

La inserción actual de la opinión en el tratamiento de las noticias en el Perú: Caso ATV Noticias y 90 Matinal¹

*Susan Huerta Camones | María de Fátima Silva Santisteban Maita |
Paula Uribe López | Felix Yllanes Izquierdo*

Resumen

La presente investigación tiene como finalidad analizar la manera en que se manejan los noticieros peruanos, tanto de opinión como informativos, y cómo son percibidos por la audiencia. Se analizó dos programas informativos del medio local: 90 Matinal, programa conducido por Magaly Medina y Pedro Tenorio (noticiero de opinión) y ATV Noticias, conducido por Marisel Linares y Alicia Retto (noticiero informativo). Se usó una metodología mixta: cuantitativa, mediante la realización de una encuesta en línea sobre la recepción del público; y cualitativa, a partir de una entrevista a la periodista y abogada peruana, Milagros Leiva. Se evidenció que el uso de lenguaje formal en noticieros informativos brinda mayor seriedad a la noticia, mientras que el lenguaje informal permite más espacio para la crítica aunque no siempre sea considerada seria. La audiencia valora sobre todo la objetividad de la noticia. Concluimos que los medios informativos han evolucionado, a pesar de que su principal función es la transmisión de información, hay una dosis de opinión por parte de los conductores y participantes de los programas.

Palabras clave

Opinión, periodistas, análisis, objetividad, influencia, noticieros, información, televisión.

¹ Primer puesto de la categoría básico. Profesor: Fabián Vallas. Curso: Medios y Opinión Pública, dictado durante el 2017.

1. Introducción

Uno de los inventos que ha revolucionado a los *mass media* es la televisión. Esta siempre ha implicado audiencias que se ven mediáticamente impactadas, puesto que los medios ponen los conflictos en agenda pública y obligan a las personas a fijar su atención frente a la pantalla, dejando huella en sus emociones e inteligencia (Sáenz-Villarreal, 2014). Es por esta razón que Taibo Rodríguez (2013) opina que la televisión es un hecho cultural irrefutable que aglutina las percepciones, trayendo consigo que se vuelva indispensable para el ser humano. Actualmente, uno de sus canales, los noticieros informativos, está siendo afectado por la evaluación de la opinión de quienes los conducen, produciendo así, un manejo incorrecto de la objetividad, ya que buscan despertar emociones en la audiencia.

Esto explica por qué la inserción de la opinión en los noticieros se ha vuelto una temática controversial, teniendo en cuenta que resulta imposible desligar la interpretación del periodista. Sin embargo, se considera inadmisibles que caiga en la distorsión del contenido informativo para desvirtuar la realidad. Es por ello que, entre informar y opinar existe una marcada brecha, debido a que este último busca brindar una connotación más emotiva del mensaje mediante el uso de elementos retóricos (Bustamante, 1999). Cabe destacar que, en los noticieros, solamente el 7 % de la comunicación es verbal y el 93 % es gestual o proveniente de imágenes (Santos Valderrama, 2017).

Por otro lado, teniendo en cuenta que una noticia es un registro de acontecimientos que no posee interpretación por parte del periodista y que sólo incluye elementos del contexto y posibles soluciones, es importante que este último equilibre su postura tanto para cuando informa como para cuando opina, tal como lo postula Di Guglielmo (2010).

Asimismo, se debe considerar que los programas informativos no deben perder su carácter reflexivo a través de nuevos perfiles de opinión, pues así se podrá aumentar el nivel de percepción de objetividad de la audiencia (Peláez Serna,

2016). Esto se debe a que cumplen un rol importante, al permitirle a la audiencia la construcción de un orden social como el conocimiento de las diversas realidades de la sociedad.

Autores como Lorena Antezana Barrios (2010), Theodore Glasser (1984), Stella Martini (2010), Robert Entman (1993) y Tankard (1991) se inclinan de manera positiva acerca de las opiniones que se brindan en la transmisión del hecho noticioso (Sáenz-Villarreal, 2014). Estos autores consideran que, para que los periodistas sobresalgan en su ámbito, es necesario que estos sean capaces de seleccionar y analizar diversos aspectos de una realidad. Deben tomar ciertos eventos y darles la relevancia que ellos mismos consideran conveniente para hacerlos destacar en los medios de comunicación creando así su propia personalidad profesional.

En cambio, casos como el de Macassi (2011), Santos Valderrama (2017), Uribe y Gunter (2007), Prado, Delgado, García, Huertas, Larrègola y Perona (2003), Acevedo (2015), Bárbara Philips (2001), Chris Hedges (2013), Luka Brajnovic (1977) y Espinoza (como se citó en Santos Valderrama, 2017, muestran su oposición hacia la inserción de mediaciones en los juicios de valor dentro del acontecimiento noticioso, ya que la sola forma como se discuten los temas de conflicto en los noticieros influye en el devenir del mismo tema en los ciudadanos.

Al revisar las fuentes para la presente investigación, presenciamos la falta de un estudio que tenga en cuenta tanto las percepciones de la audiencia como de los periodistas en la inserción de la opinión en el tratamiento de la información de manera local. Asimismo, existe una carencia de fuentes acerca de los rasgos distintivos entre opinión e información.

Nos vimos motivados a realizar esta investigación, pues consideramos importante analizar los contenidos que se presentan en los noticieros actualmente, dado que la problemática está en constante cambio y no existen estudios a profundidad acerca de ella. Además, buscamos conocer si los programas seleccionados influyen de alguna manera en la opinión que se forma el público acerca de un tema o

noticia en específico. Por estas razones, se realizará una indagación del discurso acerca del tratamiento de la noticia en los programas 90 Matinal y ATV Noticias.

Finalmente, esta investigación tiene los siguientes objetivos: determinar el nivel de credibilidad de los noticieros, conocer las percepciones de la audiencia acerca de la presencia de la opinión en el tratamiento de la información, medir el impacto positivo o negativo de la entrada de la opinión a estos noticieros, corroborar si el noticiero cumple su labor periodística informativa y analizar la calidad informativa de los conductores. Para lograrlo, se utilizará una metodología mixta, recolectando datos a través de una entrevista a profundidad, análisis de contenido de dos noticieros matinales escogidos y encuestas virtuales.

2. Metodología

Para el desarrollo de esta investigación se ha empleado una metodología mixta, ya que se consideró conveniente el uso de métodos cuantitativos y cualitativos que permitan un estudio más amplio desde la mirada cognitiva y numérica propia del fenómeno en cuestión. Asimismo, se busca obtener información sobre los diversos ejes temáticos que implican a nuestra unidad de análisis: emisores, receptores y mensajes. Finalmente, se optó por este enfoque para obtener un mejor sustento de los resultados y alcanzar una mejor abstracción sobre el tema.

Respecto al enfoque cuantitativo, se utilizaron encuestas como instrumento de recolección de datos, tomando como muestra a 61 personas entre 18 a 24 años, espectadores limeños de un noticiero, tanto de producciones locales privadas o públicas. Esto nos ayuda a conocer la percepción de este público sobre la presencia de la opinión en un noticiero.

Por otro lado, para el enfoque cualitativo, hemos empleado dos herramientas de recolección de información: análisis de contenido y entrevista. Con la primera, tomamos como muestra a ATV Noticias y 90 Matinal, ambos programas informativos emitidos en horario matutino. Esta elección se basó en la contraposición de

las características intrínsecas de cada programa. Para el desarrollo, se tomaron como variables:

- Tratamiento de la noticia: Objetividad, Opinión, Análisis
- Papel del conductor:
 - 90 Matinal: Magaly Medina, Pedro Tenorio
 - ATV Noticias: Marisel Linares, Alicia Retto
- Tipo de lenguaje: formal, informal y lenguaje no verbal.
- Duración del programa
 - 90 Matinal: 5am - 9am (4 horas)
 - ATV Noticias: 6am - 8am aproximadamente (horario variable)

Con la segunda, la entrevista, se busca obtener, de manera paralela, la postura de un profesional en el periodismo que ejerce actualmente su profesión.

3. Resultados

Análisis de contenido: ATV Noticias y 90 Matinal

Este método se utilizó para corroborar si los noticieros cumplen su labor periodística-informativa y; por otro lado, para analizar la calidad informativa de los conductores de ambos programas. Es por esta razón que, durante el mes de setiembre del presente año [2017], cada viernes, se analizó la transmisión paralela de ambos programas, donde claramente se pudo observar las características de cada uno y sus marcadas diferencias.

En relación con la primera variable, el **tratamiento de la noticia**, se encontró que ATV Noticias transmite su información sin el uso de calificativos, haciendo un intento de acercamiento a la objetividad. Pese a que se quiere llegar a este principio, algunas veces, la opinión de los conductores entra a tallar en la información; sin embargo, esta forma de pensar no pretende buscar culpables, dramatizar o atemorizar a los espectadores con comentarios pesimistas, sino que resulta complementaria y no es nueva para los espectadores. Por ejemplo, utilizan frases como

“como todos los peruanos saben ...” o, simplemente, ellos mismos se integran a sus propias opiniones utilizando expresiones como “estamos convencidos...” o “las cosas se están haciendo mal” (Marisel Linares, transmisión del 22 de setiembre). Por otro lado, el contenido de las noticias de este programa se centra más en detallar los datos como los antecedentes, el nombre de las víctimas y el lugar, fecha y hora del acontecimiento, sin un análisis agudo del tema. Se centran en aprovechar su tiempo periodístico con un abordamiento de noticias breve y conciso, sin dejar pasar que algunos hechos noticiosos sí requieren un tiempo mayor para abordar el contenido.

En cambio, en 90 Matinal, se ve una clara diferencia de sus conductores al momento de tratar la noticia. Mientras que Pedro Tenorio prepondera con el análisis (cognitivo) al momento de transmitir las noticias, Magaly Medina, a través de su opinión (subjetiva), busca movilizar una causa dentro de la opinión pública. Este último punto lo podemos notar en la transmisión del 15 de setiembre, cuando, con ningún tipo de fuente que la respalde, dijo: “Pero dejar el auto por ahí, es porque de algo querían escapar”, sin contrastar otras posibilidades frente a un accidente de tránsito que había sido noticia.

Frente a la segunda variable, **el papel del conductor**, en ATV Noticias se presentan dos conductoras que se intercalan la información para cada hecho noticioso. Asimismo, a pesar de no ser explícitos con sus opiniones, todo el tratamiento de la información se da de manera consensuada, apoyando así cada una de las ideas postuladas.

Mientras que, para 90 Matinal, se observa la clara contraposición entre Magaly Medina y Pedro Tenorio. La primera, al ser imponente en todas sus formas de comunicación, relega de manera sumisa al segundo. Esto se puede observar en las diversas interrupciones que ella hace e. incluso, la manera en que subestima sus comentarios, para resaltar los propios.

Para la tercera variable, **el tipo de lenguaje**, ATV Noticias hace uso, por lo

general, de términos formales al momento de transmitir las noticias, ya que predomina la seriedad y prudencia durante toda la transmisión. Mientras que, en 90 Matinal, convergen los dos códigos: formales e informales, por parte de los dos conductores, por lo que están las dos partes: términos descriptivos y calificativos. Sin embargo, los calificativos son los que más predominan al difundir su contenido.

Por otra parte, respecto al lenguaje no verbal de las informantes, se observa que constantemente acentúan con la cabeza, en señal de estar de acuerdo con la idea de la compañera de conducción. Estas se complementan muchas veces y afirman sus posturas sobre un hecho con las manos. Cabe destacar que, este movimiento de manos es medido y sobre la mesa, sin hacer uso de un ademán agresivo o exagerado frente a las cámaras. Asimismo, las expresiones de sus rostros tratan muchas veces de ser neutras; su boca gesticula, mientras que, algunas veces, sus cejas se elevan para enfatizar algunos datos. Todo esto se da de forma imparcial.

Lo anterior se contrapone con el otro programa analizado, 90 Matinal, que emplea un lenguaje no verbal parcial. Tanto Magaly Medina como su acompañante tienen expresiones efusivas que se relacionan con sus propias opiniones. Medina hace uso de sus manos para señalar y/o denunciar frente a la cámara. Muchas veces quiere mostrar su firmeza con estas, mientras agarra sus papeles y los ordena golpeándolos sobre el pupitre. También, su postura trata de imponerse detrás de la mesa de conducción. Se apoya sobre uno de sus brazos y simula su acercamiento hacia el televidente con su postura. Su gesticulación es marcada y exacerbada, la cual se enfrenta hacia el público espectador mientras da su opinión denunciando crímenes, injusticias y problemas sociopolíticos. En cambio, Pedro Tenorio es la parte parsimoniosa del programa, mostrando un lenguaje no verbal neutro, sin euforia ni exageración. Sus manos sobre la mesa y su apoyo en el respaldo le otorgan tranquilidad al programa, en oposición a su compañera de mesa de conducción.

Finalmente, para la última variable, **duración del programa**, la cual implica inevitablemente la reiteración constante de las noticias (y donde se debería dar la permanencia de los estados de las todas las demás variables), vemos que ambos noticieros se desarrollan de manera distinta.

En ATV noticias, no se presenta ningún cambio en la secuencia de la transmisión del programa. En el tratamiento de las noticias, vemos que siempre tratan de utilizar términos descriptivos al difundir la información como “Se han presentado movimientos telúricos en Matucana” (Marisel Linares, transmisión del 15 setiembre). Además, también se da importancia a lo que opinan sus entrevistados sin perder la objetividad. En este punto, se observa que hay mayor democratización de la información porque se recoge todas las versiones de una misma noticia sin inmiscuir su opinión personal o su forma de pensar acerca del contenido presentado.

Mientras que, en 90 matinal, se encontró que, conforme **va** transcurre el programa, se denotan cambios a comparación de los momentos iniciales de transmisión. Por ejemplo, para el caso del tratamiento de noticias, vemos que Magaly Medina va perdiendo la objetividad y va sumergiendo su opinión a través de comentarios como: “Esto es colmo: madre soltera que trabaja en 2 lugares y es asesinada de nueva balazos. Eso suele puede significar una cosa: Novio celoso o una expareja”. (Magaly Medina, transmisión del 15 de Setiembre).

Para el papel del conductor, se destaca el de Magaly Medina, ya que realiza exageraciones, sátiras y dramatizaciones al momento de la presentar las noticias, para volverlas más dinámicas. Esto se nota en la frase con la que introdujo el programa del 15 de setiembre “Hoy no solo el país está siendo aquejado por movimientos telúricos, sino por ese remezón político que se vive actualmente en el congreso. Nadie piensa en nosotros”.

Finalmente, con respecto al lenguaje, se visualiza que Pedro Tenorio trata de mantener uno formal durante las cuatro horas; mientras que, Magaly Medina, opta por el informal hasta incluso llegar al coloquial al momento de realizar las entre-

vistas. “¿Qué vende señora, que se ve todo calientito?”, “te dejamos Fernando para que comas tu pan con quinua”; son algunos ejemplos de la transmisión del 15 de setiembre.

Encuestas

Los resultados obtenidos de esta herramienta de recolección de datos permiten el desarrollo de los dos objetivos faltantes. Uno, relacionado con el diagnóstico del nivel de credibilidad de los noticieros limeños y otro, con la medición del impacto positivo o negativo de la entrada de opinión a estos.

Respecto a la cantidad de espectadores de noticieros (Tabla 1), se obtuvo que el mayor porcentaje de los televidentes prefieren América Noticias sobre otros programas informativos, ya que consideran que la labor periodística de este tiene mayor calidad en su contenido, mientras que, el programa 24 Horas alcanzó un 4,9 % de preferencia televisiva, posicionándolo como el noticiero con menos allegada. Por otro lado, 90 Matinal consta con el respaldo del 14,8 % en comparación de ATV noticias que obtuvo 8,2 %. Esto refleja la poca audiencia y confianza por parte de los limeños hacia ellos.

Tabla 1. Espectadores de diferentes noticieros.

Noticieros	Cantidad de espectadores	Porcentaje de los espectadores
América TV	18	29,5 %
RPP Noticias	13	21,3 %
90 Matinal	9	14,8 %
ATV Noticias	5	8,2 %
24 Horas	3	4,9 %
Otros	13	21,3 %
Total	61	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Para la medición de la calidad en los noticieros, se establecieron como variables: el tratamiento de la noticia, qué tan objetivos, críticos o analíticos son; la

cantidad de fuentes; los presentadores de la noticia; tipos de lenguaje; e invitados.

Es en la Tabla 2, se ve la preferencia del tratamiento de la noticia, del 68,9 % hacia el tratamiento de la noticia, seguido por el 16,4 % de la calidad de fuentes, el 8,2% de los conductores de noticia, el 4,9% del tipo de lenguaje, y el 1,6% de los invitados.

Tabla 2. Medición de la calidad de los noticieros peruanos.

VARIABLES DE LA CALIDAD DE UNA NOTICIA	CANTIDAD DE PERSONAS	PORCENTAJE DE PERSONAS
Tratamiento de la noticia (objetivo, opinión, crítico y analítico)	42	68,9 %
Cantidad de fuentes	10	16,4 %
Presentadores de noticia (conductores)	5	8,2 %
Tipo de lenguaje	3	4,9 %
Invitados	1	1,6 %
Total	61	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Al poseer las cualidades de objetividad, seriedad, carisma y atractivo físico, la audiencia encuestada antepone el principio de objetividad frente a cualquier otro elemento. Esto se puede observar en la Tabla 3, con un porcentaje alto de 68,9 %, que relega las otras cifras obtenidas. Este dato es apoyado también por el porcentaje que obtuvo el elemento relacionado con la seriedad de un conductor, con 16,4 %. Cabe destacar que, el atractivo físico es la cualidad menos importante para los encuestados, alcanzando solo un 3,3 %.

Tabla 3. Cualidades de un conductor de noticias.

CUALIDADES DEL CONDUCTOR	CANTIDAD DE PERSONAS	PORCENTAJE DE PERSONAS
Objetivo	42	68,9 %
Serio	10	16,4 %
Carismático	7	11,5 %
Atractivo	2	3,3 %
Total	61	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, sobre las características que definen la preferencia sobre la elección de un noticiero se encuentran: brindar únicamente la noticia, su opinión y las noticias, noticias y la opinión implícitamente (sarcasmo, gestos, ojos). Según los resultados de las encuestas, el primer punto cuenta con un 45,9 % de aprobación; el segundo con un 41 %; y el tercero y cuarto con un 6,6 %.

Tabla 4. Tratamiento de la noticia.

Tratamiento de la noticia	Cantidad de personas	Porcentaje de personas
Brindando únicamente las noticias	28	45,9 %
Brindando su opinión más las noticias	25	41 %
Brindando las noticias con su opinión implícitamente (sarcasmo, gestos, ojos)	4	6,6 %
Otros	4	6,6 %
Total	61	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Otro de los resultados obtenidos con esta técnica de recolección fue que el 59 % de encuestados prefiere la presencia de la opinión de los conductores periodísticos en las noticias. Afirman que esta forma de pensar por parte de un profesional ayudaría a ampliar los temas presentados y guiar la visión de los ciudadanos siempre y cuando esta no se oponga al análisis noticioso. Asimismo, se obtuvo que muchos apoyan la idea de que los periodistas deben expresar su opinión, pues los medios de comunicación simbolizan la democracia y esto reflejaría que los conductores no están bajo la ideología del medio, sino que tienen una forma de pensar propia, sin intereses particulares por parte del canal.

La encuesta realizada no solo se basó en el análisis de los noticieros, sino que se añadió una pregunta específica sobre una de las conductoras de los programas informativos elegidos. Esto se hizo con la finalidad de conocer las percepciones de los encuestados sobre la opinión explícita que tiene Magaly Medina dentro del noticiero 90 Matinal. Más de la mitad, para ser exactos, un 84,7 %, considera que esta periodista no posee una buena conducción dentro del informativo matutino, frente a

un 15,3 % que está a favor de su labor profesional. Los encuestados muestran esta disconformidad, pues consideran que su opinión es brusca y trata de imponerse mostrándose como una “defensora del pueblo”. Además, consideran que Magaly es una persona conflictiva que no está hecha para programas informativos, ya que con su opinión incluida genera desorden utilizando argumentos basados solo en su confianza.

Entrevista a profundidad: Milagros Leiva

Se optó por este método porque se quería conocer, desde la perspectiva de los emisores de la noticia, cuál era su postura de ejes temáticos como:

- Objetividad en el periodismo: límites, influencia en la audiencia, impacto y calidad de la noticia
- Diferencia entre opinión y análisis: método que predomina en el país
- Estándares de contratación para los presentadores de noticias: cambios, caso de Magaly Medina
- Elecciones nacionales: tratamiento periodístico, uso de la opinión
- Recomendaciones

Es por esta razón que se escogió a Milagros Leiva, periodista, entrevistadora y presentadora de televisión y radio peruana con más de 30 años de trayectoria en el país; y quien actualmente es encargada de la conducción de un programa local todas las noches.

Para el primer punto a tratar, **objetividad en el periodismo**, opina que los productores de información tienden a ser subjetivos, por lo que muchas veces no logran alcanzar la objetividad. Es por esta razón que plantea que los periodistas deben corroborar las fuentes, no tergiversar, no inventar y no exagerar para ganar audiencia en una noticia.

Asimismo, menciona que el periodismo siempre va a dar la pauta, pero que el público no es tonto. Para ello, recurrió al ejemplo de las elecciones del 2011, donde Ollanta Humala, a pesar de las diversas publicaciones de corrupción en su contra,

terminó como ganador. Por lo que Leiva concluye que la prensa influye, pero es el ciudadano quien decide.

Además, define que la prensa tiene un rol muy importante para la sociedad: la educación sentimental. Esta consiste en contar historias para que nunca más se repitan. Es aquí donde resalta que los periodistas son puentes a través de los cuales la información permite la transformación de la sociedad.

Para el segundo punto, **la diferencia entre análisis y opinión**, menciona que, para realizar el primero, se puede hacer uso de un género muy importante, pero que actualmente ya no es tan ejercido en el país, como lo es el reportaje de investigación. Para Leiva, la gran causa de la desaparición de este último se debe a la época del Fujimorismo. “Los 90 estaban llenos de miserias, periodistas que se vendían, directores de medios que vendían a sus periodistas y a su línea editorial, desencadenando una crisis enorme” (Milagros Leiva, comunicación personal, setiembre de 2017).

En cambio, cuando hace referencia al análisis, lo define como un juicio subjetivo de una persona, que aparentemente es “el pan de cada día” del país.

Por tal razón, Leiva menciona, concluyendo así, que actualmente en el Perú hay demasiada opinión en la información:

La gente joven cree que puede aterrizar en nuestro oficio sin haberlo estudiado, por lo que, ahora abogados se convierten en periodistas... El periodismo es un abuso del ego: el periodista ahora se cree estrella, en vez de creer que la información es la estrella. (Milagros Leiva, comunicación personal, setiembre de 2017)

En el tercero, **estándares de contratación para los presentadores de noticias**, la periodista afirma que ahora se le da más importancia a las personas famosas sin ser periodistas que estén en la capacidad de conducir un noticiero.

Para el caso de Magaly Medina menciona que:

Ella estudió periodismo, y ha querido transitar del periodismo de espectáculos al periodismo de noticiero. Sinceramente, a mí no me parece mal, sino que está buscando la transformación de su carrera. Creo que con el tema que ella va a tener luchar más, es con la credibilidad que tiene o arrastra su imagen, ya que ella comete abusos al opinar; y esto se debe a que ella procede de un programa de autor, en donde opinaba. (Milagros Leiva, comunicación personal, setiembre de 2017)

Es en el cuarto, **elecciones nacionales**, donde Milagros alude a que los medios informativos deberían ser lo más abiertos posible en cuanto la transmisión de la información. Sin embargo, se tiene que tener en cuenta que los políticos también son interesados, pues quieren dar a creer que los medios no los cubren.

Para este penúltimo punto, toma como ejemplo a Keiko Fujimori:

Desde que ella perdió las elecciones, no ha dado ni una sola entrevista. Un público inexperto o no informado puede decir que somos nosotros, los periodistas, que no quieren entrevistarla, pero no es así. Es de esta manera que se crea el 'imaginario colectivo' de que es el diario el que no quiere dar la oportunidad para expresarse. (Milagros Leiva, comunicación personal, setiembre de 2017)

Finalmente, en el último punto, Milagros Leiva realiza una serie de recomendaciones:

Recomendaría, en primer lugar, que en los medios se contrate a personas con profesión de periodistas, ya que existen maneras de filtrarlos, como escoger a los mejores alumnos de las carreras. En segundo lugar, que se invierta en capacitación, que son caras, pero realmente necesarias. (Milagros Leiva, comunicación personal, setiembre de 2017)

Terminó la entrevista manifestando que los periodistas tienen mucho que leer para saber lo que está pasando, asimismo, su función es increpar la verdad, no

tratar de ser famosos, ya que, la credibilidad no viene de lo físico, sino de hacer bien su trabajo.

4. *Discusión*

Según Uribe (2007), actualmente, nos encontramos en una nueva era periodística, donde los noticieros informan, pero con la necesidad de adherir su opinión. Esto se da en búsqueda de despertar emociones en la audiencia y así, hacer que los ciudadanos se vuelvan partícipes de las noticias, interpretándolas a su manera.

Este último punto, según nuestra encuesta, se ve afirmado en un 59 %, puesto que la audiencia cree que la inclusión de la opinión brinda una percepción más amplia acerca de un tema con la finalidad de contrastar con las propias ideas que cada uno se ha formado.

Cabe resaltar que, es la misma audiencia la que también reclama una equidad al momento de informar: indagación más juicios de valor. Es por esta razón que Milagros Leiva menciona que en la labor periodística “debe estar tu opinión, pero también debe estar enmarcado que es tu postura, para así demostrar que no es producto de contrabando información” (comunicación personal, setiembre de 2017).

En contraposición con esta postura, Lasswell (1927) afirma que la inserción de la forma de pensar de los periodistas en el contenido que predicán termina por influir y manipular a la población. Asimismo, Espinoza (como se citó en Santos Valderrama, 2017, p. 92) plantea que el discurso mediático tiene la capacidad de crear contextos, resignificar sucesos y fomentar falsos argumentos para ensalzar la creación de héroes. Por lo que es evidente que en nuestras encuestas existan comentarios a favor tales como: “Las opiniones confunden a las personas, sobre todo a aquellas que se dejan influenciar fácilmente”, “estas pueden malinterpretarlas y no entender el carácter de la noticia”, “No permite que los espectadores formen libremente su propia opinión”, entre otros argumentos.

Tomando en consideración la convergencia de todas las posturas previamente analizadas, creemos que no se debe dejar de lado el análisis de las noticias, es decir, la descripción de cada contenido noticioso, pues esta debería ser la característica más resaltante de los noticieros. Sin embargo, esta última debe matizarse con las distintas interpretaciones que se desarrollan detrás de una mesa de conducción, siempre y cuando los autores de la información recalquen que es su punto de vista y no una noticia más. Todo esto con un solo fin: no confundir a los televidentes y que ellos mismos puedan sacar sus propias conclusiones.

5. Conclusiones

Los resultados del presente trabajo evidencian que el ámbito periodístico está modificando su papel informativo, ya que las inclusiones de los juicios de valor de los periodistas van en aumento. Esto demuestra que los medios de comunicación, especialmente, los noticieros, han dado un paso de un rol analítico hacia un rol de opinión. También, se ha constatado que la forma de pensar no solo se impone con el discurso, sino con el lenguaje no verbal (ojos abiertos, movimiento de manos, dedo señalando, golpes en la mesa, postura, expresiones) tal como lo refleja Magaly Medina en su conducción. Ante esta situación, podemos concluir que no solo un lenguaje autoritario impone o manipula a la audiencia, sino que, implícitamente, los conductores tienden a usar partes de su cuerpo como expresión de su opinión.

Se ha podido comprobar también, que la televisión es una herramienta muy poderosa, en la cual se apoya la opinión periodística para generar polémica. Desde hace mucho tiempo, los periodistas se han valido de este recurso con la finalidad no únicamente de informar y narrar los hechos tal y como sucedieron, sino que muchos ya han comenzado a transmitir abiertamente su opinión hacia el público con el fin de influenciarlo y hacerlo optar por una postura similar a la que poseen, buscando (en muchos casos) ganar popularidad.

Por otro lado, gracias a nuestros resultados, se puede deducir que, en nuestro país, todavía existe una preferencia por los noticieros informativos serios y objetivos, sin relegar la opinión como un elemento extra a la información. Cabe destacar que, se debe optar una postura sin querer imponerla sobre las demás y tener en cuenta que los medios de comunicación son un puente de información, mas no el camino en sí. Ante esta situación, se puede corroborar el rechazo a la imagen de Magaly detrás de una mesa de conducción, ya que la forma de agregar su opinión en su programa 90 Matinal es brusca y trata de señalar culpables y crear falso alarmismo hacia ciertos temas de la agenda pública.

Del mismo modo, gracias a las encuestas realizadas, hemos podido concluir que el lenguaje formal goza de la mayor preferencia de la población. Esta es una característica de mucho valor para la población, puesto que este tipo de lenguaje es considerado socialmente como el correcto muy por encima de cualquier otros (ver tabla). Los conductores y periodistas que emplean esta modalidad de lenguaje son considerados por la gente como los más calificados para dicha labor, ya que brindan mayor seriedad y credibilidad a las noticias, convirtiéndose a sí mismos en fuentes de calidad.

Finalmente, visualizando los ejemplos de ATV Noticias y 90 Matinal, hemos podido constatar que la opinión es algo que siempre estará presente y surgirá naturalmente en la profesión de un periodista. Explícita o implícitamente se pueden hacer o reforzar opiniones, como ya se mencionó en los párrafos anteriores, pero esto implica un análisis y participación activa de la audiencia.

Referencias

- Acevedo, J. (2015). Medios y política: hacia una comunicación plural. *Conexión*, (1), 33- 65. Recuperado de <http://goo.gl/NdLPrh>
- Antezana Barrios, L. (2010). El noticiero televisivo y su rol social: el caso chileno. *Razón y Palabra*, 15(71). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199514914021.pdf>
- Brajnovic, L. (1977). *Deontología periodística*. Navarra: EUNSA – Universidad de Navarra.
- Bustamante, E. (1999). *La televisión económica*. Barcelona: Gedisa.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Di Guglielmo, H. (2010). *La programación televisiva en guerra*. Buenos Aires: La Crujía.
- Glasser, T. L. (1984). Objectivity precludes responsibility. *The Quill*, 72(2). 13-16.
- Hedges, C. (25 de marzo de 2013). The Day That TV News Died. *Truthdig*. Recuperado de <https://www.truthdig.com/articles/the-day-that-tv-news-died/>
- Lasswell, H. D. (1927). The theory of political propaganda. *American Political Science Review*, 21(3), 627-631. Recuperado de <https://www.freewebs.com/thebewilderherd/Lasswell%20Theory%20of%20Propaganda.pdf>
- Macassi, S. (2011). Los medios en el ciclo de vida de los conflictos: Aportes de la comunicación a la gobernabilidad en contextos de crisis. *Contratexto*, (19), 35-51. Recuperado de <http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/183/159>
- Martini, S. (2010). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- Santos Valderrama, F. E. (2017). *El discurso mediático peruano en épocas de conflicto social: Análisis del discurso de los noticieros ATV y TV Perú durante los conflictos mineros de Conga, Tingo María y las Bambas* (tesis para optar el título)

lo de Licenciado en Comunicación para el Desarrollo). Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/9190>

Taibo Rodríguez, L. M. (2013). Manipulación emocional televisiva como instrumento para someter a los pueblos latinoamericanos. Revista científica de FAREM - Estelí.

Peláez Serna, L. A. (2017). *Análisis sobre la opinión que ejercen los conductores del programa matutino "El noticiero de la mañana" de Radio Viva 91.1 FM y su incidencia en los habitantes del Cantón Quevedo, año 2016* (tesis doctoral). Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Philips, B. (1977). Approaches to Objectivity: Journalistic Versus Social Science Perspectives. En P. Hirsch, P. Miller y F.G. Kline, *Strategies for Communication Research* (pp. 63-77). California: Beverly Hills Sage.

Prado, E., Delgado, M., García, N., Huertas, A., Larrègola, G., y Perona, J. J. (1999). El fenómeno info-show: La realidad está ahí fuera. *Area cinco*, (6), 197-210.

Sáenz-Villarreal, J. M. (2014). *El valor de la opinión en los noticieros televisivos chilenos de hoy: el caso de 24 horas central de TVN*. Temuco.

Tankard. J. (2001). *The empirical approach to the study of Media Framing*. Nueva Jersey: Erlbaum.

Uribe, R. y Gunter B. (2007): Are Sensational News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? Content Analysis of British TV News. *European Journal of Communication*, 22(2), 207-228. <https://doi.org/10.1177%2F0267323107076770>

Anexo

ENTREVISTA A MILAGROS LEIVA

1. ¿Existe la objetividad en el periodismo? En tu opinión, ¿hasta dónde crees que debe llegar la objetividad en la presentación de la noticia? ¿Crees que la opinión de los periodistas es influyente en la interpretación de la audiencia? ¿Crees que ese impacto es positivo? ¿Crees que eso influye en la calidad de información?

Desde que los productores de información son personas, uno podría decir que no existe la objetividad, ya que las personas tendemos a ser subjetivas. Sin embargo, la buena praxis del periodismo tiende a buscar la objetividad, a veces no la consiguen porque algunos periodistas cargados de prejuicio tienden a no escuchar la otra parte, pero la ética de esta profesión manda a que debemos obtener todas las versiones existentes de un mismo hecho para lograr ser objetivos.

La objetividad en la presentación de una noticia debe llegar hasta el final, es decir, los periodistas deberían corroborar las fuentes, no tergiversar, no inventar, no exagerar una noticia para ganar una noticia. Esto es muy complicado, porque a veces las fuentes no quieren hablar, entonces la opinión pública cree que el periodista está siendo subjetivo porque no presentamos otras versiones del mismo hecho. Pero no es así.

El periodismo siempre va a mandar la pauta, pero el público no es idiota. Por lo que, un ciudadano debería de consumir varios medios y leer a varios periódicos para sacar la línea de lo que está pasando. Dado que, también hay periodistas militantes, porque tratan de instalar a través de las noticias su propia ideología, esto a mí me desespera, porque en el fondo son políticos encubiertos y deberían de hacer un *disclosure*. Entonces, sí somos influyentes, pero tampoco creo que jalamos de la oreja a la gente para que hagan algo. Personalmente, nunca he subestimado al público, la prueba más grande de que los medios no van a influir en las elecciones

es la elección de Alberto Fujimori, en la que todos los medios estaban con Mario Vargas Llosa. Además, otro caso también es el de Ollanta Humala, dado que había un sector de la prensa que denunciábamos (sic) que él tenía serias acusaciones, igual resultó ganador. Entonces, influye en una opinión, pero al final es el televidente el que decide.

La prensa tiene un rol muy importante en la sociedad, ya que hace educación sentimental, la cual consiste en contar historias para que nunca más se repitan. Además, un periodista, cuando cuenta algo malo que ha sucedido, lo hace por dos factores: interés público y el otro es educación sentimental para que nunca más se repita. Es decir, los periodistas son esos puentes a través de los cuáles la información permite la transformación en la sociedad.

Gracias a la prensa hay cosas que dejan de repetirse, por ejemplo, un foco de “violación de los niños”, podemos obtener que el parlamento legisle más al favor del infante.

2. ¿Cuál es para ti la diferencia entre análisis y la opinión en la labor periodística? Con estos puntos diferenciados, ¿cuál es el tratamiento que predomina en el Perú?

Cuando tú haces análisis puedes hacerlo por dos géneros muy importantes: el reportaje de investigación –no solo te permiten describir muy bien un hecho, sino te permiten analizarlo porque tienes los antecedentes, consecuencias, variables–, por lo que es muy difícil hacer reportaje de investigación, ya que demanda tiempo, equipo (por los medios de comunicación), y es muy caro. Por lo que, en el periodismo nacional ya no hay mucho.

Mientras que, la opinión es el análisis subjetivo de una persona. Entonces, no podemos mezclar estos dos géneros. Lo que está pasando aquí en el Perú es que hay demasiada opinión en la información.

Lamentablemente, lo que ha sucedido en el Perú después del Fujimorismo,

es que este expresó lo peor del periodismo: las miserias, el lado más oscuro, periodistas que se vendían, directores de medios que vendían a sus periodistas y a su línea editorial. Por lo que, provocó una crisis enorme. La gente joven cree que puede aterrizar en nuestro oficio sin haberlo estudiado, por lo que, abogados se convierten en periodistas. El periodismo es un abuso del ego, del periodista que se cree una estrella, en vez de creer que la "información es la estrella", creo que hay un abuso de la opinión al informar.

3. ¿Crees que han cambiado los estándares para la contratación de los presentadores de la noticia? ¿Qué piensas de Magaly Medina? ¿Cómo crees que es su tratamiento de la información? ¿Es la adecuada?

Sí, han cambiado porque ahora se le da más importancia a las personas famosas sin ser periodistas que conducen un noticiero, sin haber hecho ningún reportaje en su vida. Solo saben preguntar y saben muy bien opinar. De pronto, son los grandes periodistas.

Magaly Medina estudió periodismo, y ha querido transitar del periodismo de espectáculos al periodismo del noticiero. Sinceramente, a mí no me parece mal, sino que está buscando la transformación de su carrera. El tema es, ¿qué va hacer con la credibilidad que tiene o con lo que arrastra su imagen?. Ya que ella tiene un abuso de opinar. Esto se debe a que antes ella tenía un programa de autor, en donde opinaba.

4. En un momento crítico, como el de las elecciones, ¿Cómo crees que debe de ser el tratamiento periodístico por parte los medios informativos? ¿Está bien que los periodistas brinden su opinión o no?

Los medios informativos deberían ser lo más abiertos posible, lo más plurales. Sin embargo, debemos tener en cuenta que los políticos también son interesados, quieren hacer creer que los medios no los cubren. Por ejemplo, Keiko Fujimori, ella desde que perdió las elecciones no ha dado ni una sola entrevista, a un público

más inexperto o no informado pueden decir que los periodistas no quieren entrevistar a Keiko Fujimori, pero no es así. Entonces, se construye en el “imaginario colectivo” que no es así. Aparentemente, el diario no le quería dar oportunidad para expresarse.

Por otro lado, en una campaña, el tema de abrirse para todos es que todos nosotros queremos tener un espacio. Está bien que los periodistas brinden su opinión, pero siempre debe estar dada en un espacio de columna de opinión. Es decir, ‘debe estar tu opinión, enmarcado en lo que se sepa que ese debe ser tu opinión’, pero tu opinión no debe venir de contrabando en la información.

5. ¿Cómo consideras tú que tratas la información que transmiten?

Recomendaría que en los medios deben contratar a personas con profesión de periodistas y que hay manera de filtrarlos. Por ejemplo, buscar los mejores alumnos en las carreras. Es decir, que se invierta en los periodistas capacitándolos siempre, que se creen unidades de investigación –que son caras, pero realmente necesarias. Dado que, en este momento de las redes se inventa demasiado y tratar de hacerle entender lo que en verdad pasó. Ahora, todos se creen periodistas en Twitter y lanzan su información.

Los periodistas tienen que leer mucho para saber lo que está pasando. Tienen que increpar la verdad, no tratar de ser famosos. Ya que, la reputación y la credibilidad no viene de lo físico, sino por hacer bien tu trabajo.