

# Transformaciones de la televisión en Guatemala (1986-2017): de la televisión analógica a la multiplataforma digital

## *Transformations of Guatemalan television (1986-2017): From analog to multiplatform television*

**Cicibel Lucas**

Universidad Complutense de Madrid, España  
cicibelucas@yahoo.com

---

### Resumen

La televisión guatemalteca pasa por tres etapas que parten con el fomento de la televisión privada comercial y la anulación de la televisión pública, continúa con la proliferación de contenidos extranjeros en la programación y, más tarde, la transformación digital de la comunicación con la consecuente ampliación de la oferta televisiva y los cambios en la comunicación social. El texto presente reflexiona sobre las particularidades de la programación y los contenidos televisivos, describe los efectos de la digitalización de la televisión y profundiza en la incidencia política empresarial en un marco comunicacional multiplataforma. El resultado alcanzado demuestra la necesidad de impulsar cambios en las leyes usufructuarias de los canales de televisión nacional y lo relacionado con la Televisión Digital Terrestre, promover la calidad de la programación de la televisión nacional y asegurar el acceso a Internet y la regulación de su uso.

### Palabras clave

Televisión comercial; plataformas comunicacionales; programación de contenidos; convergencia; Internet.

### Abstract

Guatemalan television goes through three stages that start with the promotion of private commercial television and the annulment of public television, the proliferation of foreign content in programming and later, the digital transformation of communication with the consequent expansion of entertainment and changes in social communication. The present text reflects on the particularities of programming and its contents, describes the effects of digitization in television system and delves into the political and business influences in a technology framework of multiplatform communication. The results achieved demonstrate the necessity to drive reforms in three ways, first regulate the usufructuary law of television channels and all related with Digital Terrestrial Television, improve the quality of national programming television and ensure the Internet access and regulate its use.

### Keywords

Commercial television; communicational platforms; contents programming; convergence with Internet; political and business impact.

## 1. Introducción

La televisión en Guatemala tiene muchas particularidades, técnicas, legislativas, empresariales y de producción de contenidos que difícilmente pueden desligarse para entender la manera en que se desarrolla. De esa forma, el entretenimiento y la información que ha aportado en las últimas tres décadas (1986-2017) ha ido modificándose poco a poco, pero manteniendo elementos que conllevan una evolución poco equilibrada. El elemento más reseñado a lo largo del período de análisis es la relación de los políticos de turno con quienes tienen el usufructo de explotación de los cuatro canales de transmisión en abierto, y que se traduce en tendencia monopolística y escasa calidad de sus contenidos programáticos, manteniéndoles enfrentados con otros grupos televisivos y plataformas digitales que realizan más esfuerzos por llevar programas menos parcializados al televidente.

Nuestro objetivo general es determinar las transformaciones de la televisión en un marco de influencias políticas, empresariales y tecnológicas, mediante una contextualización actual, en la que se visualicen los entramados políticos empresariales, la oferta de contenidos televisivos y el cambio de modelo con la transformación digital y la convergencia con Internet. Los objetivos específicos se sitúan en: a) describir las incidencias políticas que han marcado el desarrollo de la televisión pública y privada; b) conocer el rol privatizante de la televisión que promueven las emisoras privadas de contenidos genéricos en detrimento de la televisión pública; y c) conocer los efectos de la transformación digital de la televisión en los procesos de comunicación social.

Nos hacemos la siguiente pregunta: ¿cómo ha evolucionado la televisión en Guatemala, desde la apertura democrática en 1985, pasando por la firma de los acuerdos de paz en 1996, la concentración de los derechos de explotación de la televisión y el impacto tecnológico en la producción y difusión nacional en el siglo XXI? En ese mismo entorno, habrá que responder también a: ¿cuáles son los contenidos de entretenimiento que ofrecen los canales, cómo es la información noticiosa y cómo promueve la res-

puesta a las demandas de los usuarios en tiempos de comunicación en múltiples plataformas?

La hipótesis es que la televisión ha evolucionado en la ampliación del espectro televisivo comercial, mas no en el impulso y funcionamiento de la televisión con contenidos de interés formativo, informativo y de entretenimiento. Especificidades marcadas por las incidencias políticas y empresariales, y, en medio de las cuales, la convergencia con Internet y al acceso a múltiples plataformas, han permitido una evolución más acorde a las necesidades sociales.

## 2. Marco teórico

A fin de trazar nuestro mapa referencial para el análisis, partimos de una discusión conceptual en tres pasos. Primero, los vínculos entre los políticos y empresarios con enfoque en la corriente de la economía política de la comunicación, ampliamente definida con diferentes tendencias y directrices de estudio, entre las cuales la siguiente definición de Vincent Mosco se adapta a nuestro análisis: "en un sentido estricto, economía política es el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, la distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación" (2006: 59).

En tanto, utilizamos las dos líneas que establecen los profesores Gómez y Sánchez luego de una recopilación de conceptos y líneas de investigación, determinadas por el impacto del capitalismo global en las industrias culturales y de la información, ideas que dibujan un perfil de acción: la primera, en la búsqueda de la naturaleza económica de los medios de comunicación y los sistemas comunicativos, y su relación con la estructura social más amplia; y la segunda, en la observación específica de cómo la propiedad, los mecanismos de financiación (por ejemplo, la publicidad) y las políticas públicas influyen en los contenidos y el comportamiento de los medios (Gómez & Sánchez, 2014: 4).

Para entender mejor, César Bolaño nos presenta con clara semejanza:

destacamos aquella acción de los grupos políticos por manejar una tajada del aparato estatal (...) La articulación entre los intereses del Estado y los intereses de grupos privados específicos se da justamente por medio de una compleja red de informaciones en la cual la posibilidad de corrupción está siempre (2013: 46).

La economía política de la comunicación reflexiona en el ámbito de la digitalización, convergencia y los modelos de negocios que surgen dentro de este sector industrial, pero también sobre otras tantas líneas, en las que debe haber un ámbito diverso para proveer estrategias para las sociedades contemporáneas dentro del capitalismo (Gómez & Sánchez).

La convergencia mediática digital de la televisión con Internet se expresa en la transición de un modelo tradicional a un modelo más actual. Una fusión en la que hay flujo, contenidos, plataformas, cooperación entre industrias mediáticas y comportamiento migratorio de las audiencias (Jenkins, 2008: 14). Nos interesa resaltar las acepciones: tecnológica, comunicativa, regulatoria, de contenidos y expresiva profesional (Villanueva, 2016: 169-173). Y en el que se ha analizado el papel del usuario y las nuevas formas de consumir contenidos y de interactuar (Sánchez & Ibar, 2015), los productos y retos como industria (Drula, 2015), las hibridaciones discursivas (Marzal, 2013), los nuevos perfiles profesionales (Barrios y Zambrano, 2015), las formas de comunicación (Velásquez, 2013) y los nuevos contextos regulatorios (Crettaz, J. 2016), entre muchos más.

Sin duda, "la convergencia se ha ido configurando como un concepto profundamente complejo y pluridisciplinar" (Sánchez & Ibar, 2015: 88). Así también González Romo et. al (2014) destacan que "la convergencia mediática conforma un paradigma en el que se puede decir que la digitalización de los medios y el cambio del paradigma comunicacional son un hecho palpable e irrenunciable. La novedad y frescura del nuevo escenario dibuja un panorama rico, confuso y potencial".

En esa línea, debemos tener en cuenta las múltiples plataformas de la comunicación y la narrativa transmedia, proceso comunicacional derivado de la convergencia de la televisión con Internet. Henry Jenkins, Carlos Scolari, Kevin Moloney y muchos investigadores han planteado las aplicaciones de la narrativa transmedia en el entretenimiento y el periodismo. Oportunamente para este estudio, Carmen Peñafiel analiza relatos informativos transmedia y acota el concepto "en aquella historia o noticia cuyo contenido se fracciona de forma intencionada en diferentes plataformas y soportes, ya sean digitales o no, con el objetivo de que la comprensión absoluta se obtenga únicamente acudiendo a cada uno de esos soportes" (2016).

En nuestro análisis, la narrativa transmedia es palpable en la información noticiosa y desde donde mejor se reinventa la televisión, tanto porque es la producción más importante, como porque permite mantenerse en la vanguardia multiplataforma. Peñafiel nos habla de la necesidad mediática y de la estrategia para implicar a la audiencia de manera libre, motivándola a ver soporte tras soporte, con el fin de que realice el recorrido y se implique en la difusión de los contenidos. La televisión guatemalteca se ha adaptado a la multiplataforma entre las que Twitter, Facebook o WhatsApp permiten a los usuarios interactuar y perfilar una realidad televisiva de interacción, especialmente en el ámbito informativo.

Pasamos a un tercer eje mucho más tradicional, esto es la propuesta informativa y de entretenimiento de los canales, que como sustento en la argumentación anterior nos permiten explicar pertinente y adecuadamente los resultados que a su vez interpretan las lógicas de la programación (Gómez Escalonilla, 2002).

### 3. Estrategia metodológica

El presente estudio de tipo cualitativo se obtiene mediante las siguientes fases: a) reflexión sobre la literatura académica relacionada con la temática, la documentación legislativa y los

documentos periodísticos relevantes para sustentar la evolución de la televisión privada y pública; b) descripción y análisis de los canales 3, 7, Guatevisión, Canal Antigua, Azteca Guate y su respectivos contenidos programáticos, utilizando una muestra de las parrillas de la semana del 20 al 26 de febrero de 2017, y d) indagación en las plataformas de Internet de cada canal para observar la evolución de su papel social y el alcance del uso de las tecnologías con las que disponen.

Las muestras de la programación televisiva y las plataformas digitales se toman en 2017, año en el que se elabora el artículo y analizamos el objetivo y el contenido, así, el objetivo se refiere a informar, formar y entretener; y el contenido se refiere a realidad, ficción, deportes, variedad, música o religión, categoría a la que pertenece cada programa. Las variables utilizadas son: procedencia de la producción nacional y extranjera y las categorías de los contenidos. La técnica de observación, visualización y cuantificación de los rubros anteriores nos conduce a una descripción de cada uno de los canales y nos ayudan no sólo a plantear una visión clara de la programación, sino que contribuyen a entender la incidencia político empresarial. La misma técnica de observación y cuantificación se realiza en las plataformas digitales Twitter y Facebook de los programas informativos, como los contenidos de interés general.

## 4. Resultados

### 4.1. Transformación de la televisión en Guatemala

#### 4.1.1. Contexto socioeconómico

En el país hay más de 16 millones de habitantes de los cuales el 50% habita en el área urbana y la otra parte vive en el área rural. La media de edad es inferior a 30 años de edad. Guatemala ocupa la posición 125 de 188 del Índice de Desarrollo Humano, su economía es la más grande de Centroamérica, pero es uno de los

países más desiguales en acceso a la riqueza. La población económicamente activa está en más de seis millones de los cuales el 69.8% trabaja en el sector informal, bien en el comercio y la agricultura (Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos, 2016). El ingreso per cápita mensual promedio procedente del salario o de las ganancias, va desde 162 y 753 dólares americanos. En materia televisiva, un 63% sitúa a la televisión como el principal medio de información y entretenimiento, un 14% utiliza la radio, el resto no accede a medios de comunicación. Las redes sociales e Internet alcanzaban el 1% (Encuesta Nacional de Condiciones de Vida, 2014).

#### 4.1.2. Evolución de la televisión comercial

La televisión guatemalteca en su concepción se crea pública y privada, pero se desarrolla básicamente en el ámbito privado. A finales de los años 50, después del fugaz intento por establecer la televisión pública a través de Canal 8 surgen, uno tras otro, los canales 3, 7, 11 y 13. Todos emitían programas mexicanos y algunas producciones propias que satisfacían al televidente hasta que llega la televisión por cable multicanales (1985) y los canales tradicionales empezaban a disminuir poco a poco sus cuotas de audiencia. Paralelamente se configura el monopolio de los 4 canales, hoy administrados por Albavisión. Canal 7 y su informativo Notisiete (1987) se posicionan como líderes de audiencia, al que se suma Telediario de Canal 3 (1998). En el plano de discusión, análisis y propuesta, Libre Encuentro (1991) fue por más de una década el único programa de formación de opinión. Sus aportes fueron relevantes en el análisis de temas de actualidad, aunque creaba polémicas por el enfoque sesgado de muchos temas, además de lo ostentoso de su producción (Lucas, 2009).

Hacia finales de la década de los 90, en un contexto sociopolítico más abierto crece la denuncia sobre la tendencia monopolística de los 4 canales, bajo el dominio de Ángel González, propietario de Albavisión y que mantiene hasta hoy fuertes vínculos con personajes políticos para favorecerse mutuamente a costa de contratos con el Estado, véase el informe de la Comisión Internacional contra la Impunidad en Guatemala

la (CICIG) de 2015. Un episodio trascendental sucede durante el Gobierno de Alfonso Portillo (2000-2004), cuando la decadencia política y el servilismo de la información televisiva motiva la creación de los canales por cable de pago Guatevisión y Canal Antigua en 2003 (Lucas, 2009: 153-165). La salida al aire del primer noticiero nacional en la televisión de pago empieza a evidenciar la falta de compromiso en materia informativa por parte de Notisiete y Telediario, y marca un hito en los informativos con la producción y publicación de contenidos más objetivos. Ello, junto con la proliferación de canales por cable que surgieron en diversas ciudades y sus respectivas producciones, se convierte en la alternativa informativa y de entretenimiento, capaz de cautivar algo de la atención del usuario que había migrado a la televisión por cable.

En 2008 aparece Azteca Guate cuando la digitalización en la producción de contenidos es un hecho. Hacia 2009 Internet está posicionándose en el país y la televisión empieza a converger con Internet a través de sus plataformas web. YouTube y Facebook se empiezan a hacer habituales en el consumo digital de entretenimiento e información audiovisual. En ese año el caso Rosenberg una muerte anunciada a través de un video que circula por Internet demuestra que la plataforma es utilizada. Los usuarios comentan y comparten la noticia a través de Facebook, generando información y opinión. El trabajo informativo de Guatevisión, Canal Antigua y Azteca Guate frente a los canales de Albavisión ya es notablemente diferente, como lo seguiría siendo con eventos como la crisis de 2015 que ocasiona la caída del Gobierno de Otto Pérez Molina. Por su lado, Telediario, Notisiete, T13 Noticias y más reciente TN23, evitan la información que vincula a los directivos de Albavisión con los políticos acusados (El Periódico, 2016).

#### **4.1.3. El poder detrás de Albavisión**

Ángel González tiene vínculos con todos los políticos que prosperan en el poder desde hace más de tres décadas. Además de los canales de televisión, tiene emisoras de radio, y de acuerdo con el informe de la Comisión Internacional contra la Impunidad en Guatemala (CICIG), ha con-

tribuido y promovido la corrupción e impunidad en Guatemala a través de la financiación de los partidos políticos a cambio de obtener contratos millonarios con el Estado y proteger el monopolio de las cadenas de radio y televisión. El poder de González es tal que posiciona personas en el Gabinete de Gobierno y en el Congreso para conseguir que todos ganen (2015: 49). Ello hace la prueba de la voraz economía política de la comunicación en su nivel más impune después del concepto de Alborno.

El clamor por eliminar el poder de González se ha conocido poco a poco en la medida en la que ha crecido, y apenas hay duda de que las leyes que rigen la televisión han sido hechas o modificadas a medida de las exigencias de González. Así, en el marco del consenso de Washington, la Ley de Inversiones Extranjeras (1998) en lo que concierne a la televisión y bajo la desregulación del mercado, la reducción del Estado y la privatización de bienes públicos beneficia directamente al grupo Albavisión. Igualmente, el Congreso de la República mediante el Decreto N° 34/2012 reforma la Ley General de Telecomunicaciones (1996) y permite a González maniobrar sobre el usufructo de las frecuencias televisivas en el momento en que lo desee. A eso hay que sumar la pérdida del expediente que otorgó la renovación del usufructo de los canales 3 y 7 en 2011 y los documentos que originan el derecho de las concesiones antes de que existiera la Superintendencia de Telecomunicaciones. Las leyes han sido modificadas en aquellos puntos que son incompatibles con los negocios políticos; así, cada ley que va surgiendo se adapta, y en otros casos se crea un decreto para fortalecer al grupo Albavisión en medio de sus negocios.

Si miramos a futuro, los antecedentes de la concentración de medios y el plano político ponen en duda la objetividad y la regulación de las licitaciones debido a los privilegios que ostenta Albavisión, especialmente en torno al proyecto nacional de migración de la televisión analógica a la Televisión Digital Terrestre (TDT).

#### 4.1.4. Postergación de la televisión pública

En epígrafes anteriores conocimos el contexto de la televisión comercial y la ausencia de la televisión pública, salvo algunos programas que pueden definir el interés por los audiovisuales públicos. Las frecuencias televisivas de cobertura nacional 5 y 9 recuperan la atención de la sociedad, especialmente la indígena y algunos políticos después de firmarse en 1996 los Acuerdos de Paz. Canal 5 se convierte en el año 2000 en TV Maya y es destinada a convertirse en un canal público multicultural de Guatemala. El primer proyecto televisivo lo realiza con la UNESCO al que se sumarán proyectos esporádicos con organizaciones como la Asociación para el Avance de las Ciencias Sociales en Guatemala, con quienes produce desde 2014 Una Mirada Crítica sobre Guatemala, pero sigue siendo poco, con presupuestos efímeros. Por su lado, Canal 9 transmite como única actividad las sesiones plenarias en tiempo real, el tablero electrónico y otras noticias del Congreso de la República de Guatemala.

Con esa fragilidad, la carencia de televisión pública pasa por la voluntad y decencia política. Sus funciones deberían ser, como lo expone Belén Irgazabal, producir de manera gratuita, complementaria y competitiva, promoviendo los derechos humanos, haciendo visibles las invisibilidades de los canales comerciales, generalista en la actualidad y en la información, que promueva el desarrollo de la ciudadanía, que focalice la niñez, pero entre las más importantes, brindar servicios de información y contemplar a las minorías; una visión más europeísta si se quiere (2013: 53-54). En tiempos de la definición de la Televisión Digital Terrestre y la sociedad más presente en la actualidad nacional, es un buen momento para incidir en la implementación de la televisión pública.

#### 4.1.5. El plano tecnológico y sus retos

El paso de la tecnología analógica a la digital ha supuesto un cambio intenso en la calidad de la transmisión y la recepción de los contenidos, pero aún está pendiente la migración a la TDT para digitalizar completamente el servicio televisivo. Guatemala, como el resto de Centroamé-

rica, tiene planes de migrar a la TDT en 2022, pero ya hoy el crecimiento de las plataformas web de los medios de comunicación y el surgimiento de espacios de comunicación alternativos da cuenta de la convergencia de la radiodifusión tradicional con Internet. Ávila y Gutiérrez (2013) hacen una revisión del estado de la tecnología en el país y las metas tecnológicas y sociales que tiene por cumplir, concluyendo que si bien hay avances, el Estado no cubre la carencia del acceso a Internet en todo el país, como pendiente número uno.

En materia social, la discusión de los derechos de Internet está en sus inicios a modo de propuesta privada (González, 2017), pero la TDT vuelve a entrar en discusión porque hace falta discutir públicamente una agenda digital, así como todo lo relacionado con la conexión de los municipios del país y que se avance en las discusiones sobre el uso responsable y controlado de Internet. Otro de los retos está en la legalización de todas las empresas de cable que prestan el servicio de forma ilegal, una práctica generalizada que se hace en el 50% del total de compañías que ofrecen el servicio (Terra y Notimex: 2015). Sin duda, el retraso comparado con otros países de la región latinoamericana es importante.

#### 4.2. Programación televisiva nacional

Con las innovaciones tecnológicas ha habido una expansión de la televisión de ámbito local y nacional entre frecuencias VHF, UHF y canales por cable, siendo éstas emisoras religiosas, comerciales, públicas, noticiosas, culturales, universitarias y deportivas. Guatevisión, Azteca Guate y Canal Antigua tienen cobertura nacional en los 22 departamentos donde hay al menos una emisora local por cable.

En una investigación de la programación de los canales que realizamos hace 10 años (Lucas, 2009), establecimos que los contenidos extranjeros eran mayoritarios a los producidos localmente. Acá revisamos los contenidos y la información noticiosa actual para conocer su evolución y convergencia con Internet.

### 4.2.1. Resultados del análisis de la parrilla de contenidos

Las categorías de análisis de la parrilla de la semana del 20 al 26 de febrero de 2017 consisten en definir la procedencia de la producción y los tipos de contenidos que ofrecen. En primer lugar, la transmisión alcanza las 24 horas en casi todos los canales, es decir 168 horas de programación con contenidos propios y extranjeros que en algunos casos se retransmiten durante la semana. No hacemos la diferenciación porque no es nuestro cometido la cantidad de horas semanales sino la cantidad de programas producidos por cada canal y día. En el Cuadro 1 se muestra que Guatevisión ofrece la mayor cantidad de contenidos producidos en sus estudios o en los de sus socios. Canal Antigua produce principalmente programas informativos y de opinión y ocupa el segundo lugar. La cantidad de lo que produce el resto de canales juntos equivale a lo que producen Antigua y Guatevisión.

**Cuadro 1.**

Canales	Horas semanales de producción nacional	% producción nacional
Guatevisión	154 horas	92
Antigua	127 horas (suspende 3 horas la programación)	76
Canal 7	35.5 horas	21
Canal 3	28.5 horas	17
Azteca Guate	35.5 horas	21

Fuente: Elaboración propia a base de datos de los canales y de mi.tv/gt/programación

Siguiendo la clasificación utilizada por Gómez Escalonilla sobre los tipos de contenidos televisivos existen: ficción: concursos; realidad: los noticieros y las tertulias políticas; variedad: vehículos, bienes raíces, cocina; entrevistas, culturales, deportes, musicales y religión. Canal Antigua y Guatevisión en la programación internacional ofrecen revistas de actualidad, informativos, entrevistas y telenovelas. En la producción propia ofrecen concursos juveniles, deportes naciona-

les y extranjeros, servicios de ventas, espacios religiosos, cocina, humor, musicales, modelaje, entrevistas, culturales, informativos y tertulias políticas. Los canales 3, 7 y Azteca Guate producen noticieros, revistas matinales y deportes, el resto es programación internacional. Canal 3 produce un espacio de cocina y uno de entrevistas, a diferencia de Canal 7. La mayoría de los contenidos tiene una duración de media hora.

**Cuadro 2.**

Guatevisión, Antigua, Canales 3 y 7	Características	% producción nacional
Producción propia	Noticieros, concursos, revistas matinales, deportes, religión, música y humor.	45
Producción extranjera	Telenovelas, informativos, revistas y deportes.	55

Fuente: Cuadro de elaboración propia.

Los canales producen globalmente un 45% del total de la programación, duplicando la producción que en 2006 hacían Guatevisión, Canal 3 y Canal 7 (Lucas, 2009: 275). Es decir que se ha incrementado en 10 años, siendo 5 canales y vale resaltar que en donde más incremento ha habido es en la producción de los noticieros. El 55% de la programación sigue siendo producción internacional de entretenimiento.

Ningún canal produce reportajes, salvo excepciones, pero durante la semana del análisis no se identificaron. Los canales 3 y 7 a excepción de las revistas matinales no producen materiales audiovisuales más que los noticieros. Guatevisión contiene un alto porcentaje de televentas y Azteca Guate produce muy poco pese al impulso que tuvo inicialmente. Canal Antigua emite varios noticieros al día con mayor audiencia en la ciudad capital que en la provincia.

Los programas más relevantes de la televisión internacional retransmitidos en Guatemala, especialmente en Canal 7 son las telenovelas latinoamericanas, cuyo argumento de éxito radica en el narcotráfico (Silva, 2014), el poder, el desamor y la pobreza. Se transmiten en horarios estelares y sin duda son el contenido que más fidelización de la audiencia obtienen. En Canal

3 producen Combate, un espacio de entretenimiento con pruebas de destreza física, habilidad mental y talento.

#### 4.2.2. Programas informativos, de opinión y tertulias políticas

La información noticiosa es el mejor ejemplo de la evolución televisiva porque son casi los únicos contenidos que producen los canales; las emisiones diarias de Canal Antigua son 9.5 horas de informativos, incluyendo tertulias, entrevistas y análisis de la actualidad política. Notisiete destina 4.5 horas y Telediario 5 horas, en ambos la edición matutina es la más larga y destaca el estado del tráfico, contenido fundamental y de audiencia para paliar los problemas que padecen los capitalinos; Guatevisión produce diariamente 3 horas de informativo, a lo que hay que sumar los programas de análisis y opinión, sátira, denuncia y concienciación sobre política para hacer un total 4.5 horas. Azteca Guate produce 3 horas de informativos. En el Cuadro 3 se ve una comparación de los programas que produce cada canal.

**Cuadro 3.**

Canal	Noticieros y programas de actualidad y opinión
Guatevisión	Noticiero, Sin Reservas y Sin Filtro
Canal Antigua	Noticias a las 5,45, 7, 1 pm, 2 pm, 6 pm, 7 pm, 8 pm, 8.45 pm y 10 pm.
Canal 7	Notisiete
Canal 3	Telediario
Azteca Guate	Hechos Meridiano, Hechos de las 6, Hechos noche
TN23 Noticias(+2014)	Noticieros en distintos horario

Fuente: Cuadro de elaboración propia.

TN23 Noticias de Albavisión es un canal que emite exclusivamente noticias. Tiene frecuencia en UHF que cubre la capital y es transmitido por los canales por cable. Funciona a través de la plataforma web [www.chapintv.com](http://www.chapintv.com), matriz de producción noticiosa que luego distribuye a los demás canales del grupo.

En conclusión, los canales Antigua y Guatevisión producen más espacios de análisis, debate

y opinión sobre la actualidad nacional; Guatevisión produce Sin Reservas, espacio de opinión de actualidad, y Sin Filtro, un espacio de tertulia nocturna de actualidad. Los noticieros de Canal Antigua tienen espacios en sus emisiones para este propósito. En diez años las alternativas informativas y formativas de opinión han avanzado, mientras que el entretenimiento producido por los canales se ha quedado rezagado.

#### 4.3. Convergencia televisiva con Internet

Para analizar la transición de un medio a otro vamos a considerar las variables de acceso a Internet disponibles como referencia. Así, el servicio telefónico móvil va en crecimiento y por tanto la conexión a Internet también; por ejemplo, la Superintendencia de Telecomunicaciones registra en 2016 más de 16 millones y medio de usuarios (Prensa Libre, 2016), la ENCOVI registra el uso del celular en 82.4% de la población en 2014. La conexión a Internet en los hogares alcanza solo 12.4%. El portal de investigaciones de mercado Internet World Stats reporta 5.3 millones de usuarios de Internet en 2016 (un millón más que en 2015), lo que supone el 30% de la población. La Comisión Económica Para América Latina indica que entre 2006 y 2013 el número de usuarios ha crecido un 50% (2016: 10). Los datos son dispersos y de fechas relativas pero no coincidentes, por eso, valiéndonos del comportamiento en el uso del teléfono celular, parece poco probable que haya tantos usuarios como población y que en esa medida estén conectados a Internet, de allí que la explicación de que los consumidores frente a la posibilidad de ahorro en el precio de los servicios, adquieren hasta tres líneas telefónicas disparando así el número de usuarios.

Por tanto, resulta difícil hacer un retrato del número de usuarios de los medios audiovisuales y de las prácticas de consumo. Sin embargo, algunas pautas se pueden establecer como el tipo de consumidores, uno sería el de triple conexión (hogar + trabajo + móvil) y otro que tiene conexión en el teléfono y en el hogar, usuarios contagiados por el efecto dominó de la sociedad. Otro más es el usuario que accede solamente a los servicios de Internet público en los



cibercafés que también se incrementan en más municipios del país. Los datos anteriores nos dejan la certeza de que hay un crecimiento en la conexión a Internet en los ámbitos urbano y rural, aunque haya muchos retos tecnológicos, de infraestructura, etc., fuera de nuestro cometido en este estudio.

#### 4.3.1. Televisión, plataformas web y redes sociales

La metamorfosis de las comunicaciones no ha relegado a la radio ni a la televisión (canales abiertos y por cable), más bien, tales medios convergen con Internet desde hace más de una década. La televisión abierta sigue siendo el medio de mayor cobertura. Guatevisión, Azteca Guate y Antigua mantienen sus páginas web, mientras que los Canal 7 y Canal 3 (incluso sus programas informativos) han suspendido la página web individual en favor de la plataforma [www.chapintv.com](http://www.chapintv.com), que uniformiza la información noticiosa y organiza la programación de todos los canales del grupo, potenciándola en las redes sociales. En el siguiente cuadro se hace referencia al número de personas que gustan de los informativos Notisiete, Telediario y los canales Guatevisión, Antigua y Azteca Guate, al no tener los últimos una plataforma en Facebook o Twitter .

**Cuadro 4.** Números de seguidores en redes sociales

Canales o noticiero	Facebook	Twitter
Notisiete	2 269 543	1 077 340
Telediario	1 404 534	856 891
Guatevisión	1 927 140	876 178
Antigua	596 188	354 719
Tv Azteca	193 584	277 057

Fuente: elaboración propia con datos de las redes sociales tomados el 17/10/2017.

Los datos del Cuadro 4 indican que Notisiete tiene más usuarios en ambas redes, Guatevisión ocupa la segunda posición seguido de Teledia-

rio, mientras que el resto de programas y canales están muy por detrás de Notisiete. WhatsApp por su inmediatez e innovación también está ganando terreno en los informativos que personalizan su vínculo con el televidente y que permiten enviar reportes informativos, bajo el concepto de usuario generador de contenidos. Las cantidades de usuarios son importantes y continuarán creciendo.

Ahora veamos el estudio de Global Web Index de Centroamérica en el que se describen las tendencias del uso en las redes sociales: leer noticias y eventos (71%), comunicarse con los amigos (56%), mantener contacto con otras personas (43.9%), buscar entretenimiento (38%) y llenar espacios libres (22.4%) (ILifebelt, 2016: 17). En esa tesitura los datos no son del todo amplios para los efectos de análisis de Guatemala, sin embargo, se puede reflexionar en base a muchos ámbitos de investigación, pero sobre todo el uso de Internet que no es precisamente escaso y va en aumento.

Otra reflexión está en torno al porcentaje de personas que se comunican con los amigos, puesto que la actualidad del país, del entorno y del mundo va implícita, tal como los reenvíos de vídeos de entretenimiento y actualidad; la que sería una línea de investigación a explorar, debido a la importancia que tiene la participación ciudadana en la vida política del país. Una fuente de información valiosa para conocer a los usuarios y sus intereses está en la reproducción de contenidos, los comentarios en las noticias, las publicaciones de Facebook y Twitter, los reenvíos y la aprobación a través de marcar la opción me gusta de los temas de interés nacional o de entretenimiento (acciones en crecimiento).

Las estrategias de los canales van a la par de la tecnología y del conocimiento de sus audiencias, con lo cual la convergencia está dada, y para la televisión hay estrategias que por ahora mantienen al consumidor al frente del televisor. En ello también habrá que ver la migración del entretenimiento tradicional al entretenimiento digital, en el que los canales se actualizan y se fusionan con Internet produciendo cambios en la manera de comunicarse de los televidentes.

En el marco de los procesos de comunicación en un entorno sociopolítico más abierto y tolerante a la crítica, la información está en pleno crecimiento, con labor investigativa, de inmediatez y confrontable, lo que hace que los medios tradicionales pugnen por mantenerse a la vanguardia. De igual manera, los procesos sociales que suceden son distintos y alteran la manera en que los políticos y los empresarios sostienen un contubernio para beneficio propio. Hoy tenemos una proliferación de revistas electrónicas de investigación, opinión y propuesta que son ya de consulta y referencia obligada, entre ellos: Plaza Pública, Nómada, Soy 502; blogs informativos como El Salmón, Diario Digital, República GT; junto con los periódicos: Prensa Libre, El Periódico, Diario La Hora y otros. Todos ellos hacen de contrapeso con los medios de Albavisión, con una enorme cobertura nacional.

El acceso a Internet y con ello el uso de las redes sociales, la información de las páginas web y el intercambio de ideas y opiniones, son uno de los grandes avances del nuevo contexto mediático en Guatemala. En tres décadas se ha ensanchado la posibilidad de informar e informarse, comunicar y comunicarse; el entretenimiento también ha crecido, desde la televisión tradicional, las múltiples opciones de la televisión por cable y la interacción del usuario y televidente en los contenidos audiovisuales. Sin embargo, no todo ha sido positivo en tiempos de las plataformas digitales, los canales también utilizan las redes para mejorar el perfil de personajes públicos o tergiversar la causa de los usuarios y plataformas más beligerantes.

## 5. Conclusiones

Las etapas clave de la evolución televisiva de las últimas décadas nos ofrecen una conceptualización que permite conocer el estado actual y hacer un planteamiento sobre los retos en los que la televisión debe mejorar. Exponemos a continuación las conclusiones a las que hemos llegado, basándonos en el análisis de la programación, los contenidos informativos, la convergencia con Internet y el monopolio televisivo.

En primer lugar, la producción de contenidos audiovisuales ha evolucionado menos que el desarrollo de la televisión comercial. Forjada en sus más de 60 años en la programación de contenidos internacionales y dejando de lado la idea de televisión pública, estas producciones no tendrán un mínimo de interés hasta la firma de la paz en el país y la asignación de dos canales con apenas presupuesto de funcionamiento, en clara manifestación de falta de voluntad política.

En segundo lugar, la televisión en abierto que se venía fraguando desde principios de los ochenta como monopolio se acentúa más al amparo de alianzas político-empresariales con fines censurables, dando como resultado la producción nacional limitada a noticiarios con tendencia a promover la impunidad y la corrupción en el país.

En tercer lugar, la aparición en el año 2002 de Guatevisión y sucesivamente Canal Antigua y Azteca Guate, entre otros, el acceso a Internet y la convergencia de medios dan vida a un sistema televisivo más normalizado y alternativo a los canales de Albavisión. Las múltiples plataformas, de las que dan cuenta el número de usuarios en redes sociales y en las que la información de actualidad avanza en cantidad y objetividad, y va permeando en la población su realidad sociopolítica. Los noticiarios, tertulias y discusiones televisivas son resultado también de esa apertura mediática y trascendental. No sucede lo mismo en el resto de contenidos, puesto que en todos los canales persiste el alto porcentaje de entretenimiento de origen extranjero, especialmente en el grupo Albavisión.

En cuarto lugar, la cobertura creciente en la mayoría de departamentos y municipios del país, dan cuenta de que el acceso a Internet pese a las condiciones mejorables, sucede. Ello, junto con la implementación de la Televisión Digital Terrestre es el mayor de los retos, en gran parte por el contubernio político empresarial, altamente perceptible hasta hoy que es un peligro latente para la comunicación de los ciudadanos.

Finalmente, la transformación de la televisión y la aparición de múltiples plataformas vienen de la mano de la participación social para construir mejores comunicaciones en estos tiempos en los que es conveniente estudiar el rol de los ciudadanos y los pros y contras del Internet en Guatemala.

## Notas

1. Albavisión es una red de medios de comunicación por afiliación. En Guatemala integra los cuatro canales de la televisión abierta, tiene un canal de noticias 24 horas, un sitio web de noticias, trece estaciones de radio y el circuito de cines Alba. La radio informativa de mayor cobertura es Sonora.

2. El asesinato de Roberto Rosenberg en 2009 conmociona al país y al extranjero por el video póstumo que aparece un día después y en el que acusa al Presidente de la República Álvaro Colom y a otros funcionarios de

su desaparición. Abogado del empresario Khalil Musa, asesinado un tiempo antes, Rosenberg denuncia una teoría sobre el asesinato de Musa en el que involucra a funcionarios del Gobierno que también irían tras él. La Comisión Internacional Contra la Impunidad en Guatemala esclarece el crimen en el que establece que Rosenberg planificó su asesinato.

3. El caso de corrupción llamado La Línea provocó una serie de manifestaciones ciudadanas convocadas a través de las redes sociales, demostrando así que los canales tradicionales si bien tenían un público cautivo en las áreas sin televisión por cable, no podrían evitar la indignación ciudadana organizada en una serie de manifestaciones

4. Para tener una idea del crecimiento del uso de Internet y por ende de Facebook, entre 1995 y 2014 el número de usuarios llegó a un 22% de la población, pero entre 2014 y 2016 el porcentaje de usuarios llega a un 40%. Es decir, sólo en los últimos dos años, creció lo mismo que creció durante los primeros 9 años (Mellgar, 2016). /howwework/reports/ara

## Referencias Bibliográficas

- Ahumada-Barajas, R. (2013). *La televisión por Internet: de la convergencia a la mutación*. México: Quorum Académico, Vol. 10. N° 2, julio-diciembre (pp. 277-288). Recuperado en <http://www.redalyc.org/pdf/1990/199028788006.pdf>
- Ávila, R. & Gutiérrez, A. (2013). *Mapping digital Media: Guatemala*. Country Report. London: Open Society Foundations.
- Berganza, G. (2011, agosto). *II Encuesta Nacional de medios, nuevos medios y elecciones*. Guatemala: Asociación para el Desarrollo, Organización, Servicios y Estudios Socioculturales.
- Barrios, A. y Zambrano, W. (2015). Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas*, 14 (26). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=491548260012>
- Bolaño, C. (2013). *Industria cultural, información y capitalismo*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Cepal (2016). Estado de la banda ancha 2016 en América Latina y el Caribe. Recuperado de <http://www.infobae.com/america/america-latina/2016/09/13/informe-cepal-crecio-el-uso-de-internet-en-america-latina-pero-sigue-con-baja-velocidad/>
- Comisión Internacional Contra la Impunidad en Guatemala. (2015). *Financiamiento de la política en Guatemala*. Guatemala: Editorial Serviprensa. Recuperado de [http://www.cicig.org/uploads/documents/2015/informe\\_financiamiento\\_politicagt.pdf](http://www.cicig.org/uploads/documents/2015/informe_financiamiento_politicagt.pdf)

- Congreso de la República de Guatemala (1980). *Ley De Radiocomunicaciones Decreto Ley 433 1966*. Recuperado de [http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/media\\_standards/GUA\\_Ley%20de%20Radiocomunicaciones.pdf](http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/media_standards/GUA_Ley%20de%20Radiocomunicaciones.pdf)
- Congreso de la República de Guatemala (2012). *Reformas a la Ley General de Telecomunicaciones Decreto No. 34-2012*. Recuperado de <http://old.congreso.gob.gt/archivos/decretos/2012/CCX-CV0940200010034201205122012.pdf>
- Crettaz, J. (2016). Nuevos contextos regulatorios en el sector convergente de los medios las telecomunicaciones y el entretenimiento: una propuesta de matriz de análisis. *Austral Comunicación*, 5, (1). Recuperado de <http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/142>
- Díaz, C. (2016). "De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina". *Nueva época*, 25, julio-diciembre, 2016, pp. 297-302. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-252X2016000100013](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2016000100013)
- Drula, G. (2015) "Formas de la convergencia de medios y contenidos multimedia: Una perspectiva rumana". En *Revista Científica Educomunicación*. Comunicar, 44 (XXII), 131-140. Recuperado de <http://www.revistacomunicar.com/index.php?-contenido=detalles&numero=44&articulo=44-2015-14>
- Gómez-Escalonilla, G. (2002). *La programación televisiva en España. Estudio de las parrillas de programación televisiva española desde 1956 a 1996*. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- Instituto Nacional de Estadística. (2016). Encuesta Nacional de Condiciones de Vida 2014. Guatemala.
- Instituto Nacional de Estadística. (2015). Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos 2016. Guatemala.
- Irgazabal, B. (2013). "Por una televisión pública con audiencia". En *Zapping TV, El paisaje de la tele latina*, pp. 51-63. Bogotá: FES Comunicación.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence cultura: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Lucas, M. (2009). La estructura de la televisión en Guatemala: la incidencia político social y el análisis de los contenidos informativos. En Universidad Complutense de Madrid: Recuperado de <http://eprints.ucm.es/9575/1/T31307.pdf>
- Marzal, J. & Martín, M. (2011). Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea. *adComunica*, 2. Recuperado de <http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/viewFile/7/7>
- Melgar, J. (1 de septiembre de 2016). A un año del #RenunciaYa y los movimientos que siguieron en las redes. En Estudio de redes sociales en Centroamérica y el Caribe. VI Estudio. ILifebelt. Recuperado de <http://ilifebelt.com/6to-estudio-anual-ilifebelt-redes-sociales-centroamerica-caribe-2016/2016/08/>
- Mosco, V. (2006). "La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después". *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 11. Recuperado de <http://www.um.es/tic/LIBROS%20FCI-I/EconomiaPoliticaCom.pdf>
- Peñafiel, C. (28 de abril de 2016). "Reinvención del periodismo en el ecosistema digital y narrativas transmedia". *adComunica*, 12. Recuperado de <http://www.adcomuni>

carevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/341/301

- Sacayon-Madrigal, J.L. (2016). La concentración de los Medios y Democracia en la era de la información. Estudio de caso de Albavisión en América Latina y la interferencia en la democracia de Guatemala. Portugal: (Tesis de maestría, Universidade de Coimbra, Portugal). Recuperado de <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/31769>
- Sánchez, M. & Ibar, R. (2015). "Convergencia e interacción de los nuevos medios: tipología de los prosumidores entre los estudiantes universitarios". *Communication & Society*, 28 (2). Recuperado de [http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art\\_id=533](http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art_id=533)
- Velásquez, G. (2013). "Convergencia de medios y nuevas formas de comunicación". Revista *Politécnica*. 9, (16). Recuperado de <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/pol/article/viewFile/335/311>
- Villanueva, E. (2017). "Convergencia mediática: lecciones y preguntas desde la experiencia peruana". Revista de *Comunicación*, 16, (1). Recuperado de [https://issuu.com/revistadecomunicacion/docs/rcom2017\\_1](https://issuu.com/revistadecomunicacion/docs/rcom2017_1)

## Webgrafía

- Albavisión s/f. <http://www.albavision.tv/guatemala> (Consultada el 1 de marzo de 2017)
- Chapín TV s/f. <http://www.chapintv.com/> (Consultada el 20 de febrero de 2017)
- El Periódico. (25 de julio de 2016). Ángel González: El encantador de presidentes está molesto. Recuperado de <http://elperiodico.com.gt/investigacion/2016/07/25/angel-gonzalez-el-encantador-de-presidentes-esta-molesto/>
- González, I. (23 de febrero de 2017) Carta de derechos de internet para Guatemala. ILifebelt. Recuperado de <http://ilifebelt.com/carta-derechos-internet-guatemala/2017/02/>
- González, Z. et al. (2014). La convergencia digital de la prensa de proximidad. El caso de la prensa comarcal en Cataluña. Portal Comunicación.com. Lecciones. Recuperado de [http://www.portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?id=84](http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=84)
- Guatevisión s/f. <http://www.guatevision.com> (Consultada el 22 de febrero de 2017)
- ILifebelt. (2017). 5 factores que consolidan Facebook como la red social preferencial en latino América. Recuperado de <http://ilifebelt.com/5-factores-consolidan-facebook-la-red-social-preferencial-latino-america/2017/03/>
- ILifebelt. (2016) Estudio de redes sociales en Centroamérica y el Caribe. VI Estudio. Recuperado de <http://ilifebelt.com/6to-estudio-anual-ilifebelt-redes-sociales-centroamerica-caribe-2016/2016/08/>
- Internet World Stats. (30 de junio de 2016). Internet Usage and Population in Central America. Recuperado de <http://www.internetworldstats.com/stats12.htm>
- Laines, O (2016). Usuarios y uso de redes en Guatemala. ILifebelt. Recuperado de <http://ilifebelt.com/usuarios-uso-redes-sociales-guatemala/2016/08/>
- Mi.tv s/f. <http://mi.tv/gt/programacion> (Consultada el 20 de febrero de 2017).
- Peralta, L. (5 de julio de 2016). Cableros de Centroamérica: mercado en movimiento. Mediatelecom. Recuperado de <http://www.mediatelecom.com.mx/index.php/agencia-informativa/colaboradores/item/111249-cablers-de-centroam%C3%A9rica-mercado-en-movimiento>

- Prensa Libre. (24 de marzo de 2016). Unos 16 millones de celulares están registrados en la SIT. Recuperado de <http://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/unos-16-millones-de-celulares-estan-registrados-en-la-sit>.
- Sánchez, L. (5 de junio de 2015). La convergencia digital. El País. Recuperado en [http://elpais.com/elpais/2015/06/04/opinion/1433410704\\_789409.html](http://elpais.com/elpais/2015/06/04/opinion/1433410704_789409.html)
- Silva, J. (16 de marzo de 2014). El boom de la narcocultura. La Prensa. Recuperado de <http://www.laprensa.com.ni/2014/03/16/reportajes-especiales/186929-el-boom-de-la-narcocultura> (Fecha de consulta: 15/03/2017).
- Terra.com / Notimex. (27 de noviembre de 2015) Piratería al abordaje de TV de pago en Guatemala. Estrategia y Negocios. Recuperado de <http://www.estrategiaynegocios.net/centroamericaymundo/centroamerica/guatemala/gtnegocios/905790-330/pirater%EDa-al-abordaje-de-tv-de-pago-en-guatemala>

Sobre la autora

**Cicibel Lucas Cajas** es Doctora por la Universidad Complutense de Madrid, Magíster en Relaciones Internacionales y tiene una Licenciatura en Comunicación Social por la Universidad Francisco Marroquín de Guatemala. Autora del libro *La Televisión en Guatemala* (2017).

¿Cómo citar?

Lucas-Cajas, C. (2017). Transformaciones de la televisión en Guatemala (1986-2017): de la televisión analógica a la multiplataforma digital. *Comunicación y Medios*, (36), 142-154.