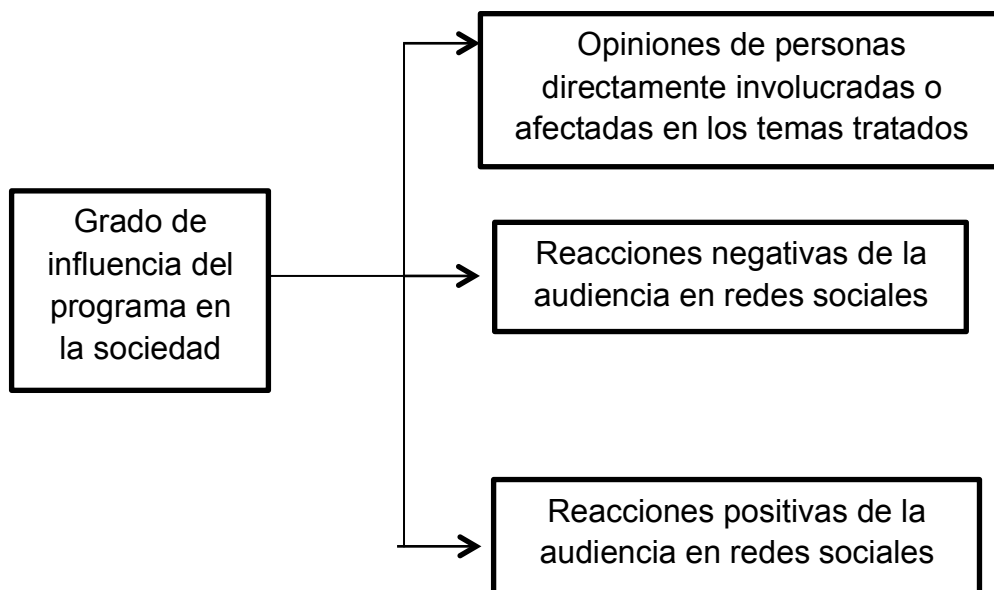
Categoría No.2



Definiciones para la investigación:

- Referencia sobre el tema: Relación, dependencia o semejanza sobre el tema de que se va tratar.
- Entretener: las características principales de la entretención es la de divertir, recrear y amenizar.
- Influir: Producir sobre una personas un efecto negativo o positivo.
- Estimular el pensamiento: incitar, excitar las ideas y pensamientos del receptor.
- Ser un medio para generar opinión: un medio de comunicación para que los receptores produzcan su opinión.
- Separación de la noticia de la opinión y de publicidad: La noticia es objetiva, es decir, no se inclina a una opinión en especial ni se hace con el fin de publicitar a algo o a alguien.

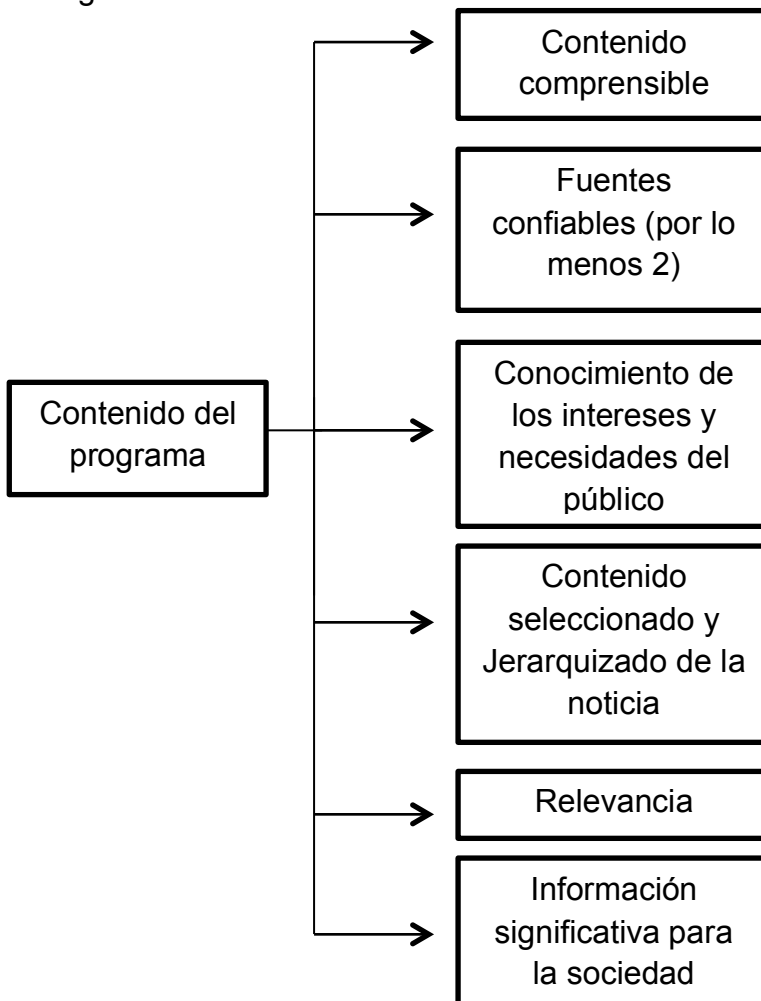
Categoría No.3



Definiciones para la investigación:

- Opiniones de personas directamente involucradas o afectadas en los temas tratados : comentarios o puntos de vistas en primera persona.
- Reacciones negativas de audiencia por redes sociales: Comentarios u opiniones generados por un tema y expresados en las diferentes redes sociales.
- Reacciones positivas de audiencia por redes sociales: Comentarios u opiniones generados por un tema y expresados en las diferentes redes sociales.

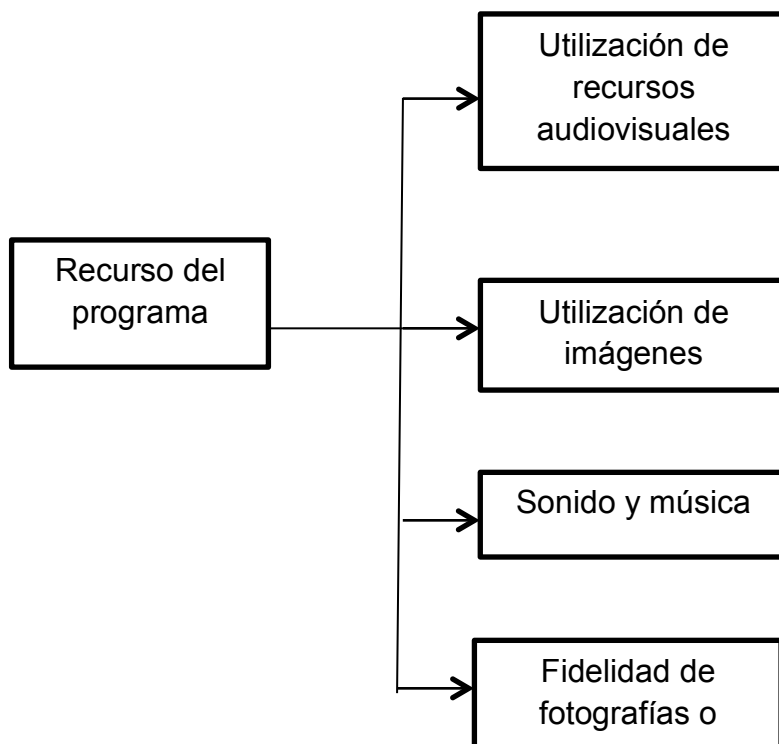
Categoría No. 4



Definiciones para la investigación:

- Contenido comprensible: tema a tratar que se puede entender fácilmente.
- Fuentes confiables: autores o documentos académicamente o profesionalmente reconocidos.
- Conocimiento de los intereses y necesidades del público: reconocer las afinidades y obligaciones del público hacia el tema o situación tratada.
- Contenido seleccionado y jerarquizado de la noticia: elegir el tema cuidadosamente, organizado por orden de importancia.
- Relevancia: es de gran importancia la noticia para transmitir.
- Información significativa: información fundamental que se debe incluir en la noticia.

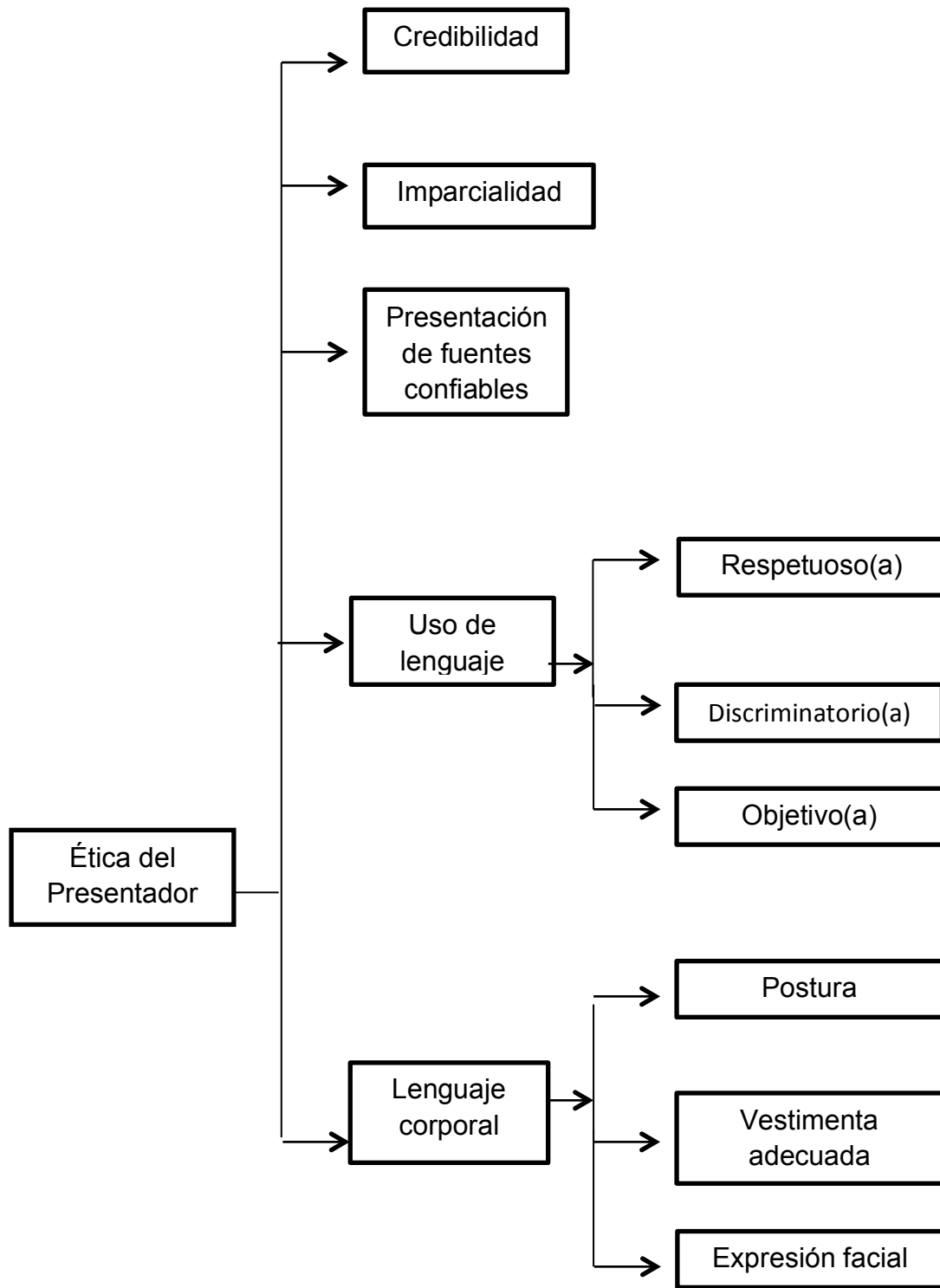
Categoría No.5



Definiciones para la investigación:

- Utilización de recursos audiovisuales: utilización de cámaras, pantallas, equipo de sonido, presentaciones en general.
- Utilización de imágenes: de las noticias que se están presentando.
- Sonido y música: sonido natural de las noticias y música que identifiquen al programa
- Fidelidad de fotografías o videos: las fotografías y los videos expuestos deben ser fieles a la realidad que se intenta reflejar.

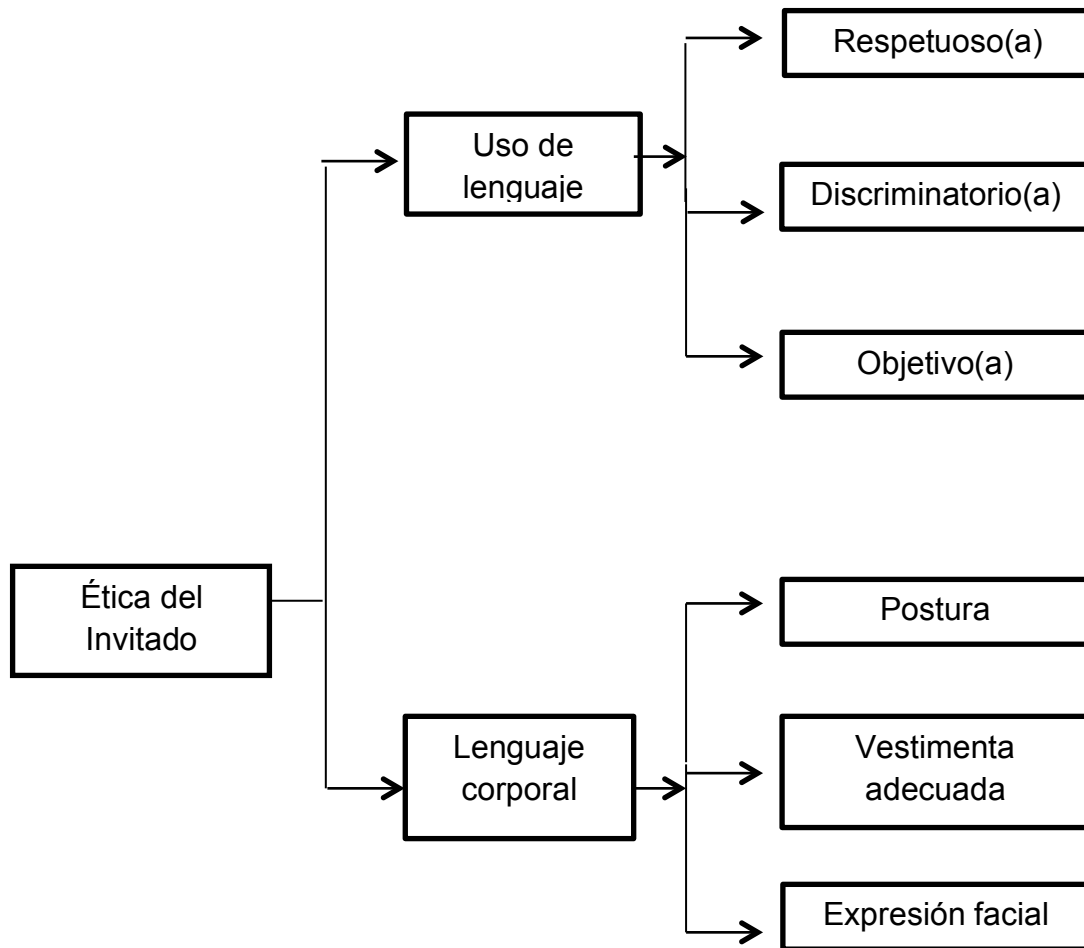
Categoría No.6



Definiciones para la investigación:

- Credibilidad: característica de lo creíble o aceptable.
- Imparcialidad: objetividad, carencia de prejuicios.
- Presentación de fuentes confiables: autores o documentos académicamente o profesionalmente reconocidos.
- Respetuoso(a): que causa o mueve a veneración y respeto.
- Discriminatorio(a): dar trato de inferioridad a una persona o colectividad por motivos raciales, religiosos, políticos, etc.
- Objetivo(a): perteneciente al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir.
- Postura: posición, actitud o modo en que alguien o algo está puesto.
- Vestimenta adecuada: seguir las normas, implícitas o explícitas, y los códigos del vestir existentes en una sociedad o cultura y vestirse de acuerdo a las condiciones climáticas.
- Expresión facial: expresión de las emociones y los estados afectivos a través de la cara.

Categoría No.7



Definiciones para la investigación:

- Respetuoso(a): que causa o mueve a veneración y respeto.
- Discriminatorio(a): dar trato de inferioridad a una persona o colectividad por motivos raciales, religiosos, políticos, etc.
- Objetivo(a): perteneciente al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir.
- Postura: posición, actitud o modo en que alguien o algo está puesto.

- Vestimenta adecuada: seguir las normas, implícitas o explícitas, y los códigos del vestir existentes en una sociedad o cultura y vestirse de acuerdo a las condiciones climáticas.
- Expresión facial: expresión de las emociones y los estados afectivos a través de la cara.

3.4 Procedimiento

- Selección de la bibliografía utilizada para la investigación.
- Elaboración del marco teórico basado en la bibliografía seleccionada.
- Elección de los sujetos e instrumentos utilizados en el trabajo.
- Diseño y elaboración del instrumento.
- Análisis de los programas de opinión mediante la tabulación de las variables encontradas en el instrumento.
- Resumen de los resultados encontrados en las hojas de cotejo.
- Análisis de los resultados en base a los objetivos.
- Presentación de conclusiones y recomendaciones.

IV. Presentación de Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos del análisis realizado a los programas de opinión televisivos en Guatemala, que son objeto de la presente investigación.

Los programas televisivos analizados fueron: “A las 8:45”, de canal Antigua; “Valdizán”, del canal Tv Azteca; “Diálogos con Haroldo Sánchez”, de Guatevisión y “Dimensión” del canal 3.

Se analizaron 6 transmisiones de cada programa, para un total de 24 programas analizados. Para lo anterior, se tomó como base la técnica de muestreo semana-tipo. Según Wimmer y Domminck (1996) en ésta técnica se debe componer una “semana” a través de la selección al azar de programas de opinión televisivos. Dicha técnica se realizó durante un período de mes y medio.

El instrumento utilizado para el trabajo de campo fue una hoja de cotejo, que consta de siete categorías a observar en cada programa. Éstas son: tipo de invitado, funciones que pretende cumplir el programa, grado de influencia del programa en la sociedad, contenido del programa, recurso del programa, ética del presentador y ética del invitado.



Los resultados obtenidos en la gráfica muestran:

Género: Dimensión tuvo el porcentaje más alto en la participación de invitados del sexo femenino con un 83%. Los programas Valdizán y Diálogos con Haroldo Sánchez alcanzaron un 33%, mientras que A las 8:45 no tuvo invitados del género femenino (0%).

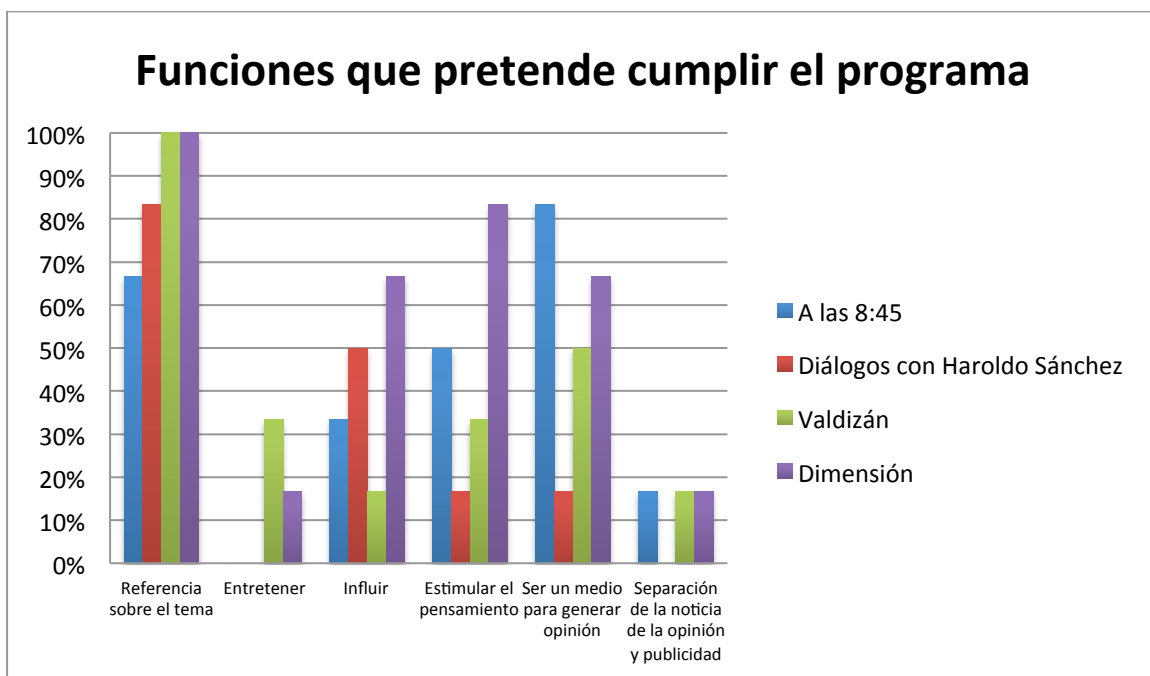
Expertiz del invitado sobre el tema: A las 8:45 y Dimensión obtuvieron el 83% de participación de invitados con experiencia en los temas abordados, seguido de Valdizán con el 50% y por último, Diálogos con Haroldo Sánchez con 17%.

Comentarista (especializado): para esta categoría, únicamente el programa Dimensión presentó a invitados comentaristas con un 17%, mientras que, A las 8:45, Diálogos con Haroldo Sánchez y Valdizán no presentaron este tipo de invitado.

Presencia del sector público: Dimensión alcanzó el 83%, seguido por los programas A las 8:45, Diálogos con Haroldo Sánchez y Valdizán que obtuvieron

un 17%.

Presencia del sector privado: A las 8:45 alcanzó un 50%, Valdizán y Dimensión obtuvieron el 33%. Diálogos con Haroldo Sánchez obtuvo solamente 17%.



Los resultados obtenidos en el cumplimiento de las funciones fueron:

Referencia sobre el tema: Valdizán y Dimensión obtuvieron el 100%, Diálogos con Haroldo Sánchez logró alcanzar un 83% y A las 8:45 66%.

Entretener: Valdizán obtuvo el porcentaje más alto en la función de entretener con un 33%, luego se encuentra Dimensión con 17%. Los programas A las 8:45 y Diálogos con Haroldo Sánchez obtuvieron 0%.

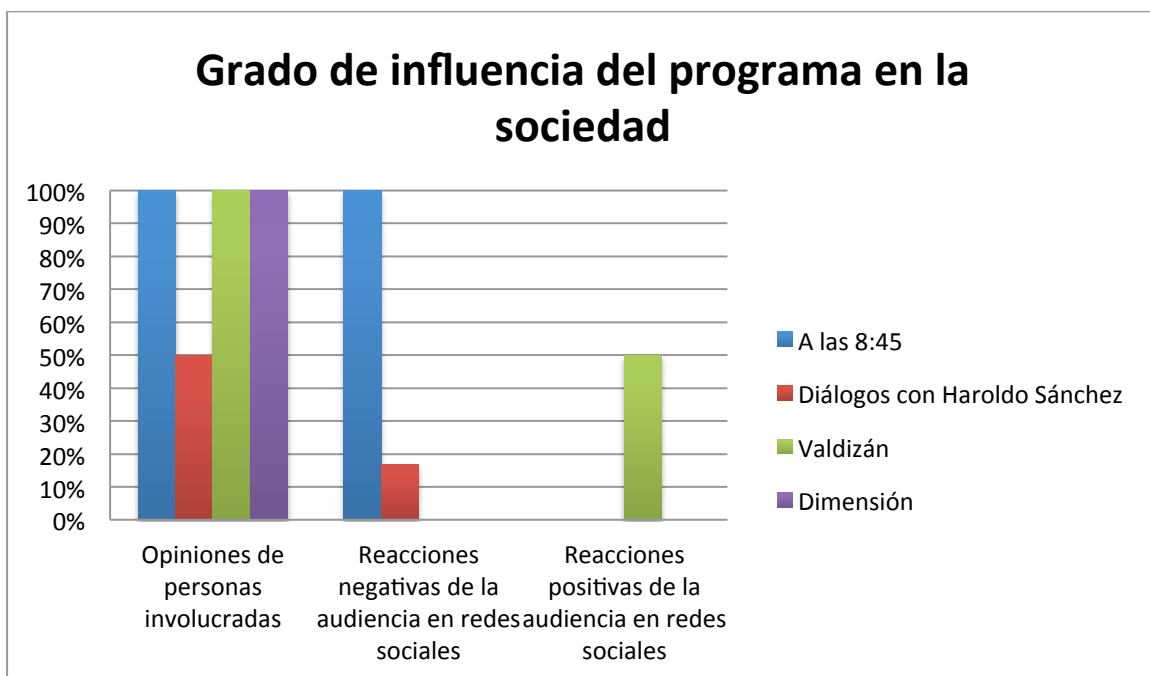
Influir: Dimensión con 67%, luego se encuentra Diálogos con Haroldo Sánchez con 50%. A las 8:45 logró obtener el 33% y por último, el programa de Valdizán obtuvo solamente 17%.

Estimular el pensamiento: Dimensión obtuvo el más alto grado con 83%, A las 8:45 con 50%, Valdizán 33% y por último Diálogos con Haroldo Sánchez con solamente 17%.

Ser un medio para generar opinión: A las 8:45 prevaleció en esta sub-categoría con 83%. Luego se encuentra Dimensión con 66%, Valdizán con 50% y

por último, Diálogos con Haroldo Sánchez con el 17%.

Separación de la noticia de la opinión y publicidad: A las 8:45, Valdizán y Dimensión el 17%, mientras que Diálogos con Haroldo Sánchez obtuvo un 0%.

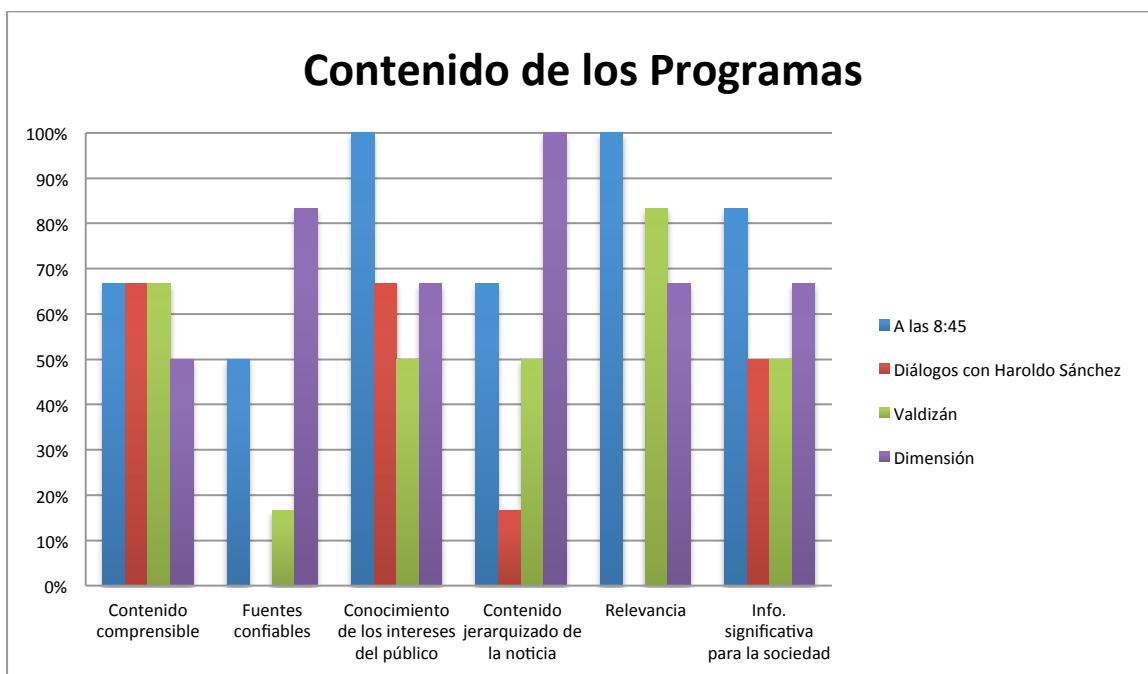


Los resultados obtenidos para el grado de influencia del programa en la sociedad fueron:

Opiniones de personas involucradas: se encuentra presente en un 100% en los programas a las 8:45, Valdizán y Dimensión. Diálogos con Haroldo Sánchez alcanzó el 50%.

Reacciones negativas de la audiencia en redes sociales: A las 8:45 obtuvo el 100% de reacciones negativas en redes sociales, mientras que Diálogos con Haroldo Sánchez logró un 17%. Valdizán y Dimensión cuentan con 0%.

Reacciones positivas de la audiencia en redes sociales: solamente Valdizán obtuvo el 50% en esta sub-categoría. Los otros programas obtuvieron 0%.



Los resultados obtenidos en el contenido de los programas fueron:

Contenido comprensible: A las 8:45, Diálogos con Haroldo Sánchez y Valdizán obtuvieron el mismo porcentaje de 67% y Dimensión alcanzó un 50%.

Fuentes confiables: Dimensión obtuvo el porcentaje más alto con un 83% de fuentes confiables, seguido de A las 8:45 con el 50%, luego Valdizán con 17%. Diálogos con Haroldo Sánchez no presentó fuentes confiables, obteniendo un 0%.

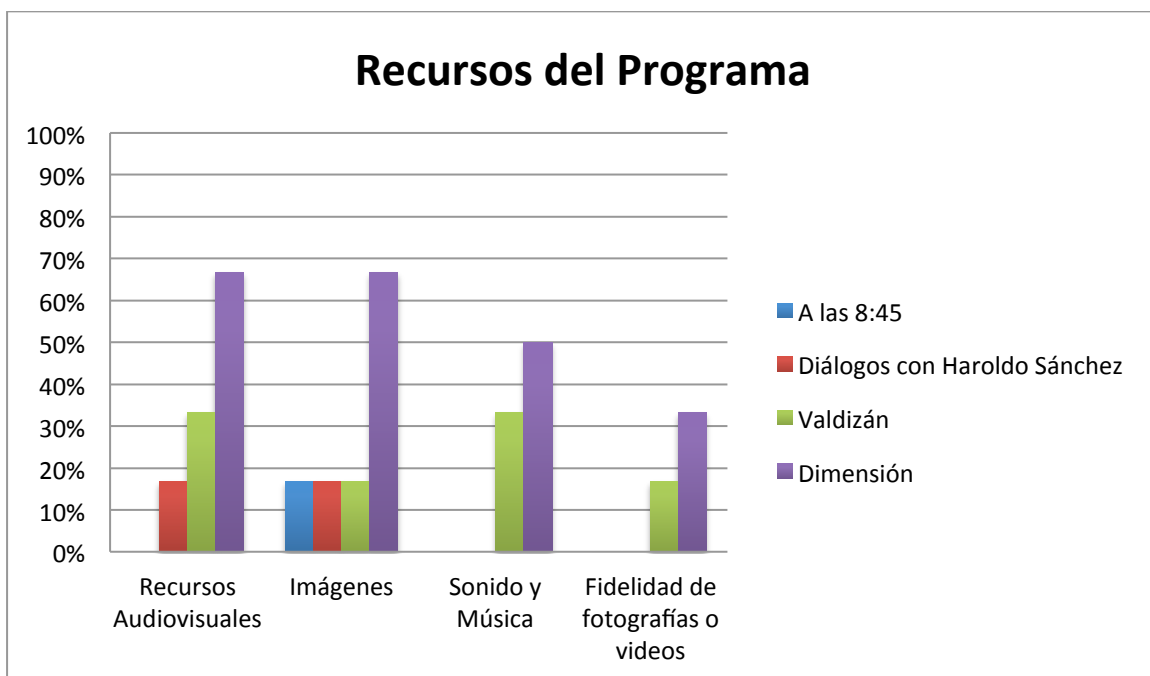
Conocimiento de los intereses y necesidades del público: A las 8:45 muestra mayor conocimiento de intereses y necesidades del público, obteniendo el 100%, fue seguido por Diálogos con Haroldo Sánchez y Dimensión alcanzando un 67%. En el último lugar aparece Valdizán con 50%.

Contenido jerarquizado de la noticia: Dimensión obtuvo el 100%. A las 8:45 obtuvo 67%, seguido de Valdizán con 50% y Diálogos con Haroldo Sánchez alcanzó solamente el 17%.

Relevancia de la noticia: A las 8:45 logró un porcentaje de 100%, luego Valdizán con el 83%. Inmediatamente después se encuentra Dimensión con 67%,

mientras que Diálogos con Haroldo Sánchez obtuvo el 0%

Información significativa para la sociedad: A las 8:45 obtuvo el 83%, Dimensión un 67% y los programas Diálogos con Haroldo Sánchez y Dimensión un 50%.



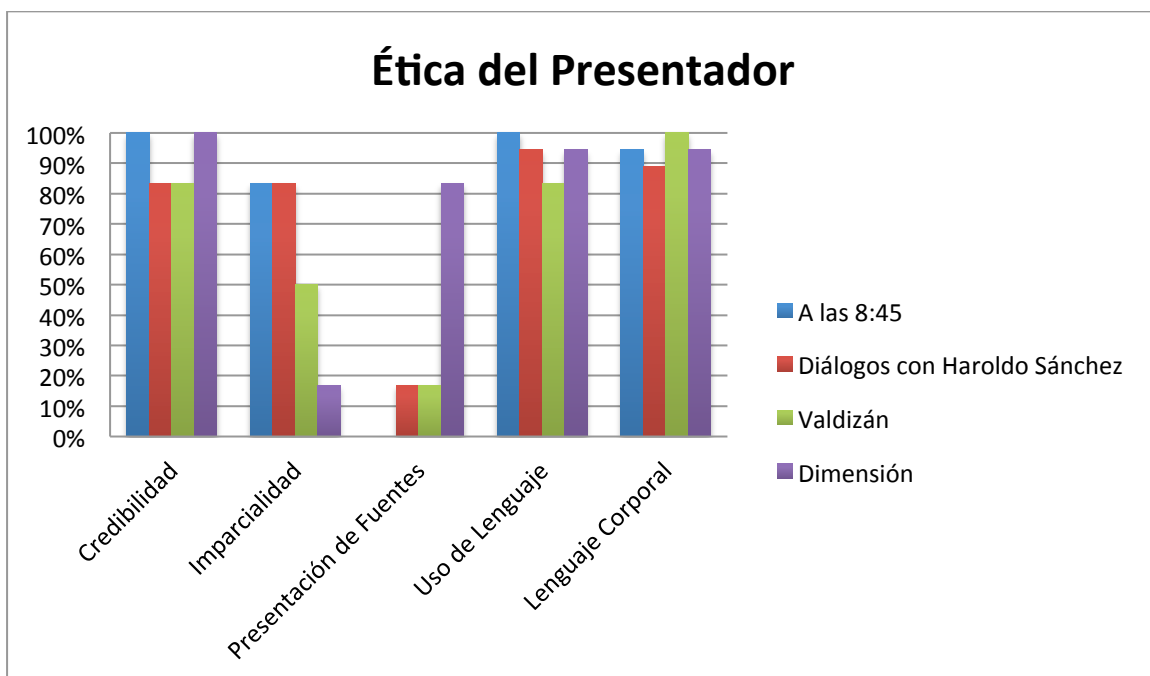
Los resultados obtenidos en la categoría de recursos del programa fueron:

Recursos audiovisuales: Dimensión obtuvo un 67%, Valdizán 33%, Diálogos con Haroldo Sánchez un 17% y A las 8:45 0%.

Imágenes: Dimensión obtuvo un 67% y el resto de programas alcanzaron un 17%.

Sonido y música: Dimensión obtuvo un 50%, luego se encuentra Valdizán con un 33%, en tanto que A las 8:45 y Diálogos con Haroldo Sánchez obtuvieron 0%.

Fidelidad de fotografías o videos: Dimensión obtuvo el 33%, Valdizán 17%, mientras que A las 8:45 y Diálogos con Haroldo Sánchez son nulos (0%)



Los resultados obtenidos en la ética del presentador fueron:

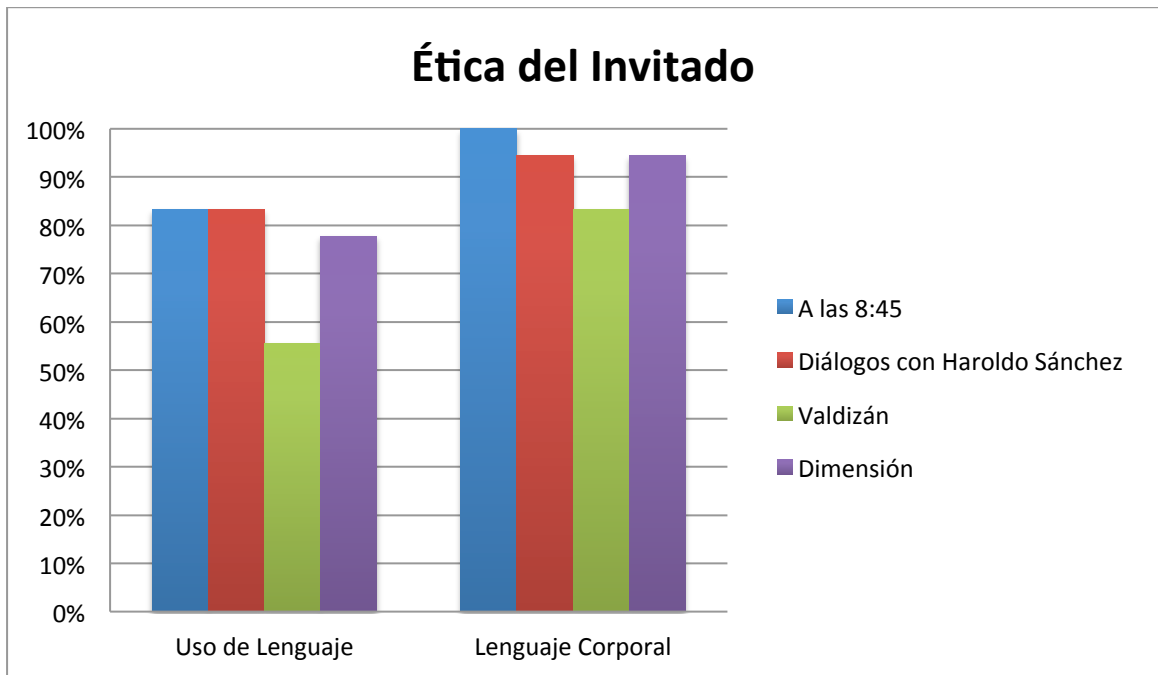
Credibilidad: tanto Dimensión como A las 8:45 cuentan con un 100% de credibilidad en la ética del presentador. Los programas Diálogos con Haroldo Sánchez y Valdizán, ambos obtuvieron el 83%.

Imparcialidad: A las 8:45 y Diálogos con Haroldo Sánchez obtuvieron un 83%, luego Valdizán un 50% y por último, Dimensión un 17%.

Presentación de fuentes: el programa Dimensión presentó fuentes con un 83%, Valdizán y Diálogos con Haroldo Sánchez en un 17%, y A las 8:45 no presentó fuentes (0%).

Uso de lenguaje: A las 8:45 obtuvo el 100%, Diálogos con Haroldo Sánchez un 94% al igual que Dimensión y Valdizán un 83%.

Lenguaje corporal: Valdizán tuvo el porcentaje más alto en lenguaje corporal con un 100%. Tanto Dimensión como A las 8:45 obtuvieron un 94% y Diálogos con Haroldo Sánchez un 89%.



Los resultados obtenidos en la ética del invitado fueron:

Uso de lenguaje: A las 8:45 y Diálogos con Haroldo Sánchez alcanzaron el 83%, mientras que Dimensión obtuvo el 78% y Valdizán solamente un 56%.

Lenguaje Corporal: el mayor porcentaje lo obtuvo A las 8:45 con 100%, luego se encuentra Diálogos con Haroldo Sánchez y Dimensión con 94%, seguido de Valdizán con 83%.

V. Discusión de Resultados

En la presente investigación se analizó la calidad periodística de los programas de opinión guatemaltecos que se transmiten en la televisión, mediante el análisis de las categorías identificadas en cada uno de los programas.

En cuanto al tipo de invitado presente en cada programa, el análisis mostró que A las 8:45 fue el que presentó los mejores invitados con experiencia en los temas abordados. Esto marca su grado de excelencia, ya que el II Congreso Nacional e Internacional del Foro de Periodismo Argentino (2007) ha indicado acerca de lo clave que es la experiencia profesional en la investigación periodística.

Por otra parte, el programa Dimensión fue el que presentó mayor cantidad de invitados pertenecientes al sector público mientras que el programa A las 8:45 presentó invitados del sector privado en mayor porcentaje. Esto evidencia de acuerdo con Roldán (1999) y Archila (2013), que al haber mayoritariamente invitados del sector público o privado, se marca una tendencia ideológica.

Para que un programa televisivo tenga calidad periodística, es necesario que cumpla ciertas funciones. En los programas analizados se midieron las referencias sobre el tema que los mismos presentaban. De acuerdo con los programas que se observaron, Valdizán y Dimensión obtuvieron el mayor porcentaje. Dimensión también obtuvo el mayor porcentaje en estimular el pensamiento, mientras que, A las 8:45 se presentó como el mejor programa para generar opinión. Por lo anterior, según Campos (2007), éstos programas transmitieron al público armonía de los hechos, ya que sus contenidos se enmarcan en un contexto para cada tema tratado en sus transmisiones. Lo cual, da lugar a pensar que dichos programas cumplen con las caracterizaciones de las funciones para un buen periodismo.

Sin embargo, los cuatro programas analizados no lograron evidenciar que influyen en la opinión de los televidentes, Dimensión alcanzó el mayor porcentaje con un 67%, y de acuerdo con Mendía (1991), solamente éste tiene algún grado

de significación, mientras que los demás programas, al haber alcanzado menores porcentajes, demuestran poco grado de influencia para generar influencia.

Así también, como otra de las funciones que pretende cumplir el programa, está la separación de la noticia de la opinión y publicidad, en la cual los porcentajes alcanzados por los programas no llegaron más allá de 17%, lo que denota según El Foro del periodismo Argentino (2007), baja credibilidad como parte de los valores de equilibrio, imparcialidad, pluralidad y separación entre información, opinión y publicidad.

En cuanto al grado de influencia que tienen los programas en la sociedad, las opiniones de las personas involucradas en Dimensión, Valdizán y A las 8:45 alcanzaron el más alto porcentaje (100%).

Para determinar si hay un grado de influencia a nivel de interacción de los seguidores en las redes sociales sobre las opiniones de los participantes en los programas analizados, se pudo comprobar que se dan reacciones negativas mediante las redes sociales, A las 8:45 evidenció una mayor cantidad de reacciones negativas. Sin embargo, las reacciones positivas del programa Valdizán lograron el mayor porcentaje. Esto indica que la percepción del público es baja, ya que según De la Torre y Téramo (2005), el público es el que define la calidad. Por lo tanto, se podría afirmar que la calidad de los programas de opinión analizados es baja. Aunque debe notarse que en la presente investigación, solamente A las 8:45 presentó redes sociales activas y en el caso de Dimensión y Diálogos con Haroldo Sánchez sus redes se encuentran descontinuadas.

En el contenido de los programas, Dimensión presentó mayor porcentaje en fuentes confiables, por lo que cumple con la primera función (notarial) mencionada por Pellegrini y Constanza (2006), la cual entre todos los hechos y fuentes, se seleccionan los existentes y confiables. Al contrario de Diálogos con Haroldo Sánchez que alcanzó 0% en fuentes confiables. Por otra parte, en la segunda función de asignación de sentido en la que se organiza, jerarquiza y se colocan los hechos de manera comprensible; se pudo observar que Dimensión logró el mayor

porcentaje en el contenido jerarquizado de la noticia, seguido de A las 8:45. Así también, A las 8:45, Diálogos con Haroldo Sánchez y Valdizán poseen un 67% en contenido comprensible. En el caso de relevancia en el contenido de los programas, A las 8:45 cumple en un 100% ésta función, lo cual según Puente, Alessandri, Mujica, Pellegrini y Porath (2004), indican que la relevancia es un aspecto que debe tenerse en cuenta en la calidad periodística. Lo anterior indica que el programa Dimensión y A las 8:45 poseen mayor calidad en el contenido de sus programas al contrario del resto de programas analizados.

El programa Dimensión fue el que más utilizó recursos audiovisuales, imágenes, sonido, música y fidelidad de fotografías o videos. Aunque el porcentaje obtenido no fue satisfactorio para tener una calidad periodística adecuada, los otros programas presentaron menores porcentajes. De acuerdo con Puente, Alessandri, Mujica, Pellegrini y Porath (2004), quienes señalan que en la televisión, la utilización de imágenes, sonidos y música de fondo son esenciales para realizar un periodismo de calidad a ser transmitido al público. Y el II Congreso Nacional e Internacional del Foro de Periodismo Argentino (2007), indica que las fotografías y videos deber ser fieles a la realidad que intentan reflejar. De la misma manera, García (2008), menciona lo esencial que resulta la mezcla de imágenes ya que esto da gran valor a la credibilidad de las palabras. Por lo anterior, se colige que los programas no presentaron las exigencias antes señaladas y por lo tanto su calidad periodística no es buena.

En el caso de la ética del presentador, el II Congreso Nacional e Internacional del Foro de Periodismo Argentino (2007), señala que el patrimonio más grande del periodismo es su credibilidad, en el caso de Dimensión y A las 8:45, ambos alcanzaron el más alto porcentaje, por lo tanto se puede considerar que ambos programas tienen buena credibilidad. En cuanto a la imparcialidad, se observó que los programas Valdizán y Dimensión no fueron imparciales en la conducción de los programas de acuerdo con los porcentajes obtenidos (Valdizán 50% y Dimensión 17%), mientras que los otros programas sí.

Así también el II Congreso Nacional e Internacional del Foro de Periodismo Argentino (2007), indica que el respeto de la democracia, la libertad de expresión e individuales, los derechos humanos, pluralismo y no discriminación, deben mantenerse como los valores que exige todo periodista. Para las categorías sobre la ética del presentador y la del invitado, el programa A las 8:45 alcanzó el mayor porcentaje en la subcategoría acerca del uso del lenguaje donde se contempló la discriminación, el respeto y la objetividad, seguido de Diálogos con Haroldo Sánchez, Dimensión y Valdizán con el menor porcentaje (83%). Dichos porcentajes advierten sobre la oportunidad de los presentadores en cuanto a pensar, expresarse y actuar libremente. Asimismo, los presentadores no presentan restricción o falta de oportunidad para la participación de diversos invitados. En cuanto a la ética del invitado, Diálogos con Haroldo Sánchez y A las 8:45 poseen el mayor porcentaje en el uso de lenguaje.

VI. Conclusiones

En el presente trabajo, se analizaron distintos programas de opinión de los canales de televisión nacional y se llegaron a las siguientes conclusiones:

- El programa Dimensión tuvo el mayor grado de calidad en la presentación de invitados con experiencia sobre los temas a tratar en las ediciones analizadas. Mientras que los programas A las 8:45, Valdizán y Diálogos con Haroldo Sánchez obtuvieron porcentajes poco significativos en relación a Dimensión.
- Las opiniones de las personas invitadas en los programas, evidenciaron un grado de influencia en la sociedad debido a los comentarios que generaron. Sin embargo, se observó que surgieron reacciones positivas y negativas en la audiencia a través de las redes sociales. Aunque la participación fue mínima o nula.
- El contenido de los programas se presenta con buena calidad, sin embargo, el grado de confiabilidad de las fuentes consultadas, solamente se pudo observar en el programa Dimensión con un alto nivel.
- En el caso de las funciones que pretende cumplir el programa, en referencia sobre el tema, solamente Valdizán y Dimensión obtuvieron un buen grado de calidad. Aunque en la separación de la noticia de la opinión y publicidad, todos los programas analizados obtuvieron porcentajes que indican baja calidad.

- Los valores éticos tanto de los presentadores como de los invitados fueron los adecuados. Sin embargo, los presentadores no mostraron fuente confiables, a excepción del programa Dimensión.
- La calidad del contenido periodístico de los programas de opinión televisivos en Guatemala, es inferior a la alta calidad de países más desarrollados.

VII. Recomendaciones

Luego de realizar el trabajo de investigación, en donde se analizaron distintos programas de opinión en canales nacionales, se considera procedente hacer las siguientes recomendaciones:

- Realizar una planificación para poder generar audiencia y debate en las redes sociales, ya sea del canal o de los programas específicos.
- Utilizar recursos audiovisuales en los programas de opinión para generar interactividad y una mayor atención en los televidentes. Asimismo, se recomienda invitar a personas con objetividad sobre los temas tratados, para así poder influir de manera ética en la audiencia.
- Modificar la forma de presentar el contenido de los programas para mejorar contribuir a mejorar la calidad de los mismos.
- Realizar otros estudios sobre el grado de calidad del contenido en los programas de opinión, utilizando indicadores que también determinen el Valor Agregado Periodístico (VAP) en cada programa analizado.
- Mejora de los programas de opinión televisivos especialmente en la influencia que éstos producen en la sociedad, el uso de los recursos en el programa y la confiabilidad de sus fuentes.

VIII. Referencias Bibliográficas

II Congreso Nacional e Internacional del Foro de Periodismo Argentino (2007). Estándares profesionales e indicadores de calidad periodística. Recuperado de:

qhttp://www.andi.org.br/sites/default/files/legislacao/Est%C3%A1ndares%20p
rofesionales%20e%20indicadores%20de%20calidad%20period%C3%ADstic
a.pdf

Aguirre, M. (1990). *El Nacional en el aula*. Editora El Nacional, C.A. Venezuela.

Archila, G. (2013). *Análisis de los programas de opinión de radio: actores, temas y propuestas ideológicas*. (Tesis inédita). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

Barrios A. (2011). *El Librepensador. Historia de la televisión en Guatemala*. Recuperado de: <http://www.ellibrepensador.com/2011/03/11/historia-de-la-television-en-guatemala/>

Bernaola, Itziar., Adrover, M. y Sánchez, J. (2011). *Programas informativos y de opinión en televisión Producción y realización*. España: Editorial Síntesis.

Cajas, C. (2010). *Génesis y evolución de la televisión en Guatemala*. México: Razón y Palabra.

Caldera, J. & Arranz, P. (2013). *Documentación audiovisual en Televisión*. España. Editorial UOC

Campos, S. (2007). *Periodismo interpretativo: Precisiones sobre un género*. Chile Universidad de Chile.

Cardoso, G. (2009). *Los medios de comunicación en la sociedad en red: filtros, escaparates y noticias*. España: Editorial UOC.

Casero, A y Marza, J. (S.F). *Algunas claves para la comprensión de las hibridaciones entre información y entretenimiento en el periodismo televisivo: el infoentretenimiento en la era del espectáculo*. Recuperado de: <http://www.comunicacionsocial.es/docs/publicaciones/ficheros/introduccionp48.pdf>

Chávez, S., Urbina, L. y Valencia, J. (2002). *La Incidencia de los Programas de Televisión Sensacionalistas en la Opinión Pública Salvadoreña, respecto a la Imagen de la Mujer*. (Tesis inédita). Universidad Tecnológica de El Salvador, El Salvador.

Coello, J. y Mateos, C. (2004). *Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad, en prensa y tv*. Recuperado de: http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/11-12/archivos11_12/coello.pdf

Colegio24hrs (2004). *Historia de los medios de comunicación*. Argentina: Colegio24hrs.

Correa, A. y Remes, B (2005). *Proyecto de creación y lanzamiento de una nueva revista de sociales para la ciudad de Veracruz*. (Tesis inédita). Universidad de las Américas Puebla, México.

De la Torre, L. y Téramo, T. (2005). *Medición de la calidad periodística: la información y su público*. En *Doxa*, 3 pp. 173-185.

El Comercio (2004). *Taller de periodismo*. Perú: el comercio.

Fagoaga, C (1982). *Periodismo interpretativo El análisis de la noticia*. España: Editorial Mitre.

García, A. (2008). *Aproximaciones al periodismo digital*. España: Dykinson.

García, A. (2009). *Análisis de contenido de la programación especial del noticiero Guatevisión durante el paso de la tormenta tropical Stan por Guatemala, a la luz de la teoría funcionalista de la comunicación*. (Tesis inédita). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

- González, I y Brizuela, L. (2006). *Trabajo de Diploma ¿Estilos sin fronteras? Tendencias en los estilos de las agencias de información internacionales.* (Tesis inédita). Universidad de La Habana, Cuba.
- Gronemeyer, M. (2006). *El periodismo como vocación y opción creyente.* Chile: Red Teología y Vida.
- Gutiérrez, L. (2001). *Análisis de los géneros periodísticos y tipo de información que se transmite por el noticiero Televisa.* (Tesis inédita). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2003). *Metodología de la Investigación.* México: Mc Graw Hill.
- Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2006) *Metodología de la Investigación.* México: Mc Graw Hill.
- Jervis, S. (2006). *El periódico de ayer, el de hoy y el futuro.* Ecuador: Red Revista Latinoamérica de Comunicación CHASQUI.
- Koffler S (1953). *El correo, Casa de la Unesco* (versión electrónica). Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0007/000701/070196so.pdf>
- Krippendorff K. (1997) *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica.* Barcelona: Editorial Paidós.
- León, B. Azevedo, M. Baquero, J. Francés, M. & Salcedo, M. (2010). *Ciencia para la televisión: el documental científico y sus claves.* España: Editorial UOC.
- López, A. y Cirne, M. (2005). *Análisis de Contenido de Publicidad Televisiva Eficaz.* (Tesis inédita). Universidad de las Américas Puebla, México.
- Mañas, A. (s.f.). *El cine en la era digital en España e Iberoamérica.* España: revista La clave.
- Martín, G. (1993). *Géneros Periodísticos. Reportaje. Crónica. Artículo.* Madrid, Paraninfo.

- Martín, R. (2005) *Análisis de Contenido*. Recuperado de: http://www.uclm.es/profesorado/raulmmartin/Estadistica_Comunicacion/AN%C3%81LISIS%20DE%20CONTENIDO.pdf
- Mendía, A. (1991). *Las funciones del Editorial. Un análisis de los editoriales de Prensa Libre*. (Tesis inédita) Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Morales, É. (2013). *Periodismo de Opinión: El género comunicacional más pujante en Venezuela*. Recuperado de: <http://www.aporrea.org/medios/a169207.html>
- Oliva, W. (2006). *Análisis de contenido y de los criterios de selección de las notas internacionales de farándula transmitidos por las agencias de noticias y publicadas por las secciones de Espectáculos y Farándula de los diarios "Al Día" y "Nuestro Diario" en relación con el derecho a la vida privada y la intimidad en el primer trimestre del año 2005*. (Tesis inédita) Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Onda Multimedia. (s.f). *Periodismo*. Recuperado de: <http://ondamultimedia.com/periodismo/>
- Ortiz, W. (2009). *Géneros Periodísticos de Televisión*. Recuperado de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/444/4/Capitulo2.pdf>
- Ortiz, W. & Cuzco, E. (2009). *Diseño de un piloto deportivo para un programa de televisión "pasión deportiva"*. (Tesis inédita). Universidad Politécnica Salesiana. Ecuador.
- Pellegrini, S. & Constanza, M. (2006). *Valor Agregado Periodístico (VAP): la calidad periodística como un factor productivo en un entorno medial complejo*. Revista Palabra – Clave. Volumen 9 Numero 1.
- Petit, C. (2010). *Medios y tecnologías de la información y la comunicación: socialización y nuevas apropiaciones*. Argentina: Editorial Brujas.
- Pinedo, C. (2006). *Televisión y formación*. España: Red Comunicar.

- Potter, D. (2006). *Manual de periodismo independiente*. Estados Unidos: Oficina de Programas de Información Internacional.
- Puente, M. Alessandri, F. Mujica, C. Pellegrini, S. y Porath, W. (2004). *Instrumento para evaluar la calidad periodística: El VAP compara la prensa y la televisión de Hispanoamérica*. Chile. Cuadernos de Información N° 16-17, 2003-2004, pp. 101-113. Latindex
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.a ed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>
- Roldán, I. (1999). *Programa Libre Encuentro, nivel de aceptación de los estudiantes de licenciatura en ciencias de la comunicación*. (Tesis inédita). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Soto, Y. (2004). *El papel de los medios de comunicación en una sociedad en transición política hacia la democracia*. (Tesis inédita). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Teos, M. (2005). *Análisis de contenido de los programas hablados (talk shows) con base a la propuesta comunicacional de Ignacio de la Mota*. (Tesis inédita). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- VV.AA. The Washington Post (1978). *La página editorial*. Buenos Aires. Ediciones Gernika.
- Warren, C. (1975). *Géneros Periodísticos Informativos*. Barcelona: Asesoría Técnica de Ediciones.
- Wimmer, R. y Domminck, J. (1996). *Introducción a la investigación de los medios de comunicación masivos*. México: Ediciones Paraninfo.
- Zamora, J. (2004). *Medios de comunicación, información, espectáculo y manipulación*. España: Editorial Verbo Divino.

Anexos

- Anexo 1

	Categorías	Subcategorías	Si	No	Otro	Observaciones
1	Tipo de Invitado	1.1 Mujer				
		1.2 Hombre				
		1.3 Experto(a)				
		1.4 Comentarista				
		1.5 Sector Privado				
		1.6 Sector Público				
2	Funciones que pretende cumplir el programa	2.1 Referencia sobre el tema				
		2.2 Entretener				
		2.3 Influir				
		2.4 Estimular el pensamiento				
		2.5 Ser un medio para generar opinión				
		2.6 Separación de la noticia de la opinión y publicidad				
3	Grado de influencia del programa en la sociedad	3.1 Opiniones de personas directamente involucradas o				
		3.2 Reacciones negativas de la audiencia en las redes sociales				
		3.3 Reacciones positivas de la audiencia en las redes sociales				
4	Contenido del programa	4.1 Contenido comprensible				
		4.2 Fuentes confiables (por lo menos 2)				
		4.3 Conocimiento de los intereses y necesidades del público				
		4.4 Contenido jerarquizado y seleccionado de la noticia				
		4.5 Relevancia				
		4.6 Información significativa para la sociedad				
5	Recurso del programa	5.1 Utilización de recursos audiovisuales				
		5.2 Utilización de imágenes				
		5.3 Sonido y música				
		5.4 Fidelidad de fotografías o videos				
6	Ética del Presentador	6.1 Credibilidad				
		6.2 Imparcialidad				
		6.3 Presentación de fuentes confiables				
		Uso de lenguaje				
		6.4 Respetuoso(a)				
		6.5 Discriminatorio(a)				
		6.6 Objetivo(a)				
		Lenguaje corporal				
		6.7 Postura				
6.8 Vestimenta adecuada						
6.9 Expresión Facial						
7	Ética del Invitado	Uso de lenguaje				
		7.1 Respetuoso(a)				
		7.2 Discriminatorio(a)				
		7.3 Objetivo(a)				
		Lenguaje corporal				
		7.4 Postura				
7.5 Vestimenta adecuada						
6.6 Expresión Facial						

• Anexo 2

INDICADOR		A las 8:45			Diálogos con Haroldo Sánchez			Valdizán			Dimensión				
		Cantidad	%	% conjun.	Cantidad	%	% conjun.	Cantidad	%	% conjun.	Cantidad	%	% conjun.		
1	Tipo de Invitado	1.1	Mujer	0	0.00	41.67	2	33.33	50.00	2	33.3	50.00	5	83.3	83.33
		1.2	Hombre	5	83.33		4	66.67		4	66.7		5	83.3	
		1.3	Experto(a)	5	83.33	41.67	1	16.67	8.33	3	50.0	25.00	5	83.3	50.00
		1.4	Comentarista	0	0.00		0	0.00		0	0.0		1	16.7	
		1.5	Sector Privado	1	16.67	33.33	1	16.67	16.67	1	16.7	25.00	5	83.3	58.33
		1.6	Sector Público	3	50.00		1	16.67		2	33.3		2	33.3	
		Promedio Porcentual				38.9%		25%		33.3%		63.9%			
2	Funciones que pretende cumplir el programa	2.1	Referencia sobre el tema	4	66.7	5	83.3	6	100.0	6	100.0	6	100.0	100.0	
		2.2	Entretener	0	0.0	0	0.0	2	33.3	1	16.7	1	16.7	16.7	
		2.3	Influir	2	33.3	3	50.0	1	16.7	4	66.7	4	66.7	66.7	
		2.4	Estimular el pensamiento	3	50.0	1	16.7	2	33.3	5	83.3	5	83.3	83.3	
		2.5	Ser un medio para generar opinión	5	83.3	1	16.7	3	50.0	4	66.7	4	66.7	66.7	
		2.6	Separación de la noticia de la opinión y publicidad	1	16.7	0	0.0	1	16.7	1	16.7	1	16.7	16.7	
		Promedio Porcentual				41.7%		27.8%		41.7%		58.3%			
3	Grado de influencia del programa en la sociedad	3.1	Opiniones de personas directamente involucradas o afectadas en los temas tratados	6	100.0	3	50.0	6	100.0	6	100.0	6	100.0	100.0	
		3.2	Reacciones negativas de la audiencia en las redes sociales	6	100.0	1	16.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0	
		3.3	Reacciones positivas de la audiencia en las redes sociales	0	0.0	0	0.0	3	50.0	0	0.0	0	0.0	0.0	
		Promedio Porcentual				66.7%		22.2%		50.0%		33.3%			
4	Contenido del programa	4.1	Contenido comprensible	4	66.7	4	66.7	4	66.7	3	50.0	3	50.0	50.0	
		4.2	Fuentes confiables (por lo menos 2)	3	50.0	0	0.0	1	16.7	5	83.3	5	83.3	83.3	
		4.3	Conocimiento de los intereses y necesidades del público	6	100.0	4	66.7	3	50.0	4	66.7	4	66.7	66.7	
		4.4	Contenido jerarquizado y seleccionado de la noticia	4	66.7	1	16.7	3	50.0	6	100.0	6	100.0	100.0	
		4.5	Relevancia	6	100.0	0	0.0	5	83.3	4	66.7	4	66.7	66.7	
		4.6	Información significativa para la sociedad	5	83.3	3	50.0	3	50.0	4	66.7	4	66.7	66.7	
		Promedio Porcentual				77.8%		33.3		52.8		72.2			
5	Recurso del programa	5.1	Utilización de recursos audiovisuales	0	0.0	1	16.7	2	33.3	4	66.7	4	66.7	66.7	
		5.2	Utilización de imágenes	1	16.7	1	16.7	1	16.7	4	66.7	4	66.7	66.7	
		5.3	Sonido y música	0	0.0	0	0.0	2	33.3	3	50.0	3	50.0	50.0	
		5.4	Fidelidad de fotografías o videos	0	0.0	0	0.0	1	16.7	2	33.3	2	33.3	33.3	
		Promedio Porcentual				66.7%		8.3%		25.0%		54.2%			
6	Ética del Presentador	6.1	Credibilidad	6	100.0	5	83.3	5	83.3	6	100.0	6	100.0	100.0	
		6.2	Imparcialidad	5	83.3	5	83.3	3	50.0	1	16.7	1	16.7	16.7	
		6.3	Presentación de fuentes confiables	0	0.0	1	16.7	1	16.7	5	83.3	5	83.3	83.3	
		Uso de lenguaje			100	0.0	94.444		83.33		94.44		94.44		
		6.4	Respetuoso(a)	6	100.0	6	100.0	6	100.0	6	100.0	6	100.0	100.0	
		6.5	No Discriminatorio(a)	6	100.0	6	100.0	3	50.0	6	100.0	5	83.3	83.3	
		6.6	Objetivo(a)	6	100.0	5	83.3	6	100.0	5	83.3	5	83.3	83.3	
		Lenguaje corporal			94.444	0.0	88.889		100		94.44		94.44		
		6.7	Postura	5	83.3	5	83.3	6	100.0	6	100.0	6	100.0	100.0	
		6.8	Vestimenta adecuada	6	100.0	6	100.0	6	100.0	5	83.3	5	83.3	83.3	
6.9	Expresión Facial	6	100.0	5	83.3	6	100.0	6	100.0	6	100.0	100.0			
Promedio Porcentual				69.7%		81.5%		77.8%		85.2%					
7	Ética del Invitado	Uso de lenguaje			83.333		83.333		55.56		77.78				
		7.1	Respetuoso(a)	6	100.0	6	100.0	4	66.7	6	100.0	6	100.0		
		7.2	No Discriminatorio(a)	6	100.0	6	100.0	4	66.7	6	100.0	6	100.0		
		7.3	Objetivo(a)	3	50.0	3	50.0	2	33.3	2	33.3	2	33.3		
		Lenguaje corporal			100		94.444		83.33		94.44		94.44		
		7.4	Postura	6	100.0	6	100.0	5	83.3	6	100.0	6	100.0		
		7.5	Vestimenta adecuada	6	100.0	5	83.3	6	100.0	5	83.3	5	83.3		
		7.6	Expresión Facial	6	100.0	6	100.0	4	66.7	6	100.0	6	100.0		
Promedio Porcentual				91.7%		88.9%		69.4%		86.1%					