

“Noticieros televisivos en Colombia, un arma de doble filo. El fenómeno del regionalismo informativo.”

Artículo especializado

“Trabajo de grado”

Escuela de Ciencias Humanas

Programa de Periodismo y Opinión Pública

Tutora: Danghelly Zuñiga

Presentado por

Assad Antonio David Reyes

Semestre I, 2012

## ***Resumen***

Este artículo especializado se adentra en la definición, argumentación y demostración de un fenómeno comunicativo denominado regionalismo informativo. Esta problemática involucra a los canales de televisión privada y regional, así como pone de manifiesto las responsabilidades estatales. Con el objetivo de validar la hipótesis de la existencia del regionalismo informativo, se llevó a cabo una investigación que recolectó datos cuantitativos y cualitativos que, junto a la valiosa información brindada por especialistas en el tema, ayudó a desenmascarar las características más relevantes de este moderno fenómeno. Se determinó que la relación entre intereses comerciales y medios televisivos privados constituye un riesgo notable para las sanas prácticas del servicio de la televisión. Ante este panorama, se detectó que los canales regionales toman suprema importancia de acuerdo con los ideales y objetivos por los cuales fueron creados.

## ***Abstract***

This technical article delves into the definition, argumentation and demonstration of a communication phenomenon called regionalism informative. This problem involves the private and regional television channels and shows the state responsibilities. In order to validate the hypothesis of the existence of regionalism informative, it was carried out a research that recollects quantitative and qualitative data, together with the valuable information provided by specialist in the area, helped uncover the most relevant features of this modern phenomenon. It was determined that the relationship between commercial interests and private TV stations is a substantial risk to the healthy practices of television service. Against this backdrop, it was found that regional channels take supreme importance of the ideals and objectives for which they were created.

Por definición, Colombia “es un Estado social de derecho organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista [...]”<sup>1</sup>. Esto significa que Colombia es un país multicultural y pluralista, lo que le concede la misma importancia a todas y cada una de las comunidades y grupos sociales que lo conforman. Lo anterior es considerado como uno de los mayores aciertos de la nueva carta magna nacional.

Esta diversidad cultural evoca a problemáticas que aún en pleno siglo XXI siguen siendo materia de discusión. La desintegración socio-cultural por regiones, así como la imposibilidad de construir un único discurso nacional del cual se sientan representados todos los colombianos, son algunas de las problemáticas que se mantienen hoy en día. Lo único cierto es que así como la diversidad cultural y étnica le da una riqueza invaluable al país, también lo pone de cara a complejos retos que abarcan todos los estamentos de la sociedad y del Estado colombiano.

Los medios de comunicación, como parte activa e indispensable de una sociedad, toman importancia si se les considera como el espacio propicio para generar discusiones que afectan a la comunidad, tal como lo señala Jürgen Habermas:

Los ciudadanos actúan como público cuando se ocupan de los temas de interés general sin ser coaccionados; con eso se garantiza que puedan coordinarse y reunirse libremente, y al mismo tiempo expresar y hacer públicas sus opiniones también libremente. Cuando el público es amplio, esta clase de comunicación requiere de ciertos medios de difusión e influencia; en la actualidad los diarios y periódicos, la radio y la televisión, son los medios de la esfera pública.<sup>2</sup>

La Constitución Política del país promueve la creación de medios de comunicación capaces de brindar información veraz, así como el derecho individual de recibirla, soportado en el artículo 20 de la Constitución: “se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar

---

<sup>1</sup> Ver, Artículo 1 en, *Constitución Política de Colombia*.

<sup>2</sup> Ver, Habermas en, *La Esfera Pública* [EN LINEA], <http://www.armario.cl/Biblioteca/Autores/EFGH/Habermas/J%FCrgen%20Habermas%20-%20La%20esfera%20p%FAblica.PDF>

medios masivos de comunicación.”<sup>3</sup>. Esta relevancia se debe a que si bien los medios de comunicación están llamados a ser fiscalizadores del poder político, también tienen una gran responsabilidad con la difusión de los valores sociales y culturales que cimientan la construcción de un relato nacional capaz de crear identidad.

La relación entre medios de comunicación, cultura e identidad es un tema que se apodera de la atención de académicos como Wright Mills en *Los medios de masas y la Opinión Pública*<sup>4</sup>, Pierre Bourdieu en *La Opinión Pública no existe*<sup>5</sup>, Jesús Martín-Barbero<sup>6</sup> y David Morley<sup>7</sup>. Todos intentan abordar la problemática con el objetivo de encontrar respuestas, que por lo general, siempre han sido esquivas debido a las complejas condiciones de cada caso. Jesús Martín-Barbero en el caso colombiano y David Morley en el caso inglés, basan sus trabajos esclareciendo dudas y abriendo nuevos interrogantes en temas que giran en torno a dicha relación. Algunos de los aportes más significativos de estos dos autores serán presentados posteriormente a lo largo del texto.

El caso particular colombiano posee algunos componentes especiales, como por ejemplo la influencia cultural de las regiones debido al sentido pluralista de Nación que se consagra en la Constitución. Este trabajo busca conceptualizar el fenómeno del regionalismo informativo, así como identificarlo en los informativos matutinos de 7 de la noche de los canales privados RCN y CARACOL. Además, se ahondará en el papel que cumplen los canales regionales en toda la problemática, en especial TELECARIBE.

Para cumplir a cabalidad con lo anterior, es importante analizar la situación tanto de los canales privados como la de los regionales, así mismo se profundizará en el concepto de regionalismo informativo. Resulta vital entender que para efectos de este trabajo de investigación, el término regionalismo no se percibe necesariamente como un concepto apegado al sentimiento exacerbado por parte de una comunidad hacia una zona, como habitualmente se contempla. Por el contrario, en este caso el concepto gira en torno a aquellas características

---

<sup>3</sup> Ver, Artículo 20 en, *Constitución Política de Colombia*.

<sup>4</sup> Ver, Mills en, *Los medios de masas y la opinión pública*.

<sup>5</sup> Ver, Bourdieu en, *La opinión pública no existe*.

<sup>6</sup> Ver, Martín-Barbero, “La comunicación plural. Paradojas y desafíos” en, *Nueva Sociedad*.

<sup>7</sup> Ver, Morley en, *Interpretar televisión: la audiencia de Nationwide*.

negativas creadas a partir de generalizaciones y estigmatizaciones vinculadas con el folclor y las tradiciones propias de una región. Por su parte, el centralismo asume una posición crítica hacia el folclor y tradiciones de regiones periféricas, constituyéndose así como el propulsor principal del fenómeno del regionalismo informativo. De hecho, el historiador Edward Palmer Thompson menciona que "desde su mismo origen el folclor llevó consigo esta sensación de distanciamiento condescendiente, de subordinación"<sup>8</sup> entre las visiones centralistas y periféricas.

Si bien el concepto del *Regionalismo informativo* no ha sido abordado por autores o especialistas en el tema desde la perspectiva mencionada en esta investigación, el proyecto se anima a consolidar una propia definición de acuerdo a las características y condiciones del caso colombiano. En ese sentido, regionalismo informativo es el proceso por medio del cual la información de una región es mostrada bajo preceptos de estigmatización, en la que el folclor y la cotidianidad se presentan de forma burlesca o picaresca<sup>9</sup> por parte de las visiones centralistas. De esta forma, resulta clave entender el concepto de estigma, tal cual lo definió Erving Goffman:

Al encontrarnos frente a un extraño, las primeras apariencias nos permiten prever en que categoría se halla y cual es su "identidad social." Este puede mostrar ser dueño de un atributo que lo diferencie de los demás y lo convierta en alguien menos apetecible. Dejamos de verlo entonces como una persona total y corriente para reducirlo a un ser inficionado y menospreciado. Un atributo de esa índole es un estigma, en especial cuando produce en los demás un descrédito amplio.<sup>10</sup>

La principal característica de este fenómeno es la estigmatización representada en la burla y lo inaudito que puede llegar a ser un hecho noticioso expuesto bajo contextos no adecuados o no explicados o profundizados. Así, el hecho de que un medio no indague, profundice o explique las tradiciones y costumbres de una región durante un evento noticioso y esto a la postre repercuta en falsas estigmatizaciones que provoquen burla y desinformación, pone en evidencia la existencia del fenómeno.

Los medios de comunicación no son ajenos al fenómeno de la estigmatización, e incluso toman mayor importancia debido a las grandes masas a

---

<sup>8</sup> Ver, Thompson, Introducción: Costumbre y cultura en, *Costumbres en Común*. P14

<sup>9</sup> Definición propia

<sup>10</sup> Ver, Goffman, Introducción en, *Estigma: la identidad deteriorada*. P1

las que le llegan. Así, la estigmatización sugerida por Goffman vincula a cualquier medio de comunicación que de atributos de inferioridad a cualquier individuo o grupo social.

Se establecerá más adelante las características de los canales regionales y se centrará el trabajo en ellos, pues esto dará pistas claves para entender mejor el fenómeno del regionalismo informativo. Si bien los canales regionales no registran las altas audiencias de los privados, estas cadenas juegan un papel importante en la construcción de la identidad local-regional a partir de la información que le brindan a la población cumpliendo con su sentido social. De acuerdo con la ley 42 de 1985, los canales regionales están obligados a cumplir una función social relacionada directamente con promover la cultura; la norma indica también que estas cadenas deben priorizar en el carácter educativo de sus programaciones.

La situación de los canales privados, en especial sus informativos de 7:00 pm y cómo estos contribuyen a segmentar, polarizar y estigmatizar las informaciones de una región, no le restan importancia a los canales regionales, en especial TELECARIBE para fines de esta investigación. Así, no sólo resulta interesante entender la responsabilidad de los canales privados, sino que también asumen una mayúscula responsabilidad los regionales.

El trabajo está dividido en tres grandes partes: la primera consta de todo el marco teórico que se relaciona con el fenómeno del regionalismo informativo. La segunda parte explica y muestra los resultados de la investigación, y la tercera parte está compuesta por las conclusiones.

### ***1. Televisión y Nación. Colombia y la construcción de regionalismos***

En 1940 se creó la Radiodifusora Nacional, éste fue el primer espacio radial de Colombia basado inicialmente en programas domésticos y de información internacional. Esta iniciativa radial fue el primer proyecto nacional relacionado con los medios de comunicación, y deja de manifiesto el interés del Estado por insertar a los medios dentro de un proyecto de integración nacional.

El 13 de junio de 1954 irrumpe la televisión en Colombia de la mano del General Rojas Pinilla. Para entonces, la Radiodifusora Nacional pasó a ser la Radiotelevisora Nacional y trajo consigo muchos cambios en la forma de mostrar a los colombianos lo que era Colombia. En 1963 la Radiotelevisora Nacional se convirtió en Inravisión y posteriormente en el 2004 pasó a ser RTVC (Radio Televisión Nacional de Colombia).

Inicialmente, el proyecto de la televisión estaba enmarcado bajo unas características que giraban en torno a la difusión de la educación y de la cultura. “Para el gobierno de Rojas, la televisión entendida como un método y un vehículo de cultura, tenía grandes capacidades de cambiar y transformar totalmente al hombre mismo.”<sup>11</sup>. Rojas Pinilla contemplaba a la televisión como un medio útil para fomentar la educación a través de programas de alfabetización y de difusión cultural con el objetivo de “llevar una mayor alegría a nuestro pueblo y hacerlo participe de los frutos de la cultura.”<sup>12</sup>.

Durante las tres primeras décadas de la televisión en Colombia, el Estado fue el precursor principal de proyectos televisivos muy ambiciosos, como por ejemplo, los programas educativos de gran alcance a lo largo del territorio nacional. Pero es a partir de los ochentas que se dan grandes y decisivos cambios en la televisión, sobretodo desde lo legislativo.

Los canales públicos así como el contenido de los distintos formatos televisivos que emiten, constituyen las nuevas formas que la televisión trajo consigo a partir de los ochentas. En marzo de 1985 el decreto 666 “fija la regulación de carácter técnico y jurídico para la prestación del servicio de televisión por suscripción. Se podrá emitir programación de cualquier país del mundo y en cualquier idioma, pero no podrá incluir comerciales ni nacionales ni extranjeros.”<sup>13</sup>. Sin embargo, los grandes cambios que se dieron en los ochentas no pararon ahí. En julio de 1985, la ley 42 crea el Consejo Nacional de Televisión y los canales regionales; el 11 de agosto de ese mismo año el entonces presidente

---

<sup>11</sup> Ver, Ramírez en, *El gobierno de Rojas y la inauguración de la televisión* [EN LINEA], <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2180586>

<sup>12</sup> Ver, Ramírez en, *El gobierno de Rojas y la inauguración de la televisión* [EN LINEA], <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2180586>

<sup>13</sup> Ver, *Historia de la Televisión en Colombia* [EN LINEA], <http://www.colarte.com/actores/General/recuentoTV.asp>

Belisario Betancur inaugura el primer canal regional de Colombia: Teleantioquia. Estos cambios también significan nuevos campos de estudio debido a la directa relación entre estas nuevas formas de televisión y la conformación de una identidad socio-cultural colectiva. Esto quiere decir que la creación de los canales regionales abre la posibilidad de insertar a las diferentes regiones del país y sus costumbres en el relato de identidad nacional.

Otro de los grandes cambios de la televisión en Colombia se da a finales de los noventas. En julio de 1998 comienzan a emitir dos señales privadas de cobertura nacional, RCN Televisión y CARACOL Televisión, luego de ganar una licitación pública el 24 de noviembre de 1997.

El año 2011 también significó grandes cambios para la televisión colombiana. De acuerdo con lo establecido en el artículo tercero del Acto Legislativo Número 02 de 2011:

La nueva Ley crea la Autoridad Nacional de Televisión, conformada por una Junta Nacional de Televisión, que será apoyada financieramente por el Fondo para el Desarrollo de la Televisión -FONTV- y cuya función consiste en brindar las herramientas para la ejecución de los planes y programas de la prestación del servicio público de televisión, con el fin de velar por el acceso a la televisión, garantizar el pluralismo e imparcialidad informativa, la competencia y la eficiencia en la prestación del servicio, así como evitar las prácticas monopolísticas en su operación y explotación, en los términos de la Constitución y la ley.<sup>14</sup>

De esta forma, la creación de canales públicos regionales y la apertura de dos nuevas señales privadas provocaron una activa participación de los relatos de identidad regional en pro de la construcción de una idea única de Nación.

### ***1.1 Audiencias***

Teniendo en cuenta las altas audiencias que tienen los canales privados nacionales, resulta importante lograr que el estudio analice la noción de regionalismo informativo, así como los ejemplos que evidencian tal fenómeno y sus posibles consecuencias.

“De acuerdo con la Gran Encuesta de Hogares (GEIH), realizada por el DANE con el apoyo de la Comisión Nacional de Televisión, entre los meses de

---

<sup>14</sup> Ver, Libreta de apuntes, en, *Así quedó la nueva Ley de Televisión* [EN LINEA], <http://libretadeapuntes.com/asi-quedo-la-nueva-ley-de-television/>

enero y marzo del 2009, se concluye que de cada 100 colombianos, de cinco años de edad en adelante, 80 ven televisión.”<sup>15</sup>. Así queda demostrada la gran penetración que ha tenido la televisión en la sociedad colombiana, especialmente en la última década.

Los canales privados en el país constituyen la porción más grande de audiencias televisivas según *La gran encuesta de la televisión en Colombia* liderada por la Comisión Nacional de Televisión en 2008. En la encuesta se afirma que “Caracol y RCN son los indiscutidos y grandes líderes de la audiencia de TV, y 9 de cada 10 colombianos dice haber visto estos canales [...]”<sup>16</sup>. De esta forma, se demuestra la gran importancia que tienen los canales privados, pues el hecho de que sean ampliamente los más vistos en Colombia los constituye como fuentes de estudio.

### ***1.2 Recurrir a la historia para contextualizar y entender el fenómeno de regiones en el país***

En todos los procesos y fenómenos importantes de una nación el papel que juega la historia es fundamental para entender y asimilar las características y antecedentes de las problemáticas. En este caso en particular, toma relevancia entender cómo Colombia se consolidó como Nación, en lo particular bajo qué artefactos identitarios se creó dicha noción.

Alfonso Múnera hace un recuento detallado de aquellas particularidades con las que ha contado Colombia a lo largo de la historia, para llegar así a consolidarse como un país de regiones multiculturales. Dentro de esas particularidades sobresale la figura del “otro” que se constituyó desde los tiempos coloniales. También, hace especial hincapié en las distintas formas de vida que se presentaban en la época colonial entre el Caribe colombiano y la región Central o Andina; mientras que los individuos de la región Andina eran aplicados y forjadores del progreso incipiente, los caribeños solían ser indisciplinados y violentos<sup>17</sup>. Así, Múnera explica cómo las razones anteriores, entre otras, fueron

---

<sup>15</sup> Ver, CNTV en, *Plan de desarrollo de la televisión 2010-2013*. P6.

<sup>16</sup> Ver, CNTV en, *La gran encuesta de la televisión en Colombia*. P105.

<sup>17</sup> Comparar con, Múnera, Capítulo I en, *El fracaso de la Nación*. PP68-69.

constituyendo, desde la creación de la Nación, una noción de dualidad entre dos culturas muy distintas dentro de una misma geografía.

En particular, “a finales del siglo XVIII y principios del XIX las provincias caribeñas de la Nueva Granada constituían un mundo cultural y social diferente del establecido en los Andes”<sup>18</sup>. Múnera se detiene en la explicación de cómo la construcción de un “otro” imaginario ayudó a consolidar una identidad nacional fundamentada en las costumbres andinas, demostrando así que la construcción de un “otro” no simplemente resultaba como un hecho evidente sino que también ayudaría a construir un ideal de nación liderado por la cultura Andina; dejando de esta forma a la región del Caribe colombiano relegada y estigmatizada en el “otro”. En este sentido, Múnera afirma que dos de los más grandes intelectuales de la élite colonial, Francisco José de Caldas y Pedro Fermín de Vargas, narraban constantemente en sus ensayos que las Costas, en particular la Atlántica, eran lugares lejanos, no solo por la distancia geográfica, sino también desde el ámbito cultural. Uno de los trabajos de Caldas relaciona a los negros mulatos de la región Caribe con el imaginario de ausencia de progreso del siglo XIX. Así, desde la colonia empezó a construirse un imaginario de “acá” y “allá” en el que la región Andina, liderada por la actual Bogotá, constituía el centro del progreso y el “allá” constituía una idea de ausencia de progreso en donde vivían negros y mulatos salvajes e indisciplinados.

Según Múnera, lo anterior tiene una posible explicación si se mira desde la perspectiva que afirma que los pueblos nativos de los Andes fueron mejores receptores del mensaje que proclamaban los colonizadores españoles, mientras que los pueblos indígenas de la Costa fueron recios, violentos, sanguinarios y apáticos al discurso de los europeos. Esto alejó a la región Caribe del control social, político y religioso que se implementó con éxito en Santafé, creando así una dualidad entre progreso y caos. Con esta visión de aquí y allá se constituyó la Nación.

### ***1.3 Nación, Nacionalismo, Sub-nacionalismo y Nacionalidad: el aporte de Benedict Anderson***

---

<sup>18</sup> Ver, Múnera, Capítulo I en, *El fracaso de la Nación*. P69.

Para Anderson la comunidad se concibe como un afecto determinante entre los individuos que conforman una sociedad. De hecho, esta fraternidad comunitaria ha sido la causante de que en los últimos dos siglos millones de personas hayan muerto, y lo que es peor aún, que hayan y estén dispuestos a perder su vida “por imaginaciones tan limitadas”<sup>19</sup>.

En ese sentido, considera que la nación es una comunidad política imaginada, limitada y soberana. Al referirse a imaginada, está hablando de que el término es una construcción cultural (humana), debido a que resulta imposible que una persona conozca, por lo menos, a la mayoría de los miembros de su nación, así sea la nación más pequeña del mundo. Probablemente, según Anderson, nunca los oiga o los vea, pero “en la mente de cada uno vive la imagen de su comunión”<sup>20</sup>. En cuanto al término limitada, se refiere a que cada nación posee sus propias fronteras imposibles de violar o extender. Entretanto, el concepto soberano se entiende desde la idea, presumible, de que toda nación tiene potestad autónoma sobre su espacio geográfico delimitado por sus fronteras. En definitiva, rescatar y adoptar todos estos conceptos por parte de un individuo o nación otorgan una legítima nacionalidad.

El tema de los sub-nacionalismos dentro de naciones ya constituidas es el resultado de una serie de construcciones culturales con características particulares provenientes del siglo XVIII, además, como lo demuestra el propio Anderson en su obra, con otras influencias determinantes que provienen de siglos atrás. Actualmente, la Organización de Naciones Unidas (ONU) acepta cada año nuevas naciones que se han separado de unas que se creían bien consolidadas, la razón: los sub-nacionalismos. Según Anderson, esto es producto de que la “nacionalidad es el valor más universalmente legítimo en la vida política de nuestro tiempo”<sup>21</sup>. Un ejemplo de esto fue la antigua Yugoslavia, formada por lo que hoy es Serbia, Croacia y Eslovenia. Inclusive Serbia sufrió las consecuencias de los sub-nacionalismos cuando Kosovo se independizó en 2008.

---

<sup>19</sup> Ver, Anderson en, *Comunidades imaginadas*. P25.

<sup>20</sup> Ver, Anderson en, *Comunidades imaginadas*. P23.

<sup>21</sup> Ver, Anderson en, *Comunidades imaginadas*. P21.

En consecuencia queda en evidencia la importancia que tienen los sub-nacionalismos dentro de una misma nación, ya que esto puede llegar a provocar divisiones territoriales dentro de un mismo Estado.

#### ***1.4 Cómo analizar las audiencias***

No debe olvidarse el hecho de que las sociedades y comunidades están en contextos culturales que amalgaman cualquier mensaje de acuerdo con sus tradiciones y costumbres. En este sentido, no solo influye el mensaje de un medio de comunicación comprometido con la causa, sino también el contexto en el que llega el mensaje<sup>22</sup>.

David Morley en su trabajo *The Nationwide Audience (1975 y 1979)* analiza un programa televisivo y aquellas particularidades del “show” y la audiencia. El objetivo del proyecto se basaba en determinar cómo las características culturales de la audiencia y los detalles técnicos durante la formación y emisión del mensaje, provocaban una alteración en el sentido del mensaje por parte de los espectadores.

Para Morley la audiencia es un grupo de receptores activos en la mayoría de los casos. La audiencia no sólo recibe información y la acepta sino que también la discute, la debate y emite una sentencia, personal o grupal, acerca de lo que se le dice. También resalta la importancia que sugiere en un individuo el contexto social-cultural en el que se desenvuelve. “Los mensajes que recibimos de los medios no nos encuentran aislados, porque todos llevamos con nosotros, en el momento de recibirlos, otros discursos y otro conjunto de representaciones con los que estamos en contacto en otras esferas de la vida.”<sup>23</sup>. Toman relevancia otras características propias de los individuos que componen la audiencia, como por ejemplo, la edad, el género, su religión, si es obrero o ama de casa, e incluso que otras cosas ve en televisión o que otros programas sigue.

---

<sup>22</sup> Comparar con, Morley, “The Nationwide Audience” en, *Televisión, audiencias y estudios culturales* [EN LINEA], <http://diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/Morley.pdf>

<sup>23</sup> Ver, Morley, “The Nationwide Audience” en, *Televisión, audiencias y estudios culturales* [EN LINEA], <http://diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/Morley.pdf>

Aclara que no se puede caer en el error de tomar a los medios como una institución aislada de aquellos que reciben el mensaje (la audiencia), pues en los procesos de decodificación e interpretación juegan un papel importante otros discursos, otras nociones que con anterioridad ya la audiencia tiene fijadas por el proceso de socialización. “No podemos entender el proceso de las comunicaciones mediáticas si concebimos como un hecho aislado el momento en que encendemos el televisor a las nueve y vemos las noticias.”<sup>24</sup>.

Así queda evidenciada la importancia, no sólo de los medios de comunicación y sus mensajes, sino también del contexto cultural y aquellas costumbres propias de una comunidad; este contexto es capaz de modificar el significado del mensaje.

### ***1.5 Lo nacional, regional y local en la televisión colombiana***

El estudio acerca de los canales regionales en Colombia y su relación con los canales privados en torno al regionalismo y centralismo mediático ha sido tocado desde distintas perspectivas.

El tema ha girado en torno a la mirada de la comunicación plural y las diferencias culturales y sociales con las que cuentan, en su mayoría, los países de América Latina. Antes de referenciar el caso particular de Colombia, es importante tener en cuenta algunas características del proceso desde sus inicios.

Según Jesús Martín-Barbero, las políticas estatales de fortalecimiento de la comunicación pública sufrieron, desde los setenta, diversos fracasos y reveses. Para empezar, las dictaduras vivientes de aquellas décadas en algunos países de Latinoamérica impidieron la consolidación de verdaderas políticas públicas que ayudaran a consolidar el sistema de la comunicación. Si bien las primeras propuestas iban en contra de los intereses privados, el mismo sentido dictatorial de los gobiernos de los setenta provocó que se cayera en un vicio conceptual que terminó por frustrar las propuestas de consolidación del sistema mediático. Según Martín-Barbero, aquella confusión interesada entre el significado de lo público y lo estatal, provocó un cambio radical en el sentido inicial de las políticas.

---

<sup>24</sup> Ver, Morley, “The Nationwide Audience” en, *Televisión, audiencias y estudios culturales* [EN LINEA], <http://diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/Morley.pdf>

Una de las preocupaciones de los gobiernos latinoamericanos era la condición de permanente amenaza cultural y de identidad que provenía desde Estados Unidos<sup>25</sup>, lo que motivó que las políticas nacionales de comunicación empezaran a fijarse en el contenido nacional de los medios. De esta forma, se constituía una salida auténtica para reafirmar valores, culturas y tradiciones con el objetivo de desvirtuar la amenaza del “imperialismo cultural”, como lo mencionó Martín-Barbero. Pero si bien estas políticas giraban en torno a la esfera de lo nacional como unidad, se volvió a caer en otro error que terminó por tirar a la borda todos los intentos de consolidación nacional a través de los medios: la nación y sus políticas no tuvieron en cuenta las diferencias culturales y sociales de los pueblos; se omitió y se rechazó por completo las diferencias existentes en un estado pluralista y multicultural. “Vistos a través de la nación, el pueblo era uno e indivisible, y la sociedad”<sup>26</sup> constituía una estructura homogénea, lo cual según Martín-Barbero, terminó por hacer fracasar una vez más ese intento por consolidar la nación a través de políticas nacionales de comunicación.

Para Martín-Barbero dichas políticas de fortalecimiento no sólo fracasaron por la intensa oposición del sector privado y sus tendencias mercantilistas (que posteriormente prevalecerían), sino que estaban condenadas desde sus entrañas y cimientos debido al “déficit de sociedad civil y de pluralidad que contenían.”<sup>27</sup>.

A partir de los ochentas la tendencia empezó a cambiar y las propuestas de comunicación empezaron a ser permeadas por ideas y prácticas más diversificadas, dándole espacio así al surgimiento de nuevos espacios y prácticas populares; especialmente la radio y su sentido oral sirvió de mucho para estas nuevas aperturas. Por su parte, la televisión contribuyó con la creación de los canales regionales.

### ***1.6 Los canales regionales y su importancia***

---

<sup>25</sup> Comparar con, Martín-Barbero en, *La comunicación plural. Paradojas y desafíos*. P8.

<sup>26</sup> Ver, Martín-Barbero en, *La comunicación plural. Paradojas y desafíos*. P8.

<sup>27</sup> Ver, Martín-Barbero en, *La comunicación plural. Paradojas y desafíos*. P8.

La pluralidad llega a la televisión en los ochentas, demostrando así que el movimiento de lo plural y lo heterogéneo era un proceso irreversible. En principio, la propuesta de canales regionales fue vista con recelo y preocupación por los poderes situados en el centro debido a que suponía una descentralización y dispersión del poder. Sin importar las políticas de privatización y la relación riesgosa entre la administración estatal y los nuevos canales regionales, la “televisión regional significa en América Latina, para una multitud de comunidades locales y de grupos sociales, la primera oportunidad de construir su propia imagen”<sup>28</sup>. A partir de la creación de los canales regionales en 1985, las personas de la periferia que estuvieron sometidas en el pasado a la recepción de mensajes nacionales que llegaban desde el centro, tuvieron un espacio propio. Esta nueva apertura no sólo sirvió para mostrar y transmitir sus costumbres, fiestas, paisajes, dialectos y demás, sino también para verse así mismos y reconocerse como un grupo social definido por medio de costumbres y tradiciones que los diferencian de los demás.

Hoy en día, la importancia de la pluralidad no sólo se basa en la fijación de pequeños grupos culturales a verse así mismos reflejados en una pantalla de televisión, sino que también contribuye de manera notable a la construcción de una nueva relación entre lo local-regional y lo nacional, articulando así un nuevo sentido de identidad nacional.

“Al fin y al cabo no es desde la pomposa y retórica «identidad nacional» como se va a poder enfrentar la globalización transnacional sino desde lo que en cada país queda de culturalmente más vivo”<sup>29</sup>, y en eso juega un papel fundamental la articulación de lo local-regional y lo nacional por medio de los canales regionales. En ese sentido, Martín-Barbero propone como vital la interrelación entre lo heterogéneo en pro de buscar un nuevo tejido social colectivo.

Livingston Crawford y Pamela Flores en su artículo *El totalitarismo frente a la identidad como proyecto en los medios comunitarios del Caribe colombiano*, resaltaron la importancia de la televisión comunitaria-local-regional en pro de la construcción de identidad y vínculo social en comunidades

---

<sup>28</sup>Ver, Martín-Barbero en, *La comunicación plural. Paradojas y desafíos*. P9.

<sup>29</sup>Ver, Martín-Barbero en, *La comunicación plural. Paradojas y desafíos*. P9.

marginadas. Resaltaron la importancia, no sólo de los canales regionales, sino también del papel que juegan los medios comunitarios en la construcción de identidad en comunidades marginadas de la Costa Atlántica colombiana.

La investigación pone en tela de juicio el papel del Estado en la consolidación de identidad a partir de medios televisivos comunitarios, y cómo a medida de que estas propuestas comunitarias iban creando cohesión y articulación social, el Estado colombiano creaba maniobras legislativas y jurídicas para amainar su impacto en la comunidad. “Como hipótesis se plantea que en la medida en que éstos abandonaron concepciones de identidad basadas en la tradición por conceptos más dinámicos y produjeron un vínculo social fundado en dinámicas de asociación, el Estado creó un marco jurídico para abolirlos, siguiendo la tradición de exclusión de América Latina.”<sup>30</sup>. Se hace referencia a una tradición de exclusión que proviene de la época colonial y que con el tiempo muta pero no se aleja de su consecuencia inicial: desarticular por medio de la exclusión y el apartamiento de tradiciones y culturas minoritarias.

Por otra parte, Crawford y Flores muestran cómo a partir de la consolidación de algunos aspectos fundamentales de la televisión (lo jurídico, lo tecnológico, lo audiovisual y lo cultural), se pueden crear, desde lo local-comunitario, productos audiovisuales de calidad. Estos incluso podrían competir con los relatos nacionales e internacionales, provocando así en la esfera nacional una exigencia por el reconocimiento del otro.

Lo anterior saca de la discusión a los canales regionales, pues según los autores, la consolidación de la televisión nunca fue alcanzada por estos medios de orden regional. Por el contrario, lo que hicieron fue perder una buena oportunidad de crear identidad nacional a través de las diferencias y la construcción de una identidad, en primer orden, local y regional.

Según Crawford y Flores, la aparición de la televisión cumplió con las características inherentes a la construcción de un discurso homogéneo y centralizado por parte del Estado, en donde se trataba de vincular a toda la sociedad por medio de un solo relato de identidad, ignorando las diferencias culturales y de tradiciones del país.

---

<sup>30</sup> Ver, Crawford y Flores, “El totalitarismo frente a la identidad como proyecto en los medios comunitarios del Caribe colombiano” en, *Investigación y desarrollo*. P255.

Así, la televisión cumplió en Colombia el papel que el Estado del siglo XIX había cumplido en los países de Europa. Centralizada, controlada por el Estado y a la búsqueda de un lenguaje que convocara a la totalidad de la población, la televisión fue creando los escenarios que movilizarían las identidades de los dispersos grupos humanos creando, simultáneamente, unos anclajes a un pasado que no conocían y a un presente que se les escamoteaba.<sup>31</sup>

Resulta importante aclarar que el proyecto de la televisión regional en Colombia se rige tanto por el decreto 3100 del 20 de diciembre de 1984 como por la ley 42 de 1985. Ambas legislaciones contemplan la idea de “satisfacer las necesidades de comunicación audiovisual y de construcción de escenarios de expresión autónoma de cada una de las regiones del país, fortalecer los valores de los distintos grupos humanos y contribuir con los procesos de democratización de la información y acceso a los bienes culturales locales, nacionales y universales.”<sup>32</sup>.

La crítica de los autores se basa en afirmar que luego de los primeros 15 años de la creación de estos canales, el panorama es desolador y preocupante.<sup>33</sup> El fracaso de los medios televisivos regionales se da a partir de la iniciativa de querer copiar a los canales nacionales, dejando así de lado el objetivo por el cual fueron creados. De esta manera, perdieron la posibilidad de crear un relato audiovisual de calidad que represente los ideales de la región y que compita con otros discursos nacionales.

Mauricio Vera Sánchez rescata la importancia que ha tomado la televisión privada. Afirma que el proceso de privatización ha arrojado datos, a posteriori, impensados debido a la relevancia social y cultural que estos han adquirido. “Un dato revelador de esta tendencia en nuestro país es el hecho de la televisión privada a nivel nacional, que pasó de tener una participación casi del 3% en el año 1998 al 63% en el año 2003 y con una curva creciente, concentrada

---

<sup>31</sup> Ver, Crawford y Flores, “Dinámicas socioculturales de las televisiones comunitarias en Colombia o el tránsito de la identidad al reconocimiento” en, *Investigación y desarrollo*. Vol. 10, p191.

<sup>32</sup> Ver, Crawford y Flores, “Dinámicas socioculturales de las televisiones comunitarias en Colombia o el tránsito de la identidad al reconocimiento” en, *Investigación y desarrollo*. Vol. 10, p193.

<sup>33</sup> Comparar con, Crawford y Flores, “Dinámicas socioculturales de las televisiones comunitarias en Colombia o el tránsito de la identidad al reconocimiento” en, *Investigación y desarrollo*. Vol. 10. PP 193-194.

en las dos grandes cadenas del país: RCN y Caracol Televisión.”<sup>34</sup>. Según *La gran encuesta de la televisión en Colombia*, llevada a cabo en 2008 por la CNTV (Comisión Nacional de Televisión) y que se constituyó como la encuesta más grande realizada en la historia del país sobre el tema, estas cifras siguen manteniéndose.

Paralelamente a este hecho evidente y revelador acerca de la participación de los canales privados, Vera menciona la involución que se ha venido presentando en los canales regionales. Una de las causas de esta involución fue la gran penetración que tuvieron los medios televisivos privados en detrimento de los regionales; la participación de los canales de orden regional pasó de un 7.3% a un 1.8% en el lapso de 1996 a 2000<sup>35</sup>.

Vera también sugiere otras razones por la cual los canales regionales han perdido participación en el país. Además de haber perdido su noción social, cultural e identitaria, existen otros factores de índole mercantil que han puesto en aprietos a los canales regionales y locales. En ese sentido, la participación que tienen los medios regionales en la repartición de la torta publicitaria ha sido mínima, ya que la mayoría de ella se la llevan los canales privados, por lo cual resulta difícil volver rentable el medio a través de la publicidad. Si bien resulta interesante este planteamiento, no será tomado en cuenta en esta investigación.

En cuanto al contenido de la televisión regional, Vera encuentra que la producción de géneros importantes como la ficción es casi nula, trayendo consigo consecuencias colaterales al sentido y construcción de identidad de una comunidad o región. Lo anterior toma aún mayor sentido “si consideramos que buena parte de construcción de la identidad personal se da a través de la identificación con personajes ficticiales de la pantalla.”<sup>36</sup>.

Por último, Vera pone de manifiesto el gran reto que tienen los canales regionales en torno a la creación de nuevos géneros y formatos alternativos. Estas

---

<sup>34</sup> Ver, Vera, “Industrias culturales. Análisis del sector de flujo audiovisual en Colombia: televisión y cine” en, *Revista académica e institucional de la Universidad Católica del Risaralda*. P111.

<sup>35</sup> Comparar con, Vera, “Industrias culturales. Análisis del sector de flujo audiovisual en Colombia: televisión y cine” en, *Revista académica e institucional de la Universidad Católica del Risaralda*. P111.

<sup>36</sup> Ver, Vera, “Industrias culturales. Análisis del sector de flujo audiovisual en Colombia: televisión y cine” en, *Revista académica e institucional de la Universidad Católica del Risaralda*. P115.

nuevas creaciones deben enfocarse en el contenido local de las regiones, con el objetivo de incentivar la creación de una verdadera identidad local-regional.

Omar Rincón, Soledad García y Jimena Zuluaga abordan en su artículo “La homogeneidad de la diferencia. La nación de la prensa regional”, las responsabilidades que asumen los medios de comunicación en general; “juegan un significativo papel en la dinámica cultural, ya que no sólo difunden información sino que, al divulgar, construyen o refuerzan representaciones y modelos de identidad y de nacionalidad.”<sup>37</sup>.

Si bien el texto basa su análisis en los medios de prensa escrita regional, hay algunas características de suma importancia que pueden extrapolarse coherentemente a la televisión. Una vez más, se le da importancia absoluta a la construcción de identidad nacional a partir de lo local: “resulta especialmente relevante la idea de ver la nación a través de la región si se tiene en cuenta que Colombia ha sido definida como un país de regiones, no sólo geográficas sino también culturales, y en tanto se entiende que las identidades se construyen desde lo local.”<sup>38</sup>.

Los medios regionales sin importar que sean televisivos, radiales o escritos, adquieren una mayor importancia debido a la relevancia que toma el contexto de lo local-regional en la construcción de una identidad nacional.

El trabajo de Rincón, García y Zuluaga se centra en analizar cómo los noticieros de los canales privados han adoptado por priorizar en las regiones sólo cuando existen eventos culturales que lejos de tratarlos como tal, intentan venderlos como fiestas exóticas, vagas de algún sustento real de cultura; por lo menos desde el trato que ellos les dan.

Estos informativos no buscan profundizar y ahondar en la cultura, sino en una estrategia comercial que ayuda al medio a acercarse, a través de la festividad, aún más a sus audiencias. Lo cultural y la construcción de una verdadera identidad terminaron inmerso en un mundo denominado, por los mismos canales privados,

---

<sup>37</sup> Ver, Rincón, García y Zuluaga, “La homogeneidad de la diferencia. La nación de la prensa regional” en, *La nación de los medios*. P45.

<sup>38</sup> Ver, Rincón, García y Zuluaga, “La homogeneidad de la diferencia. La nación de la prensa regional” en, *La nación de los medios*. P45.

de espectáculos y farándula criolla nacional.<sup>39</sup> Lejos de crear y tener una verdadera conciencia por la importancia de las tradiciones culturales de las regiones, “en los noticieros de los canales privados RCN y Caracol, el patrimonio cultural intangible aparece vinculado a eventos de moda, ya que sólo interesa cubrir la cultura como acto de exhibición narciso.”<sup>40</sup>

Queda de manifiesto el valor intangible y la responsabilidad con la que cuentan, no sólo los canales privados, sino también los regionales en función de construir un verdadero relato de identidad nacional, articulado y representativo de las distintas culturas y grupos étnicos que conforman Colombia.

### ***1.7 El papel del fenómeno de la concentración de medios***

Para Belén Gopegui, “el problema surge cuando los grandes medios son al mismo tiempo fines, y son fines particulares, fines privados.”<sup>41</sup> Además, hace una crítica a la contemporánea noción de los medios de comunicación en la que “[...] son emisores además de transmisores. No son el tablón de corcho donde cada persona cuelga su aviso sino que, como el uranio emite radiaciones, los llamados medios emiten su versión del asunto, su versión de la realidad.”<sup>42</sup>

Esta problemática de la concentración de medios reviste interés debido a las características propias del fenómeno y su relación con el regionalismo informativo, como por ejemplo el vínculo con lo económico, las políticas de Estado y el pluralismo fundamentalmente.

El papel del Estado en este moderno fenómeno también ha sido revisado y posteriormente señalado. Según el artículo *Concentración de Medios* de Martín Becerra y Guillermo Mastrini, “paralelamente se observa como característica general el debilitamiento de la capacidad de los Estados Nacionales para enfrentar los procesos de concentración. La internacionalización del mercado

---

<sup>39</sup> Comparar con, Rincón, García y Zuluaga, “La homogeneidad de la diferencia. La nación de la prensa regional” en, *La nación de los medios*. P84.

<sup>40</sup> Ver, Rincón, García y Zuluaga, “La homogeneidad de la diferencia. La nación de la prensa regional” en, *La nación de los medios*. P84.

<sup>41</sup> Ver, Gopegui en, *La concentración de los medios de comunicación y la libertad de expresión* [EN LINEA], <http://www.voltairenet.org/La-concentracion-de-los-medios-de>

<sup>42</sup> Ver, Gopegui en, *La concentración de los medios de comunicación y la libertad de expresión* [EN LINEA], <http://www.voltairenet.org/La-concentracion-de-los-medios-de>

comunicacional y las políticas de los bloques regionales han supuesto, entre otros, límites concretos a su accionar.”<sup>43</sup>.

Ricardo Vélez retoma el tema de la concentración de medios y considera a este fenómeno como una de las razones del regionalismo informativo. Vélez sostiene que “el fenómeno de la concentración de medios es al que nos vemos avocados cuando hablamos de canales como RCN y Caracol; son los canales que tienen concentrado el servicio de la televisión en Colombia, apartando a la televisión pública”<sup>44</sup>; y sugiere que una de las consecuencias de la concentración de medios es la creación de matrices mediáticas que favorecen sus intereses, creando incluso una estandarización de los públicos y las temáticas<sup>45</sup>. A la postre, estas dependencias de las temáticas y públicos trae como consecuencia el fenómeno del regionalismo informativo.

## ***2. La Investigación***

En este trabajo el objetivo que se ha planteado consiste en definir el fenómeno del regionalismo informativo, así como detectarlo en los noticieros de los canales privados RCN y CARACOL. También se analizará el papel que cumplen los canales regionales, en especial TELECARIBE, en la problemática. Para ello se llevó a cabo una recolección de datos cuantitativos y cualitativos. Estos resultados permitirán determinar la responsabilidad de los canales en mención en torno a la construcción del concepto de regionalismo informativo. Fue necesario escoger una región de muestra que validara la hipótesis de la existencia del regionalismo informativo: la Costa Atlántica fue la región que se eligió para el estudio debido a esa dualidad histórica que ha existido entre las tradiciones culturales de la Costa Atlántica y la del Interior del país, como lo afirmaba Múnera. Los resultados de este trabajo pueden extenderse a otras regiones.

En caso de querer hacer un examen riguroso del proceso de las comunicaciones masivas, David Morley propone la siguiente hoja de ruta: en

---

<sup>43</sup> Ver, Becerra y Mastrini en, *Concentración de medios*. P2.

<sup>44</sup> Ver, Vélez, *Entrevista a Ricardo Vélez* en, *Anexo 10*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>45</sup> Comparar con, Vélez, *Entrevista a Ricardo Vélez* en, *Anexo 10*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

primer lugar, debe existir un estudio de la producción de artefactos mediáticos. Además, debe existir un detallado estudio de los productos que emiten los programas televisivos, ya que estos funcionan como unidades consolidadas que poseen un mensaje determinado. Y por último, Morley sugiere analizar la forma en la que se decodifica o interpretan los signos para encontrar un mensaje; evidentemente en esta última etapa juega un papel fundamental la audiencia.<sup>46</sup> Para efectos de esta investigación, la propuesta metodológica de Morley será tomada en cuenta como hoja de ruta.

### ***2.1 Recolección de la información***

Los datos cuantitativos se basaron en el seguimiento a los informativos de 7 de la noche de los canales privados (RCN y CARACOL) durante dos semanas. Sólo se analizaron los días hábiles de la semana, excluyendo los sábados y domingos debido a que el contenido y las formas de los informativos suelen cambiar los fines de semana; por ejemplo, con nuevas secciones y cambios en los tiempos de duración en cada emisión. Las semanas de seguimiento fueron las dos primeras del mes de agosto de 2011: entre el 1ro y 5 de agosto; y entre el 8 y 12 del mismo mes.

El seguimiento cuantitativo se enfocó en detectar el porcentaje de información que proviene de la Costa Atlántica (C.A) en las emisiones de los informativos privados de 7 de la noche. Para ello, se contabilizó el número de noticias provenientes de la C.A. durante los titulares de cada emisión. Luego de las dos semanas de seguimiento, se encontró que en el informativo de RCN el 5% de las informaciones emitidas provienen de la C.A, mientras que el 54% provienen directamente del interior del país, en especial de Bogotá<sup>47</sup>. Por su parte, en el noticiero de CARACOL se encontró que el 7% de las noticias provienen de la C.A, mientras que un 46% son originadas desde el interior del país<sup>48</sup>. Resulta

---

<sup>46</sup> Comparar con, Morley, “The Nationwide Audience” en, *Televisión, audiencias y estudios culturales* [EN LINEA], <http://diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/Morley.pdf>

<sup>47</sup> Comparar con, *Tabla titulares I, Tabla titulares II*, en, *Anexo 1*. Seguimiento llevado a cabo en agosto de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>48</sup> Comparar con, *Tabla titulares I, Tabla titulares II*, en, *Anexo 1*. Seguimiento llevado a cabo en agosto de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

interesante aclarar que en ambos informativos las noticias provenientes de la C.A no superan los 30 segundos de duración, y por lo general, carecen de profundidad y rigurosidad periodística. Además de esto, se encontraron algunas cifras dicientes, por ejemplo el 2 de agosto el informativo de RCN no emitió ninguna (0%) noticia proveniente desde la C.A, mientras que el 85% de las noticias de aquella emisión provinieron de Bogotá<sup>49</sup>. Así mismo, el 11 de agosto el noticiero de CARACOL no produjo ninguna (0%) información de la C.A, mientras que el 70% de las noticias fueron originadas directamente desde Bogotá<sup>50</sup>.

Los datos cualitativos giran en torno al contenido de cada información proveniente o surgida desde la C.A. Se recolectó el contenido, el tratamiento y la temática de aquellas noticias, teniendo en cuenta características que evidenciaran el ejercicio de estigmatización por parte del informativo, como por ejemplo aquellas historias periodísticas que mostraran un sentido folclórico y por momentos picaresco de las informaciones.

Además de las noticias habituales a las que los medios privados hacen cubrimiento permanente, como por ejemplo eventos oficiales, accidentes y casos de corrupción, se encontraron algunas noticias particulares y poco convencionales provenientes desde la C.A. Se encontró que casos poco habituales que fácilmente podrían considerarse como inauditos, incluso rozando con lo ridículo, se convierten en los más relevantes para los informativos privados, reduciendo así a los protagonistas de estos hechos a “seres inficionados y menospreciados”, lo cual se enmarca bajo unas condiciones de “des crédito amplio” que desembocan en el estigma, como lo afirmó Goffman<sup>51</sup>. Este atributo asociado con el estigma constituye una de las características principales del regionalismo informativo.

El primero de agosto durante la emisión de noticias de 7:00 pm, el canal RCN emitió una noticia relacionada con los uniformes de las estudiantes de los

---

<sup>49</sup> Comparar con, *Tabla titulares I, Tabla titulares II*, en, *Anexo 1*. Seguimiento llevado a cabo en agosto de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>50</sup> Comparar con, *Tabla titulares I, Tabla titulares II*, en, *Anexo 1*. Seguimiento llevado a cabo en agosto de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>51</sup> Comparar con, Goffman, Introducción en, *Estigma: la identidad deteriorada*. P1.

“Al encontrarnos frente a un extraño, las primeras apariencias nos permiten prever en que categoría se halla y cual es su "identidad social." Este puede mostrar ser dueño de un atributo que lo diferencie de los demás y lo convierta en alguien menos apetecible. Dejamos de verlo entonces como una persona total y corriente para reducirlo a un ser inficionado y menospreciado. Un atributo de esa índole es un estigma, en especial cuando produce en los demás un des crédito amplio.”

colegios de Corozal, Sucre. La noticia, que en primer lugar no duró más 35 segundos, transmitió el supuesto revuelo que existía en tal localidad de la C.A debido al tamaño de las faldas de las estudiantes de bachillerato de la zona. La nota informativa concluyó afirmando que las instituciones educativas llevarían a cabo una nueva reglamentación que evitara tal inconveniente<sup>52</sup>.

Por su parte, el informativo del canal CARACOL del 8 de agosto informó acerca de un hecho poco frecuente. Un hombre permaneció 10 meses encarcelado por error, pues no tuvo nada que ver con el supuesto crimen que le imputaban; este hecho se registró en Barranquilla<sup>53</sup>.

La investigación reveló que la cobertura regional de los canales privados es mínima y por momentos inexistente, como se mostró anteriormente. Si se tiene en cuenta que la C.A es la segunda región más poblada de Colombia con un 21,2% de la población total del país,<sup>54</sup> resulta desconcertante comprender las agendas informativas de ambos canales.

Teniendo en cuenta el promedio de noticias relacionadas con la C.A en los titulares de cada informativo (RCN 5% y CARACOL 7%)<sup>55</sup>, los datos demuestran la escasa cobertura de los canales privados en la C.A; queda sobre la mesa la discusión del porqué de estas cifras. Omar Rincón considera que una posible explicación de esto es el hecho de que “en Colombia [...] nunca un medio nacional ha podido triunfar en lo contextos regionales, siempre los medios regionales han sido más fuertes que los medios nacionales en todo Colombia, a nivel de información”<sup>56</sup>.

El flujo informativo sobre la C.A en ambos matutinos es escaso y por momentos nulo. Además, las noticias emitidas sobre la C.A podrían provocar

---

<sup>52</sup> Comparar con, *Dieta informativa I* en, *Anexo 2*. Seguimiento llevado a cabo en agosto de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>53</sup> Comparar con, *Dieta informativa II* en, *Anexo 2*. Seguimiento llevado a cabo en agosto de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>54</sup> Ver, DANE, “Cambios sociodemográficos en Colombia: período intercensal 1993-2005” en, *Revista de la información básica* [EN LINEA], [http://www.dane.gov.co/revista\\_ib/html\\_r4/articulo2\\_r4.htm](http://www.dane.gov.co/revista_ib/html_r4/articulo2_r4.htm)

“Región Atlántica: 21,2%; R. Andina Central: 29,8%; R. Andina Occidental: 18,9%; R. Andina Oriental: 7,5%; R. Pacífica: 17,3; R. Piedemonte: 4,0%; R. Amazonía: 0,9%; R. Orinoquía: 0,4.”

<sup>55</sup> Comparar con, *Tabla titulares I*, *Tabla titulares II*, en, *Anexo 1*. Seguimiento llevado a cabo en agosto de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>56</sup> Ver, Rincón, *Entrevista a Omar Rincón* en, *Anexo 9*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

estigmatización representada en términos de burla debido a lo inaudito del hecho noticioso y su poca contextualización. De esta forma, el hecho de que el medio de comunicación no indague, contextualice o profundice en las tradiciones de la región durante el hecho noticioso y a la vez esto repercuta en falsas interpretaciones y estigmatizaciones cargadas de burla por parte de la audiencia, abre la posibilidad de la existencia del regionalismo informativo.

Para confirmar esta hipótesis se realizaron además 6 entrevistas a personas residentes en Barranquilla durante el mes de septiembre de 2011. En estas entrevistas el objetivo era indagar sobre la forma en que los entrevistados reciben la información que se emite de la C.A. en los canales privados, además se compararon los relatos obtenidos con las informaciones que provienen de los canales regionales, en particular TELECARIBE. Las personas seleccionadas para las entrevistas cumplieron con los siguientes requisitos: a) Pertenecer a uno de los estratos socioeconómicos sin importar su género (6 estratos contemplados por el Estado en el Artículo 16 de la Ley 689 de 2001)<sup>57</sup>. b) La persona debía encontrarse en Barranquilla y estar dentro del rango de edad de entre 25 y 55 años. Y c) La persona debía ser seguidora de por lo menos uno de los informativos de los canales privados de 7:00 pm, así como de la emisión noticiosa de 6:00 pm de TELECARIBE.

Estas entrevistas demostraron que la audiencia de la C.A percibe un sesgo informativo por parte de los canales privados RCN y CARACOL, ya que según los entrevistados es evidente que existe un mayor cubrimiento de las noticias del interior del país. Además, las entrevistas también mostraron que la audiencia se siente estigmatizada cuando se refieren a su región, pues considera que el contenido y el trato que se les da a las informaciones provenientes de la C.A se relacionan con la burla, lo folclórico y lo picaresco.

Además se realizaron entrevistas a Ricardo Vélez, director de contenidos del canal local Canal 23 de Barranquilla, y a José Gómez Daza, director de

---

<sup>57</sup> Ver, Art. 16, Ley 689 de 2001, en, [www.secretariassenado.gov](http://www.secretariassenado.gov) [EN LINEA], [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2001/ley\\_0689\\_2001.html#16](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2001/ley_0689_2001.html#16)

“Artículo 16. *Estratos y metodología*. Los inmuebles residenciales se clasificarán máximo en seis (6) estratos socioeconómicos (1, bajo-bajo; 2, bajo; 3, medio-bajo; 4, medio; 5, medio-alto; 6, alto) dependiendo de las características particulares de los municipios y distritos y en atención, exclusivamente, a la puesta en práctica de las metodologías de estratificación de que trata esta ley.”

noticias de TELECARIBE, para indagar cómo ellos perciben el regionalismo informativo. De acuerdo con Vélez, “los noticieros a nivel nacional deben guardar un equilibrio, lógicamente, en el cubrimiento de la información por regiones, sin embargo no es su misión fundamental velar por ese equilibrio”<sup>58</sup>. Asegura que la prioridad de estos canales debe ceñirse a criterios que giren en torno a la selección de noticias con impacto y valor nacional; “en la medida en que una noticia, produzcase donde se produzca, en la región que sea, tenga mayor impacto en el país, debe priorizarse”<sup>59</sup>.

Por su parte, Gómez Daza considera que estas cifras de cobertura evidencian el verdadero interés de los canales privados por el contexto regional, y además marca diferencias: “[los canales privados] toman la región como un relleno informativo, nosotros le estamos dando a cada parte de la región lo que la gente necesita saber de su [comunidad]”<sup>60</sup>.

De acuerdo con las entrevistas realizadas a estas dos personas relacionadas con la televisión regional, no existe consenso sobre cómo los canales privados deberían cubrir la información proveniente de las regiones. Por un lado, Vélez considera que no es su misión fundamental velar por un equilibrio informativo entre regiones, mientras que Gómez Daza afirma que a los canales privados no les interesa mayormente la información de las regiones.

También se entrevistó a un analista de medios, Omar Rincón. Durante la entrevista realizada para este trabajo, Rincón mencionó que existen dos posibles razones que expliquen el regionalismo informativo. En primer lugar, hace especial hincapié en la falta de variedad de medios televisivos en Colombia. Explica que “el problema es intentar juntar todo en uno; lo que está grave en Colombia, lo que nos mata es el tener tan poquitos medios, debemos tener muchos más medios para poder representarnos mejor”<sup>61</sup>. En ese sentido, Rincón hace una analogía entre la televisión y la radio, la cual considera el medio de difusión con mayor éxito en

---

<sup>58</sup> Ver, Vélez, *Entrevista a Ricardo Vélez* en, *Anexo 10*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>59</sup> Ver, Vélez, *Entrevista a Ricardo Vélez* en, *Anexo 10*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>60</sup> Ver, Gómez Daza, *Entrevista a José Gómez Daza* en, *Anexo 11*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>61</sup> Ver, Rincón, *Entrevista a Omar Rincón* en, *Anexo 9*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

Colombia; sostiene que, a diferencia de la televisión, la radio tuvo apertura y creó distintas opciones para diferentes públicos.

En segundo lugar, Rincón menciona la incapacidad indeseada de los canales privados RCN y CARACOL por representar mejor las regiones del país sin importar cual sea. Afirma que cuando los canales privados intentan hacer cubrimiento informativo de las regiones, generalmente fallan en el intento y “más que falta de interés es incompetencia para hacerlo”<sup>62</sup>.

Rincón sugiere una explicación para entender estas deficiencias: “yo creo que la televisión es el único relato que junta a Colombia, pero en la ficción, no en lo informativo”<sup>63</sup>. Para Rincón, la televisión en Colombia es capaz de construir un veraz y unificador discurso nacional desde la ficción, mas no desde lo informativo. Con relación a esto, trae a colación la exitosa telenovela *Chepe Fortuna* emitida por el canal RCN entre julio de 2010 y junio de 2011, y afirma: “en Chepe Fortuna había diálogo Caribe con Bogotá”<sup>64</sup>. Esta telenovela se basó en una historia ficticia que entrelazó la vida propia de dos culturas, la Caribe y la Andina. El último capítulo de esta producción dejó precedente como una de las sintonías más altas de los últimos años en Colombia (23,6 puntos de rating)<sup>65</sup>.

Para Rincón: “el reconocimiento de la diversidad cultural colombiana tuvo como protagonista a la televisión, pero la televisión de ficción; [...] Colombia aprendió a reconocerse diverso culturalmente a partir de la telenovela”<sup>66</sup>. Además de esto, considera que fue por medio de las telenovelas que aprendimos a conocer a las regiones del país. “Aprendimos a ser Pacíficos, aprendimos a ser Atlántico, Caribes, Llaneros, Paisas, Vallunos, vía telenovela”<sup>67</sup>. Por último, Rincón alude a Jesús Martín Barbero y concluye: “el maestro Jesús

---

<sup>62</sup> Ver, Rincón, *Entrevista a Omar Rincón* en, *Anexo 9*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>63</sup> Ver, Rincón, *Entrevista a Omar Rincón* en, *Anexo 9*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>64</sup> Ver, Rincón, *Entrevista a Omar Rincón* en, *Anexo 9*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>65</sup> Comparar con, LaTvJudicial en, *Rating Colombia Junio 13. Hablemos de Chepe Fortuna* [EN LINEA], <http://latvjudicial.wordpress.com/2011/06/14/rating-colombia-junio-13-hablemos-de-chepe-fortuna/>

<sup>66</sup> Ver, Rincón, *Entrevista a Omar Rincón* en, *Anexo 9*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>67</sup> Ver, Rincón, *Entrevista a Omar Rincón* en, *Anexo 9*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

Martín-Barbero dice una frase contundente y es que «pasa más país por la ficción televisiva que por los noticieros de televisión»<sup>68</sup>.

Por otra parte, el fortalecimiento de los canales regionales juega un papel importante en la solución de esta problemática y se constituye como la idea con mayor recepción entre las voces entrevistadas. Rincón considera que la mayor deficiencia de los canales regionales es de índole técnico y conceptual. Este crítico y académico apoya la idea de consolidar y ajustar los canales regionales.

Un primer punto importante tiene que ver con la relación estrecha entre política y canales regionales. Para Rincón, uno de los mayores vicios de la televisión regional es la relación entre ésta y la política local. Afirma que de eliminar dicha relación, se podrían hacer productos televisivos de calidad, pues serían “proyectos televisivos más que políticos”<sup>69</sup>.

En segundo lugar, Rincón ataca el hecho de que la mayoría de los programas de los canales regionales se haga en interiores, pues esto elimina la opción de que se puedan mostrar los paisajes y la geografía de la región; y afirma: “de que me sirve que TELECARIBE transmita todos los días en estudio 7 entrevistas. Eso no sirve para absolutamente nada; es una radio conversada, es radio mejor dicho. No es televisión.”<sup>70</sup>.

Según Rincón, una de las formas de evitar estos vicios sería modificar radicalmente los criterios televisivos actuales: “un criterio que yo pondría [...] sería que el 95% del contenido se haga en la calle, para que la gente se vea, para que los paisajes y otros colores aparezcan; eso es clave”<sup>71</sup>.

## ***2.2 Resultados de las entrevistas***

Así como lo mencionó Morley, no se puede entender a la audiencia como una porción inmóvil y pasiva en el proceso de la comunicación, pues éstas además

---

<sup>68</sup> Ver, Rincón, *Entrevista a Omar Rincón* en, *Anexo 9*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>69</sup> Ver, Rincón, *Entrevista a Omar Rincón* en, *Anexo 9*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>70</sup> Ver, Rincón, *Entrevista a Omar Rincón* en, *Anexo 9*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>71</sup> Ver, Rincón, *Entrevista a Omar Rincón* en, *Anexo 9*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

de crear sus propios juicios acerca del mensaje que se les muestra, también reaccionan antes las diferentes dinámicas televisivas que se les presenta<sup>72</sup>.

Ante el fenómeno del regionalismo informativo, las audiencias (de la C.A) analizadas para esta investigación, dejaron entrever que en efecto perciben unas características relacionadas con el estigma cuando desde los canales RCN y CARACOL se refieren a ellos.

Las seis entrevistas realizadas para este proyecto arrojaron detalles que explican la reacción de las audiencias de la C.A acerca de la percepción del regionalismo informativo. En primer lugar, la posición dentro de los 6 estratos socioeconómicos avalados por la Ley, no fueron impedimento para que las audiencias y sus individuos detectaran características propias del regionalismo informativo. Informaciones estigmatizadas por parte de los informativos de RCN y CARACOL fueron fácilmente reconocidas y detectadas por los entrevistados.

Juvenal Solano (estrato 2), barranquillero de 48 años de edad y quien fue entrevistado para esta investigación, menciona que las noticias provenientes de la C.A son escasas debido a que “la mayoría son del interior del país”<sup>73</sup>. Solano detecta algunas características típicas del regionalismo informativo. Reconoce cómo las noticias provenientes de la C.A están enmarcadas bajo estereotipos negativos que reflejan estigmatización. “Sucede que sólo muestran los arroyos, las cosas feas que suceden en Barranquilla. No muestran una noticia en la que uno vea que en Barranquilla se hizo un puesto de salud o algo así, nada de eso; siempre muestran las cosas feas, el basurero, etc.”<sup>74</sup>.

Además de esto, el entrevistado detecta una característica propia del regionalismo informativo y que anteriormente fue mencionada por el director de noticias Gómez Daza: la escasa profundidad periodística de las noticias producidas en la C.A. Solano menciona que “no todas las noticias son profundizadas, y en general [las] informaciones de la Costa no son claras”<sup>75</sup>.

---

<sup>72</sup>Comparar con, Morley, “The Nationwide Audience” en, *Televisión, audiencias y estudios culturales* [EN LINEA], <http://diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/Morley.pdf>

<sup>73</sup> Ver, Solano, *Entrevista a Juvenal Solano* en, *Anexo 4*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>74</sup> Ver, Solano, *Entrevista a Juvenal Solano* en, *Anexo 4*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>75</sup> Ver, Solano, *Entrevista a Juvenal Solano* en, *Anexo 4*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

Fernando Rocha (estrato 3) es administrador de un almacén de ropa en el centro de Barranquilla, y también deja entrever su percepción acerca del fenómeno del regionalismo informativo. Así como lo mencionó el primer entrevistado, Rocha considera que RCN y CARACOL priorizan en las noticias que provienen del interior del país. Para el entrevistado, “Barranquilla es muy importante, sobretodo en el Caribe, pero ellos (los informativos de RCN y CARACOL) [...] nos tienen olvidados, a ellos les interesa más las noticias del interior. Las [...] de la Costa son pocas y [...] por encima: no las desarrollan, no profundizan”<sup>76</sup>.

Estas características mencionadas por los entrevistados anteriores, también son reconocidas por individuos que conforman la audiencia en el estrato 6. Fernando Mercado de 24 años y quien reside en el norte de Barranquilla, afirma que el informativo de RCN demuestra más interés por las noticias de Bogotá, mientras que las provenientes de C.A son distorsionadas y tergiversadas<sup>77</sup>. También reconoce que existe un cierto desinterés por las informaciones que se producen en la C.A, y afirma: “yo veo que [...] nos tienen descuidados, y la poca información que [emiten] es por salir del paso, [...] [pareciera] que se ven obligados”<sup>78</sup>. Además de esto, el entrevistado menciona que el problema radica en la poca oferta de canales que actualmente existe en Colombia<sup>79</sup>; Rincón planteó esta deficiencia cómo una de las razones del regionalismo informativo.

El artículo 2 de la Ley 182 de 1995 menciona que dos de los principios y fines de la televisión en Colombia deben ser el “fortalecer la consolidación de la democracia y la paz, y propender [...] la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local”<sup>80</sup>. De acuerdo con los testimonios recolectados en las entrevistas, el fenómeno del regionalismo informativo genera una relación antagónica entre dos culturas: la Caribe y la

---

<sup>76</sup> Ver, Rocha, *Entrevista a Fernando Rocha* en, *Anexo 5*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>77</sup> Comparar con, Mercado, *Entrevista a Fernando Mercado* en, *Anexo 8*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>78</sup> Ver, Mercado, *Entrevista a Fernando Mercado* en, *Anexo 8*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>79</sup> Comparar con, Mercado, *Entrevista a Fernando Mercado* en, *Anexo 8*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>80</sup> Ver, Artículo 2do de la Ley 182 de 1995 en, [www.secretariasenado.gov \[EN LINEA\]](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1995/ley_0182_1995.html), [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1995/ley\\_0182\\_1995.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1995/ley_0182_1995.html)

Andina. La audiencia entrevistada reconoció el fenómeno y generó posturas que desarticulan un verdadero relato de identidad nacional. La creación de un “otro”, como lo mencionó Múnera, desecha la opción de un unificador relato de identidad nacional. Así, el fenómeno del regionalismo informativo en los canales privados distancia a estos medios de sus funciones, principios y misiones consignados en la Ley.

### ***2.3 Canales regionales: ¿una solución o un problema en sí mismos?***

A pesar de las limitaciones técnicas, la audiencia consultada reconoce al canal regional TELECARIBE cómo la mejor opción ante las falencias informativas que produce el regionalismo informativo en RCN y CARACOL. Así lo evidencia el testimonio de Armando Martínez (estrato 4): “toca buscar información por otro lado, y la mejor opción es TELECARIBE, aunque obviamente [se] nota que [...] le hace falta [mayor] inversión”<sup>81</sup>.

Con el objetivo de interpretar y darles una explicación a los testimonios recolectados, se recurrió a algunos especialistas en el tema que están relacionados con las diferentes facetas de la televisión. Además de José Gómez Daza, Ricardo Vélez y Omar Rincón, Ricardo Galán también dio su versión.

Gómez Daza, quien dirige un noticiero que se emite a las 6:30 pm todos los días de semana por TELECARIBE, considera que la función de los canales regionales, en particular la de TELECARIBE, es vital para suplir los vacíos informativos que producen los grandes informativos privados. Al mismo tiempo, reconoce que la competencia con los canales privados es desigual, por lo cual se han visto avocados a tomar medidas alternas, como por ejemplo cambiar el horario de los noticieros. “Hemos colonizado el espacio de 6:30 pm en la Costa; y a las 7 que la gente ponga RCN, CARACOL o lo que quiera; la gente primero se informa de acá después de allá”<sup>82</sup>, afirma el periodista.

Así mismo, existen otras características que marcan diferencia entre los canales privados y regionales, como por ejemplo el lenguaje y expresiones poco

---

<sup>81</sup> Ver, Martínez, *Entrevista a Armando Martínez* en, *Anexo 6*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>82</sup> Ver, Gómez Daza, *Entrevista a José Gómez Daza* en, *Anexo 11*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

cotidianas para los habitantes de las regiones. Fernando Rocha (estrato 3) es televidente recurrente de TELECARIBE y no duda en afirmar que los vacíos informativos que le producen los canales privados los enfrenta siguiendo la señal del canal regional de la Costa: "me [ha pasado] que hay términos o expresiones que uno no entiende y no los explican y queda uno en el aire, en cambio en TELECARIBE la gente habla como uno"<sup>83</sup>.

Además, TELECARIBE muestra interés por abarcar todas las temáticas que se relacionan e interesan a las audiencias de la C.A, por lo menos así lo deja ver su programación. Este medio regional divide su programación en 8 bloques temáticos definidos de la siguiente forma: infantiles (6%), entretenimiento (18%), región (9%), entrevistas (23%), deportes (11%), noticias (6%), magazín (18%) y valores (4%)<sup>84</sup>. Además de esto, más del 80%<sup>85</sup> de la programación (entre días hábiles) es emitida desde alguna ciudad de la C.A, en su mayoría desde Barranquilla donde el canal posee sus estudios de grabación. Cabe resaltar que el bloque temático que más espacio ocupa en la programación de TELECARIBE es el de entrevistas. El 90% de estos programas priorizan en personajes importantes y reconocidos estrictamente de la región.

Pese a lo que arrojan estas cifras, en la que se denota el interés de este canal regional por avanzar en la búsqueda de un sentido regional unitario y creador de identidad, algunos expertos como Vélez y Rincón consideran que estos medios, creados por el Estado para generar vínculo y unidad regional a partir de la cultura, no están haciendo su trabajo.

Uno de los que considera que los canales regionales no cumplen a cabalidad con su función establecida incluso por la Ley, es el director de contenidos del único canal de televisión universitario en la C.A, Ricardo Vélez. Vélez critica el contenido de la programación de los canales regionales y la incapacidad que han tenido para crear cultura de región:

---

<sup>83</sup> Ver, Rocha, *Entrevista a Fernando Rocha* en, Anexo 5. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>84</sup> Comparar con, TELECARIBE, *Programas* en, [www.telecaribe.com.co](http://www.telecaribe.com.co) [EN LINEA], [http://www.telecaribe.com.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=265&Itemid=261#](http://www.telecaribe.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=265&Itemid=261#)

<sup>85</sup> Comparar con, TELECARIBE, *Mi programación* en, [www.telecaribe.com.co](http://www.telecaribe.com.co) [EN LINEA], [http://www.telecaribe.com.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=265&Itemid=261#](http://www.telecaribe.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=265&Itemid=261#)

El problema está en que los canales regionales [...] son los que no están cumpliendo con esa misión de mostrar a su región a través de su programación [...]. Los canales regionales en Colombia, a pesar de ser empresas comerciales del Estado [...], no han construido un tejido coherente dentro de su parrilla de programación que refleje la naturaleza, la idiosincrasia y los intereses de la región a los que ellos representan.<sup>86</sup>

Así mismo, Omar Rincón no sólo refuta las estadísticas de la programación de los canales regionales, sino que también reconoce que estos medios están manejados bajo criterios políticos. Acerca de los canales regionales, en especial TELECARIBE, Rincón asegura:

Ellos [TELECARIBE] te pueden demostrar que están representando a la Costa, [...] te sacan la estadística de cuántos programas tienen, lo que pasa es que son programas muy malos; el problema es que son canales que están manejados con estrategias de burocracia política, de clientela política y no con criterio televisivo.<sup>87</sup>

## **2.4 Otros actores**

El fenómeno del regionalismo informativo incumbe no sólo a los canales privados, si no que también trae a la discusión y pone de manifiesto la situación de los canales regionales. Solucionar esta problemática mediática y social del país requiere de toda la responsabilidad y participación de los actores implicados: Estado, canales privados, canales regiones y canales locales; por supuesto que algunas de las partes tienen una mayor responsabilidad.

Ricardo Galán, quien fuera comisionado de la CNTV (Comisión Nacional de Televisión) entre 2007 y 2009, dio algunas pautas. En primer lugar, Galán atribuye responsabilidades a la mínima oferta de televisión gratuita. Afirma que “Colombia está en mora de ampliar su oferta de televisión gratuita”<sup>88</sup>. Además, sugiere algunos cambios legislativos que ayudarían a minimizar problemáticas como la del regionalismo informativo. Uno de los cambios que

---

<sup>86</sup> Ver, Vélez, *Entrevista a Ricardo Vélez* en, *Anexo 10*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>87</sup> Ver, Rincón, *Entrevista a Omar Rincón* en, *Anexo 9*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>88</sup> Ver, Galán, *Entrevista a Ricardo Galán* en, *Anexo 12*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

sugiere es que “Colombia debería decretar libertad de canales de televisión”<sup>89</sup> para así aumentar su oferta televisiva.

Con respecto a la idea de que los canales regionales y privados tengan una mayor fiscalización estatal, Galán celebra que existan leyes que eviten estas conductas por parte del Estado, pues concluye que “siempre será mejor una prensa desbordada que una prensa censurada”<sup>90</sup>.

### **3. Conclusiones**

Los canales privados RCN y CARACOL responden en la actualidad a intereses económicos más que a periodísticos o televisivos. El servicio de la televisión en Colombia ha quedado a disposición de grupos empresariales que han omitido las verdaderas funciones de la televisión. Las leyes y el Estado colombiano deben analizar algunos cambios en virtud de consolidar una mejor televisión: más social, integradora y que eduque, así como lo consta la Constitución.

Hemos entregado el servicio público de la televisión a empresas privadas; hemos entregado el servicio público de la televisión a unos comerciantes, a unos negociantes; no está en manos del Estado para que a su vez esté al servicio de la sociedad. La televisión en Colombia no está al servicio de la sociedad, está al servicio de los intereses de unos negociantes, dueños del negocio de la televisión.<sup>91</sup>

Estos tintes mercantilistas generan fenómenos comunicativos que se ven reflejados a través del contenido de la información que estos canales privados emiten. Así mismo, la audiencia y la forma en que reciben el mensaje también dejan entrever algunas consecuencias de estos fenómenos.

El regionalismo informativo emerge como una problemática que pone de manifiesto las falencias con las que los canales privados, convertidos en empresas comerciales en la actualidad, han encarado el servicio público de la televisión. La estigmatización generada a partir de la ausencia de información, contextualización

---

<sup>89</sup> Ver, Galán, *Entrevista a Ricardo Galán* en, *Anexo 12*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>90</sup> Ver, Galán, *Entrevista a Ricardo Galán* en, *Anexo 12*. Entrevista llevada a cabo en noviembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

<sup>91</sup> Ver, Vélez, *Entrevista a Ricardo Vélez* en, *Anexo 10*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

e investigación durante un hecho noticioso por parte de un informativo debe ser asumida por éste como una problemática que excede, incluso, la esfera de lo comunicativo; esto daría pie inclusive para convertirse en un fenómeno social que acrecienta el ya histórico enfrentamiento cultural entre las regiones del país. En este sentido, cobra aún más importancia la responsabilidad de los canales privados y sus informativos con el país. Las parrillas de programación, las temáticas de los informativos, el contenido y la contextualización que se le da a cada hecho noticioso juegan un papel fundamental en la misión de construir una nación incluyente que abarque y respete cada de una de las costumbres y tradiciones de las regiones, desechando de esta forma las estigmatizaciones y las malas interpretaciones que se podrían crear a partir de la televisión.

Resulta difícil creer que en la C.A no sucedan hechos más relevantes, por lo menos desde lo informativo, que los ejemplos citados en la investigación. Según la ACNUR, Agencia de la ONU para los refugiados, la C.A colombiana es la región del país con mayor número de desplazados: casi 1 millón. Además contribuye con el 38% de todas las tierras abandonadas en el país a raíz del desplazamiento forzado<sup>92</sup>. También es considerada la región más pobre con un índice de pobreza del 53 % hasta 2008<sup>93</sup>. De esta forma, se constituyen algunas de las grandes problemáticas que diariamente producen información relevante en la C.A, por lo menos temas más valiosos que un simple tamaño de faldas.

Sin embargo, también hay que considerar la histórica imposibilidad de los medios televisivos del país por representar de forma adecuada la heterogeneidad de la cultura colombiana. El relato informativo no cumplió su cometido de crear una identidad nacional, sino que fue el relato de ficción quien supo contar la diversidad cultural del país a través del servicio de la televisión.

---

<sup>92</sup> Comparar con, ACNUR, “Seminario regional” en, *Derecho a la Tierra y la Restitución en la Región Caribe* [EN LINEA], <http://www.acnur.org/t3/el-acnur/eventos/derecho-a-la-tierra-y-la-restitucion-en-la-region-caribe/>

“El conflicto armado en la región Caribe ha dejado un efecto devastador que se ve particularmente reflejado en el desplazamiento de mas de 909.767 personas y en el abandono y despojo de cerca de 2.104.415 hectáreas, 38,2% de los territorios abandonados en todo el país, según la Comisión Nacional de Seguimiento a la Política Pública sobre Desplazamiento Forzado. Esta problemática se ve agravada por la alta concentración de la propiedad de la tierra y por los altos índices de inequidad social.”

<sup>93</sup> Comparar con, Dirección Nacional de Planeación, en, *Índice de Pobreza Multidimensional (IPM-Colombia) 1997-2008 y meta del PND para 2014* [EN LINEA], <http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=sxarqTMWtRI%3D&tabid=108>

La idea de fortalecer los canales regionales brinda algunas salidas al fenómeno, pues son estos medios los que deben ofrecer alternativas a las audiencias con productos novedosos y de calidad con los que puedan competir, de alguna forma, con los canales privados. Uno de los inconvenientes inmediatos es la nefasta relación entre política y estos canales. Por consiguiente, resulta decisivo desligar este vínculo para así poder construir verdaderos proyectos televisivos más que ideales políticos.

La posibilidad de una tercera señal privada trae algunas soluciones de limitado impacto, pues no resulta muy convincente creer que una tercera señal privada solucionaría el problema, incluso podría acrecentarlo de acuerdo con el concepto y la dinámica televisiva de este tercer canal. Desde el año 2007, la sociedad y el Estado colombiano intentan ponerse de acuerdo para darle luz verde a esta tercera opción. Eduardo Osorio, ex comisionado y ex director de la CNTV, afirma que “desde el inicio y durante el desarrollo los objetivos de la entrega han sido el crecimiento del pluralismo informativo, la mejor calidad de los contenidos y la mayor y sana competencia dentro del mercado”<sup>94</sup>.

Para las audiencias la opción de un tercer canal abre una nueva puerta hacia las ya desgastadas y hegemónicas señales de RCN y CARACOL Televisión. Las entrevistas realizadas para esta investigación resaltan la frustración de las audiencias debido a la poca oferta que se les presenta. Afirmaciones tales como: “la gente seguirá viendo RCN y CARACOL porque no hay más”<sup>95</sup> y “es muy triste que uno no tenga más nada que ver”<sup>96</sup>, fueron comunes entre los entrevistados.

Un nuevo canal privado podría apaciguar las limitaciones de oferta con las que cuentan las audiencias, de hecho así lo exigen, pero con certeza esta no será una solución definitiva al fenómeno del regionalismo informativo. En febrero de 2012, la Sala Plena del Consejo de Estado decretó la nulidad del proceso de licitación que se venía gestionando desde 2009, por lo cual un nuevo

---

<sup>94</sup> Ver, El Espectador en, *La hora cero del tercer canal* [EN LINEA], <http://www.elespectador.com/noticias/investigacion/articulo-251975-hora-cero-del-tercer-canal>

<sup>95</sup> Ver, Rodríguez, *Entrevista a Carlos Rodríguez* en, *Anexo 7*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo de grado.

<sup>96</sup> Ver, Martínez, *Entrevista a Armando Martínez* en, *Anexo 6*. Entrevista llevada a cabo en septiembre de 2011 en el marco de la investigación de este trabajo.

proceso de licitación tendrá que empezar. La entrada en vigor de una nueva señal privada en Colombia aún tardará un tiempo, y aunque ésta no será una solución para el fenómeno del regionalismo informativo, sí ayudará a que las audiencias incrementen en una (1) sus alternativas televisivas.

Por su parte, el regionalismo informativo se consolida como una problemática que evidencia la fusión de intereses comerciales con los medios de comunicación televisivos, dejando así los criterios propios de un servicio público como la televisión para pasar a criterios estrictamente mercantilistas. Este vínculo entre lo económico y la televisión es lo que ha sido denominado como el fenómeno de la concentración de medios. En la actualidad, los canales televisivos que prefieren las audiencias son medios soportados por fuertes grupos empresariales y financieros, lo cual refleja que este peligroso vínculo está lejos de desaparecer.

De esta forma, el regionalismo informativo resulta como consecuencia directa de la relación entre medios e intereses comerciales. Mientras estos intereses económicos persistan, las audiencias y las regiones del país seguirán padeciendo de fenómenos como el del regionalismo informativo. Incluso, podrían generarse otras problemáticas comunicativas y sociales como consecuencia de esta peligrosa relación que parece poner en riesgo los criterios con los que fue creada la televisión en el país.

Los criterios periodísticos, como la novedad, la actualidad y la importancia informativa<sup>97</sup>, son pilares fundamentales de una buena televisión pública que quedan en peligro, pues las informaciones estarán sesgadas y direccionadas a cumplir las intenciones y objetivos de grupos empresariales privados.

Por último, hay que rescatar la nueva gran responsabilidad que adquieren los canales regionales, pues son ellos en los que queda la tarea de suplir las grandes falencias informativas que producen los canales privados. En el caso particular de la C.A, TELECARIBE deberá asumir la misión de desarrollar un proyecto serio de canal de televisión regional, en la que la región y sus costumbres sean mostradas como una gran fortaleza cultural que ayude a

---

<sup>97</sup> Comparar con, Iñigo, Martín y Puebla en, *Apuntes para la formación. Redacción periodística*. P5.

consolidar la identidad, no sólo de la región, sino también del país. Sólo el desarrollo de verdaderos proyectos televisivos en las regiones del país podrá darle nuevas alternativas a las audiencias. Mientras eso no ocurra, las audiencias, especialmente de las regiones, tendrán que verse sometidas ante este fenómeno crónico del regionalismo informativo.

## ***Bibliografía***

- Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. ACNUR. [EN LINEA]. [Citado 25/03/12 22:37 HR]. <http://www.acnur.org/t3/el-acnur/eventos/derecho-a-la-tierra-y-la-restitucion-en-la-region-caribe/>
- Anderson, Benedict. *Comunidades Imaginadas*. México D.F: Fondo de Cultura Económica, 1993.
- Artículo 2do ley 182 de 1995. [EN LINEA]. [Citado 13/03/12 18:26 HR]. [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1995/ley\\_0182\\_1995.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1995/ley_0182_1995.html)
- Artículo 16 ley 689 de 2001. [EN LINEA]. [Citado 15/03/12 17:02 HR]. [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2001/ley\\_0689\\_2001.html#16](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2001/ley_0689_2001.html#16)
- Becerra, Martín. Mastrini, Guillermo. *Concentración de medios*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Comisión Nacional de Televisión. CNTV. *La gran encuesta de la televisión en Colombia*. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión, 2008.
- Comisión Nacional de Televisión. CNTV. [EN LINEA]. [Citado 20/11/11 10:45 HR]. [http://www.cntv.org.co/cntv\\_bop/plan\\_2013/plan\\_desarrollo.pdf](http://www.cntv.org.co/cntv_bop/plan_2013/plan_desarrollo.pdf)
- Constitución Política de Colombia. *Artículo 1, Artículo 20*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2001.
- Crawford, Livingston. Flores, Pamela. “Dinámicas socioculturales de las televisiones comunitarias en Colombia o el tránsito de la identidad al reconocimiento”. *Investigación y desarrollo*. Vol.10, no. 2 (2002): 188-207.
- Crawford, Livingston. Flores, Pamela. “El totalitarismo frente a la identidad como proyecto en los medios comunitarios del Caribe”. *Investigación y desarrollo*. Vol. 11, no.2 (2003): 254-267.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. DANE. [EN LINEA]. [Citado 25/03/12 13:32 HR]. [http://www.dane.gov.co/revista\\_ib/html\\_r4/articulo2\\_r4.htm](http://www.dane.gov.co/revista_ib/html_r4/articulo2_r4.htm)
- Dirección Nacional de Planeación. DNP. [EN LINEA]. [Citado 26/03/12 20:08 HR].

- <http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=sxarqTMWtRI%3D&t abid=108>
- El Espectador. [EN LINEA]. [Citado 28/03/12 22:18 HR].  
<http://www.elespectador.com/noticias/investigacion/articulo-251975-hora-cero-del-tercer-canal>
- Goffman, Erving. *Estigma: la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu, 2001.
- Gopegui, Belén. [EN LINEA]. [Citado 24/02/12 13:25 HR].  
<http://www.voltairenet.org/La-concentracion-de-los-medios-de>
- Habermas, Jürgen. [EN LINEA]. [Citado 7/04/12 16:09 HR].  
<http://www.armario.cl/Biblioteca/Autores/EFGH/Habermas/J%FCrgen%20Habermas%20-%20La%20esfera%20p%FAblica.PDF>
- Historia de la televisión en Colombia. [EN LINEA]. [Citado 14/10/11 10:54 HR].  
<http://www.colarte.com/actores/General/recuentoTV.asp>
- Iñigo, Ana Isabel. Martín, Ruth. Puebla, Belén. [EN LINEA]. [Citado 20/4/12 23:25 HR].  
[http://www.cibercorresponsales.org/system/custom\\_upload/filename/35/Modulo\\_11.pdf](http://www.cibercorresponsales.org/system/custom_upload/filename/35/Modulo_11.pdf)
- La Tv Judicial. [EN LINEA]. [Citado 22/03/12 09:48 HR].  
<http://latvjudicial.wordpress.com/2011/06/14/rating-colombia-junio-13-hablemos-de-chepe-fortuna/>
- Libreta de apuntes. [EN LINEA]. [Citado 18/11/11 11:27 HR].  
<http://libretadeapuntes.com/asi-quedo-la-nueva-ley-de-television/>
- Martín-Barbero, Jesús. “La comunicación plural. Paradojas y desafíos”. *Nueva sociedad*. No. 140 (1995): 60-69.
- Morley, David. [EN LINEA]. [Citado 23/11/11 14:21 HR].  
<http://diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/Morley.pdf>
- Múnera, Alfonso. *El fracaso de la Nación. Región, clase y raza en el Caribe colombiano (1717-1810)*. Bogotá: Banco de la República, 1998.
- Ramírez, Lina. [EN LINEA]. [Citado 5/10/11 10:42 HR].  
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2180586>

Rincón, Omar. García, Soledad. Zuluaga, Jimena. *La nación de los medios*. Bogotá: Universidad de los Andes, 2011.

TELECARIBE. [EN LINEA]. [Citado 29/03/12 20:11 HR].  
[http://www.telecaribe.com.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=265&Itemid=261#](http://www.telecaribe.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=265&Itemid=261#)

Thompson, Edward Palmer. *Costumbres en común*. Barcelona: Crítica, 1995.

Vera, Mauricio. "Industrias culturales. Análisis del sector de flujo audiovisual en Colombia: televisión y cine". *Revista académica e institucional de la UCPR*. No.3 (2007): 77-118.