

**Estado del arte de la investigación de la televisión pública regional como industrias culturales en Colombia, durante los años 1997-2022: el caso de los canales regionales**

**Telepacífico y Telecafé**

Mónica Cortés Buitrago

Asesor

Diego Alejandro Arciniegas Aulestia

Universidad Nacional Abierta y a Distancia –UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades

Comunicación Social

2024

## **Dedicatoria**

A mi amada familia,

A mi esposo Iván Dueñas, quien ha sido mi compañero incansable, mi fuente de apoyo y amor incondicional. A mis hijos Antonio y Tomás, quienes han sido mi inspiración y motivación constante.

A mis padres Argemiro y María Cecilia, cuyo sacrificio y amor han pavimentado el camino de mi educación. A ustedes, que han sido la luz que ilumina mi camino, les dedico con profundo agradecimiento y amor esta tesis.

Cada página de este trabajo lleva impregnada la huella de su aliento y paciencia. Gracias por estar a mi lado en cada paso de este viaje académico. Este logro es tanto suyo como mío.

Con amor eterno,

Mónica Cortés Buitrago

## **Agradecimientos**

A mis estimados docentes y tutor,

Quisiera expresar mi profundo agradecimiento por su inestimable contribución a mi trabajo de grado. Su dedicación, orientación y apoyo han sido fundamentales.

A Diego Arciniegas, agradezco sinceramente por ser mi guía constante, brindarme su experiencia y paciencia, y ayudarme a dar forma a cada aspecto de este trabajo. Sus comentarios perspicaces y dirección han sido cruciales para mi desarrollo académico.

A mis queridos docentes Mauricio Vera y Mónica Lopera, agradezco por su invaluable orientación y conocimientos compartidos.

Este logro no solo es mío, sino también de ustedes, que han invertido tiempo y esfuerzo en mi crecimiento académico. Les estoy agradecida por su compromiso y dedicación.

Con gratitud sincera,

Mónica Cortés Buitrago

## Resumen

La presente investigación se propone llevar a cabo la revisión biográfica de un corpus específico cuya temática es la televisión pública regional como industria cultural en Colombia, con el objetivo de indagar en los avances logrados en el campo investigativo, específicamente en los canales regionales Telepacífico y Telecafé. La revisión documental se desarrolló a partir del proceso metodológico de investigación del estado del arte, el cual permitió identificar la manera como se ha venido abordando la temática televisión pública regional como industria cultural, en cuanto a los avances en el campo del conocimiento como objeto de estudio, y sus tendencias. Dentro de la estrategia metodológica, se realizó una categorización a partir de la búsqueda, selección, organización y tratamiento, permitiendo sistematizar la información de las fuentes abordadas. Como resultado, este estudio evidenció la necesidad de comprender y reflexionar sobre el equilibrio entre la promoción de la cultura global y la preservación de la diversidad cultural y regional que se produce desde la televisión pública, al tiempo que muestra la necesidad de ampliar la investigación en cuanto al análisis de los canales regionales Telepacífico y Telecafé especialmente en las tendencias de la televisión regional como industria cultural, por lo que se torna aún más urgente, teniendo presente en contexto actual donde la globalización y la convergencia mediática transforman rápidamente el panorama de la comunicación.

***Palabras claves:*** Televisión pública; Canales regionales; Industrias culturales, Telepacífico, Telecafé

### **Abstract**

The present research aims to carry out the biographical review of a specific corpus whose theme is regional public television as a cultural industry in Colombia, with the goal of investigating the progress made in the research field, specifically focusing on the regional channels Telepacífico and Telecafé. The documentary review was conducted using the methodological process of researching the state of the art, which allowed the identification of how the theme of regional public television as a cultural industry has been approached, in terms of advances in the field of knowledge as the object of study and its trends. Within the methodological strategy, a categorization was performed based on the search, selection, organization, and treatment, allowing the systematization of information from the sources examined. As a result, this study highlighted the need to understand and reflect on the balance between the promotion of global culture and the preservation of cultural and regional diversity that arises from public television, while also emphasizing the need to expand research regarding the analysis of Telepacífico and Telecafé channels, especially in the trends of regional television as a cultural industry. This becomes even more urgent, considering the current context where globalization and media convergence rapidly transform the communication landscape.

**Keywords:** Public television, regional channels, Cultural industries, Telepacífico, Telecafé

## Tabla de contenido

Introducción .....	8
Justificación.....	10
Planteamiento del problema .....	13
Objetivos .....	15
Objetivo general .....	15
La Televisión Nacional y Regional como Industria Cultural y su Relación con Las Audiencias: un Punto de Partida. ....	16
Historia de la Televisión en Colombia y las Tendencias de su Estudio .....	16
<i>La Industria Cultural Televisiva en Colombia</i> .....	21
<i>Televisión, Narración y Audiencia</i> .....	31
Una Revisión Documental de los Canales de Televisión Regionales como Industrias Culturales en Colombia: Caso Telepacífico y Telecafé.....	41
Metodología.....	41
<i>Diseño metodológico</i> .....	42
<i>Sistematización y Organización Documental</i> .....	44
Análisis de la Búsqueda Documental: Lo que se Encontró y lo que Falta.....	62
Referencias Bibliográficas .....	66

Tabla 1 .....44  
*Sistematización de documentos*.....44

## Introducción

El siguiente trabajo monográfico tiene como objetivo examinar los progresos alcanzados en el ámbito de la investigación sobre la televisión pública y los canales regionales en Colombia, así como su impacto en la industria cultural. Se busca analizar diversas perspectivas y tendencias relacionadas con la influencia de la televisión pública y los canales regionales en la industria cultural durante el periodo comprendido entre 1997 y 2022, centrándose especialmente en los canales regionales Telepacífico y Telecafé. En el desarrollo de la indagación documental se logró identificar a los autores y estudios relevantes sobre la televisión pública y regional, al mismo tiempo que se categorizaron y las teorías, metodologías, técnicas y resultados utilizados en las diferentes investigaciones.

Por otra parte, la televisión en Colombia ha sido objeto de estudio a partir de diversos enfoques, por lo que es relevante destacar que, aunque existen resultados de investigativos, a partir de la década de 1970, se observa un incremento significativo de su abordaje académico, incluyendo los canales regionales a partir de la década de 1980. Este periodo marcó un crecimiento y consolidación de la investigación de la televisión en el país, generando un interés creciente por comprender su impacto en la sociedad y en la cultura colombiana. Respecto a los canales regionales, las investigaciones han revelado su papel crucial en la preservación y difusión de la diversidad cultural en Colombia, como se detallará más adelante.

En este contexto, para realizar una revisión documental o estado actual de la investigación sobre la televisión pública regional, es necesario conocer el marco histórico de la investigación de la televisión en general, sus avances, tendencias y las brechas en este campo de conocimiento. Además, cuestionar la trayectoria, alcance y la profundidad en la investigación resulta útil para orientar futuras investigaciones y acciones de mejora en torno a la televisión

pública regional. Para este trabajo monográfico, se llevó a cabo una revisión bibliográfica que abarcó 26 investigaciones, entre las cuales se incluye un (1) libro, cinco (5) capítulos de libros, seis (6) trabajos monográficos, dos (2) de maestría y cuatro (4) de pregrado y catorce (14) artículos.

La estructura de la presente investigación se presenta a partir de cuatro capítulos: En el primer capítulo se establece el marco que da pie a la investigación a partir del planteamiento del problema por investigar. Asimismo, incluye la justificación y los objetivos de la investigación.

En el capítulo dos se realiza la identificación de los estudios realizados y documentados relacionados con la historia de la televisión, la industria cultural televisiva y la relación entre televisión y audiencias en Colombia. Este capítulo es crucial para comprender la génesis que da origen a la necesidad de realizar una revisión documental de la temática abordada.

Seguido, se desarrolla un tercer capítulo donde se aborda la metodología a partir de la categorización y la sistematización de la literatura existente y que se relaciona con la temática objeto de la investigación. Este ejercicio permite identificar conceptos clave, teorías, enfoques y estudios previos relevantes.

El cuarto capítulo presenta los hallazgos de la revisión documental, exponiendo los resultados obtenidos mediante la metodología aplicada en el capítulo tres. Los datos se presentan de manera clara y ordenada. Este capítulo responde a los objetivos y las preguntas de investigación planteadas en el primer capítulo, lo que permite contribuir al avance del conocimiento que se tiene actualmente de este objeto de estudio.

## **Justificación**

Las investigaciones realizadas en el marco de los canales regionales Telecafé como por Telepacífico muestran un interés particular en aspectos relacionados con estudios de audiencias y análisis de contenido en sus producciones televisivas. Ambas entidades han sido objeto de estudio en cuanto a la programación, contenidos e incidencia en las audiencias. Este enfoque, es respaldado por la necesidad de comprender las dinámicas comunicativas tanto de la producción, como en el comportamiento y preferencias de la audiencia, proporcionando así investigaciones en el contexto mediático actual.

A partir de este marco, la presente investigación busca hacer una revisión documental de los estudios que se han realizado con relación los cambios, transformaciones o proyecciones en cuanto al aporte de los canales de la televisión pública regional dentro de las dinámicas de las industrias culturales. Esto implica que no solo se muestra interés en los cambios que está experimentando la televisión en un mercado cada vez más competitivo, marcado por importantes concentraciones y monopolios que afectan la diversidad de significados socialmente relevantes. Este análisis se concentra en la evolución de la televisión en relación con las nuevas modalidades de construcción de la esfera pública en la sociedad. De manera evidente, destaca el carácter activo y colaborativo de esta edificación colectiva de relaciones culturales intrínsecas, que implica no solo a los medios de comunicación, sino también a los ciudadanos y sus movimientos de deliberación, crítica y resistencia. En este contexto, la televisión se presenta como un espacio dinámico donde convergen y coexisten las voces ciudadanas, propiciando una interacción constante entre los medios y la sociedad en la construcción de la esfera pública.

Así mismo, desde la industrialización de los productos audiovisuales como eje central de la cadena de valor de las empresas televisivas, el desarrollo de esta a partir de la convergencia

tecnológica, las demandas en la preparación profesional de los empleados de esta industria, los espacios de empleabilidad y en general todos los factores que comprenden la ecología económica y política de la producción mediática que, en el caso de revisión documental, se enfoca en dos de los ocho canales públicos regionales en Colombia.

Por otra parte, la Televisión como servicio público se encuentra intrínsecamente vinculada a las políticas estatales, abarcando aspectos que van desde su fomento y producción hasta su promoción. Este contexto plantea la reflexión sobre la necesidad de establecer un marco legal que asegure la continuidad y la independencia de la televisión pública, trascendiendo así los intereses momentáneos de gobernantes y políticos. Para consolidar la televisión pública como un derecho fundamental, es imperativo transformarla en un servicio público esencial, garantizando su estabilidad y preservando su función primordial más allá de las coyunturas políticas.

Entendiendo que la producción de televisión en el contexto regional no posee las mismas características que la televisión producida con fines comerciales, cobertura nacional y por empresas con ánimo de lucro, se reconoce hoy que la producción de televisión de los canales regionales públicos no tiene un lugar destacado dentro de la actividad económica audiovisual en nuestro país, por lo que se considera de gran importancia y pertinencia conocer cuál es su estado actual y real. Debido a lo anterior, es necesario tener un panorama general de las industrias de televisión, entendidas desde la perspectiva de George Yúdice (2002), como aquellas empresas que tienen por actividad la producción y reproducción de la cultura a gran escala y que se mantienen gracias a una dinámica económica por ser productoras de contenidos audiovisuales que, así mismo, aportan a la industria cultural.

Lo anterior se da en el contexto de ebullición del mundo cada vez más globalizado y digital, puesto que la televisión pública y los canales regionales desempeñan un papel crucial en

la formación de la identidad cultural y en la promoción de la diversidad y el pluralismo cultural. Comprender los diferentes enfoques y tendencias relacionados con esta temática es esencial para analizar cómo estos medios de comunicación influyen en la producción, distribución y consumo de contenidos culturales. Además, esta investigación permitirá arrojar luz sobre el impacto de la televisión pública y los canales regionales en la preservación y promoción de la cultura local y regional, así como en la construcción de una esfera pública cultural más inclusiva y participativa. Por lo tanto, este enfoque monográfico contribuirá a una comprensión más profunda y crítica de la intersección entre los medios de comunicación y la industria cultural en un contexto diverso y cambiante.

## Planteamiento del problema

La televisión pública, especialmente los canales regionales, desempeñan un papel fundamental en la promoción, protección y preservación del legado cultural arraigado en las distintas regiones, al mismo tiempo que contribuye al fortalecimiento de las industrias culturales audiovisuales locales. En este contexto, es imperativo comprender el estado actual de las investigaciones realizadas en este ámbito desde 1997 hasta 2022, centrándose específicamente en los canales regionales Telepacífico y Telecafé. La pregunta central de esta investigación es: ¿Cuál es el estado del arte en cuanto a la investigación de la televisión pública regional específicamente en los canales regionales Telepacífico y Telecafé como industrias culturales en los últimos treinta años?

A pesar de la creciente importancia de los canales regionales en el panorama mediático colombiano, se presume una marcada falta de investigaciones y análisis exhaustivos que aborden de manera integral su papel como industrias culturales. Esta carencia cobra relevancia debido a que la televisión pública regional juega un papel crucial en la promoción de la diversidad cultural, el acceso a la información y el fomento de la identidad local en un país caracterizado por su diversidad geográfica y étnica. La ausencia de investigaciones académicas en este ámbito limita la comprensión de la relevancia de estos canales en el contexto de las industrias culturales colombianas y su contribución en la construcción de la identidad regional e incluso nacional.

Por lo tanto, abordar esta problemática de investigación a través de una revisión bibliográfica sistemática se presenta como un paso inicial, necesario y esencial. Este estado del arte permitirá confirmar la hipótesis de trabajo y proporcionar una visión integral del desarrollo de la televisión pública regional en Colombia durante el período mencionado. La revisión bibliográfica no solo arrojará luz sobre el estado actual de las investigaciones, sino que también

destacará las áreas de oportunidad y las brechas existentes en el conocimiento, brindando así una base sólida para futuras investigaciones y acciones de mejora en este campo.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Realizar una revisión del estado del arte de un corpus bibliográfico cuya temática es la televisión pública regional como industria cultural en Colombia, focalizando en los casos de los canales regionales Telepacífico y Telecafé.

### **Objetivos específicos**

Identificar los estudios realizados a partir la historia de la televisión, la industria cultural televisiva y la relación entre televisión y audiencias en Colombia

Categorizar la producción documental relacionada con los canales regionales Telepacífico y Telecafé como industria cultural en Colombia.

Analizar los resultados de la revisión de los corpus bibliográficos relacionados con la televisión pública regional en Colombia como industrias culturales en los últimos treinta años.

## **La Televisión Nacional y Regional como Industria Cultural y su Relación con Las Audiencias: un Punto de Partida.**

### **Historia de la Televisión en Colombia y las Tendencias de su Estudio**

En el campo teórico se han utilizado diversas corrientes para entender las dinámicas de las industrias culturales en relación con la televisión pública. Teorías como la economía política de la comunicación y la teoría del campo cultural se han empleado para examinar las estructuras y las relaciones de poder en la producción y distribución de contenidos televisivos. Estas teorías subrayan la importancia de concebir la televisión pública como un espacio donde se entrecruzan intereses económicos, políticos y culturales, dando lugar a procesos de negociación y lucha simbólica.

Durante sus primeras décadas, la Televisión pública nacional tuvo como preocupación central la educación colectiva, al tiempo que, desde sus inicios, tuvo un gran auge nacional. Sean por cualquier razón, todos y todas querían participar de ella. Y como resultado, durante las décadas siguientes al periodo estudiado, se establecieron varios canales regionales y locales de televisión pública en diferentes partes de Colombia. Estos canales, como Teleantioquia, Telepacífico, Canal Capital, Telecaribe, entre otros, se convirtieron en importantes medios de difusión de contenidos educativos, culturales y de interés público en sus respectivas regiones.

Estos hallazgos están íntimamente relacionados con la tesis doctoral de Julio Eduardo Benavides Campos (2012) titulada Historia de la televisión en Colombia y su función pública (1953-1958). Tanto Benavides Campos (2012) como Gómez, Lemaitre y Ospina autores de la tesis de grado Los inicios de la televisión en Colombia (2002), coinciden en que la aparición del soporte tecnológico y su implementación hacen parte de un entramado de apuestas

políticas. Asimismo, comparten la visión de cómo el desarrollo fue una suerte de movimiento de ondas expansivas, yendo del centro hacia otros puntos del país.

Siguiendo este marco regional, en un artículo titulado Televisión en Colombia: surgimiento de los canales regionales, Ana García (2012) lleva a cabo una suerte de revisión histórica de algunos acontecimientos del surgimiento y desarrollo de la Televisión pública colombiana relacionados con poder y centralización. Menciona García (2012) que el origen de la televisión en Colombia fue improvisado y en respuesta a una pretensión propagandística del poder. Este carácter improvisado devino en la cesión de espacios en la oferta a particulares como estrategia de financiación, relegándose con ello las tareas educativas y culturales de la tv pública. Por su parte, en lo que refiere a la televisión educativa, el país no ha tenido una política sistemática en lo relativo a la programación y la financiación.

Según García (2012), al comenzar la década de los 80, la solicitud para la creación de canales regionales experimentó un aumento significativo. Desde Antioquia, la Costa Caribe y el Valle de Cauca, se ejerció presión institucional y se llevaron a cabo acciones con el propósito de desarrollar estos canales. Estas regiones lideraron la demanda para la creación de canales de televisión que estuvieran estrechamente vinculados al sentir popular. A pesar de la negativa por parte del Gobierno Nacional, en el Departamento de Antioquia, las universidades y dos entidades descentralizadas a nivel departamental, el Instituto para el Desarrollo de Antioquia (IDEA) y las Empresas Departamentales de Antioquia (EDA), ahora conocidas como EDATEL y socios actuales de Teleantioquia, continuaron promoviendo la necesidad de establecer un canal regional de televisión en la región.

Con este marco, García (2012) menciona que, hasta el año de 1998, fecha en que surge la televisión privada, la televisión en Colombia se caracterizó por modelo de oferta mixto,

en el cual, el Estado cedía espacios a particulares como estrategia de financiamiento, relegando su responsabilidad educadora y de promoción cultural. Y añade:

"...se puede decir que en el modelo colombiano convivieron de un lado, unos particulares que se enriquecieron y utilizaron la televisión con fines eminentemente comerciales, y por otro, un Estado que abandonó su función educadora, en un medio que exigía su compromiso" (García, 2012, p. 29).

Del análisis de García (2012) queda claro que el surgimiento de los canales regionales se debió fundamentalmente a demandas desde regiones como la costa, Valle del Cauca y Antioquia respecto a la necesidad de canales que reflejaran contextos, realidades y culturas más allá de la de la capital. En este sentido, concluye García (2012), el análisis de la televisión desde una óptica histórica, respaldado por una metodología característica de trabajos de campo y la recopilación de datos y entrevistas, revela que, más allá de su vinculación al poder, su carácter oficial, su tendencia centralista y su afirmación formal de tener objetivos centrados en la educación y la cultura, el "nacimiento de la televisión en Colombia fue improvisado" (p. 32). Esto sugiere que, a pesar de los propósitos declarados, la implementación inicial de la televisión en el país careció de una planificación meticulosa, dando lugar a un desarrollo espontáneo y, en cierta medida, no planificado.

En medio de este contexto, en el marco de esta coyuntura, una de las ideas fundamentales extraídas de "Seis décadas de intervención del Estado en la televisión colombiana 1954-2014" de Juan Carlos Garzón Barreto (2015) es que la televisión se convierte en el terreno donde se libra la batalla por lo público. Este medio se percibe como un espacio propicio para la libertad de expresión y como un escenario en el cual la sociedad desempeña un papel esencial en la definición de lo que se considera inherente a la ciudadanía y sus derechos. Estos procesos se

contraponen a la evolución del medio, que busca consolidarse como un bien en el mercado, transformando al Estado en un regulador fundamentalmente.

El trabajo plantea un enfoque de la historia de la televisión desde la perspectiva legal que ha contribuido a dar forma a este medio. En su esencia, este trabajo refleja una de las dimensiones cruciales de la lucha por la interpretación de la televisión como medio y por su propia historia. La dinámica entre la visión de la televisión como un espacio público y la influencia del mercado, junto con la transformación del papel del Estado de actor principal a regulador, se revela como un aspecto central en la narrativa histórica de la televisión colombiana. De este estudio queda claro que:

“(…) la historia de la televisión no puede ser una historia del medio en sí, sino que esta debe ser construida y pensada como historia del país; o, más precisamente, como un diálogo permanente entre país y medio, en el que hay una contribución mutua a darse forma. Hay un país que se “historiza” al relatarse en la televisión y, a la vez, la televisión se hace en la historia del país, sus contradicciones y luchas. La televisión es un lugar clave para la lucha por el sentido de la memoria de la vida del país, y en ese sentido esa mutua configuración no es ajena a la manera de ser de la sociedad misma” Garzón Botero (2015).

De la cita anterior, resalta la conjugación entre memoria, cotidianidad e historia. Abordar la historia de la televisión implica contemplar el medio desde diversas dimensiones, comprendiendo las épocas, los medios, los procesos y las interacciones humanas. Más que una narrativa lineal que transcurre en el tiempo con tecnologías emergentes, la televisión debe ser entendida como un proceso social en el cual convergen prácticas humanas, necesidades, deseos y realidades histórico-sociales. Serán justamente estos detalles cotidianos lo que darán cuerpo a la programación, y quizá a la existencia misma de los canales regionales.

En relación con los canales regionales, Ana Patricia García Ángel (2012), autora del previamente mencionado "Televisión en Colombia: Surgimiento de los canales regionales", destaca que el surgimiento de la televisión regional fue un acontecimiento de suma importancia para el país. En su obra, García Ángel aborda la trascendencia cultural y política de este fenómeno, así como su papel esencial en lo que debería representar para la sociedad. La autora subraya la relevancia no solo desde una perspectiva mediática, sino también en términos de su impacto cultural y su influencia en el ámbito político, resaltando la responsabilidad inherente que estos canales tienen en la construcción de la identidad y la representación de las diversas regiones del país. La metodología de su estudio se apoya, entre otras, en entrevistas a fuente de autoridad, como lo es la realizada a Jaime Abello Banfi exgerente de Telecaribe. De la entrevista con el también abogado Abello, García (2012) rescata su respuesta ante lo que es la importancia de la creación y desarrollo de la televisión pública en el país:

...los canales regionales de televisión tienen, por lo menos, cuatro misiones en relación con el hecho sociopolítico de las regiones: buscar la integración del territorio de una red televisiva con cobertura total sobre la región servida; dar prelación a la producción televisiva de origen regional, a la reafirmación de la identidad cultural y al tratamiento de los temas y de la información regionales dentro de la programación habitual; consolidar una industria televisiva y un mercado publicitario de alcance regional y, finalmente, comprometerse con la suerte de las comunidades territoriales respectivas y con el proyecto político de autonomía territorial y de regionalización... (García, 2012, p. 29).

El propio García también hace hincapié en el hecho de que la televisión pública no sobrevive sola; no debe ni puede regirse por las leyes del mercado. Solo a través de esfuerzos conjuntos, incluida la participación de los televidentes, quienes reclaman este servicio como un derecho, puede la televisión pública prosperar. En este panorama, Paula Arenas (2015) pone la

lupa sobre el duopolio Caracol-RCN. En su artículo "El futuro de la televisión pública educativa y cultural", la investigadora señala que Colombia, con una legislación avanzada, combate activamente las prácticas monopolísticas, asegurando así que el derecho fundamental a informar y ser informado no se vea amenazado. En el panorama de las televisiones públicas, se cuentan dos canales nacionales, un canal nacional de operación mixta, ocho canales regionales y un canal público local, junto con numerosos canales comunitarios. Por otro lado, la oferta de los canales privados consiste en dos canales nacionales y un canal local. Además, los colombianos tienen acceso a cerca de noventa canales internacionales a través de servicios de televisión por suscripción satelital y por cable. Sin embargo, a pesar de esta diversidad, se destaca un fenómeno singular en Colombia: el duopolio Caracol-RCN. Estas dos cadenas ejercen una predominancia significativa en el panorama televisivo del país, como señala Arenas (2015) al concluir: "(...) a pesar de esta amplia oferta, en Colombia vivimos un fenómeno singular: el duopolio Caracol-RCN. Estas dos cadenas son las voces predominantes de la televisión" (Arenas, 2015, p. 44).

### ***La Industria Cultural Televisiva en Colombia***

A lo largo de las décadas, la industria cultural televisiva en Colombia ha experimentado una evolución significativa. Este país sudamericano, reconocido por su rica diversidad cultural y su historia única, ha presenciado cómo la televisión se ha transformado en un componente fundamental en la rutina diaria de millones de colombianos. La televisión no solo refleja la diversidad cultural y social de Colombia, sino que también desempeña un papel esencial en la construcción de narrativas que influyen en la identidad nacional. Desde los primeros días de la televisión en el país hasta el presente, la industria televisiva colombiana ha experimentado un crecimiento constante y una diversificación de géneros y contenidos que han dejado una marca perdurable en la sociedad y la cultura colombiana.

Por otro lado, dicho crecimiento convirtió la Televisión en un aspecto de la industria cultural, que está intrínsecamente relacionada con la política de la comunicación en el país. A lo largo de su historia, la televisión y otros medios de comunicación han sido moldeados y regulados por políticas gubernamentales que buscan tanto fomentar la diversidad cultural como promover valores nacionales. La política de la comunicación en Colombia ha desempeñado un papel importante al establecer normativas que buscan equilibrar la promoción de la producción local y regional con la influencia de producciones extranjeras en la televisión y otros medios. Además, estas políticas han abordado cuestiones relacionadas con la calidad de los contenidos, la pluralidad de voces y la salvaguarda de la diversidad cultural en Colombia. Esto ha dejado su impacto en la programación y la creación de material audiovisual en el país.

En este escenario, el análisis de la relación entre la industria cultural y la política de comunicación en Colombia emerge como un área crucial para comprender cómo los marcos regulatorios y las decisiones políticas han impactado tanto en la producción como en la difusión de contenidos culturales a través de la televisión y otros medios. A medida que Colombia afronta los desafíos de la globalización mediática y la convergencia de medios, la política de comunicación juega un papel crítico al fomentar la diversidad cultural, representar las diversas regiones del país y preservar la identidad colombiana en un entorno de cambio y constante transformación en la industria de la comunicación.

Este apartado tiene por objetivo hacer una revisión bibliográfica de la literatura que asocia tanto la industria cultural, como la política de comunicaciones en Colombia, y que involucra otros aspectos como mercadeo y economía, así como, inevitablemente, audiencias e historia. Así, uno de los textos que más aporta al campo fue publicado por Diego García Ramírez (2015) en la revista *Signo y Pensamiento*. El artículo se titula *El modelo de televisión regional en*

Colombia: canales públicos bajo los parámetros del mercado, y las reflexiones expuestas se desprenden del proyecto Historia de la televisión en Colombia: procesos de regionalización y resignificación del paisaje televisivo nacional. Este proyecto tiene como objetivo reconstruir los primeros años de la televisión regional, reinterpretando el contexto social, político y económico en el que surgieron estos canales y analizando las condiciones que influyeron en su desarrollo.

Este análisis, basado en la revisión de fuentes primarias y secundarias, explora de qué manera el actual modelo de financiamiento de la televisión regional ha conducido a la adopción de parámetros comerciales que distorsionan su función como servicio público. La premisa central sostiene que la televisión pública regional ha heredado los defectos fundamentales de su contraparte nacional: la politización y una marcada inclinación comercial. En relación con la industria cultural televisiva, se señala que:

Los actuales canales regionales están constituidos como empresas industriales y comerciales del Estado (EICE), esto quiere decir que deben gestionar parte de los recursos necesarios para su funcionamiento y son poco dependientes de los dineros públicos (Ley 489 de 1998, Artículo 85) (García Ramírez, 2015; p. 25).

De acuerdo con este autor, el funcionamiento, desarrollo y supervivencia de la televisión pública están intrínsecamente ligados a los fondos provenientes del sector privado, planteando así una paradoja en el sistema de televisión nacional. La existencia de la televisión pública depende de la participación de concesionarios privados; sin ellos, no habría una base para sostenerla. En caso de que los ingresos de estos concesionarios disminuyan, los recursos disponibles para los canales públicos también se ven reducidos. En cierto sentido, la operación de los canales regionales está determinada por los aportes del sector privado. Este modelo subvencionado establece una conexión directa entre los canales públicos y el sector privado,

creando una dependencia que limita y define la existencia de los primeros con respecto a los segundos.

En este contexto, se destaca que las diferencias entre la televisión comercial y la televisión pública han sido objeto de amplia discusión. Aunque podría parecer que este debate está superado, su importancia perdura en una era marcada por transformaciones tecnológicas y convergencia. Para resumir este debate, se pueden identificar tres variables esenciales que ayudan a establecer diferencias entre ambos modelos: financiamiento, estructuras de gestión y contenidos. En palabras de Arroyo, Becerra, García y Santamaría (2012), estas variables se resumen en las preguntas clave: "¿Quién paga? ¿Quién controla? ¿Qué y cómo se programa? (p. 22)". Aparentemente, las líneas divisorias son claras, ya que la televisión privada se financia a través de la publicidad, está bajo el control del mercado y produce contenidos orientados a captar la mayor audiencia posible. En contraste, la televisión pública es financiada por el Estado, está bajo el control de un organismo independiente y presenta contenidos diversos, con enfoque educativo y cultural preferentemente. En este sentido, se destaca:

La injerencia de la política en la televisión pública nacional fue un suceso que dejó una huella significativa. Durante el periodo del Frente Nacional, la distribución burocrática realizada por los partidos Liberal y Conservador, abarcando todas las ramas del poder público, se extendió hasta la gestión de la televisión. Este reparto se utilizaba para saldar compromisos políticos y se manejaba según la voluntad del presidente y el partido en funciones. El proyecto de la televisión en Colombia se concibió en el marco del Estado centralista establecido por la Constitución de 1886, razón por la cual surgió con funciones educativas y culturales orientadas hacia la búsqueda de la unidad y la construcción de una identidad nacional unificada (García Ramírez, 2015; p. 33).

García Ramírez (2015) concuerda con las ideas planteadas por Valerio Fuenzalida (2000) al abordar los problemas de los canales públicos, destacando la problemática de la mala administración industrial-empresarial. En su artículo Situación de la televisión pública en

América Latina: reforma o privatización, Fuenzalida (2000) agrega que, durante situaciones de crisis, especialmente en los canales públicos, se manifiesta una dirección ejecutiva superior que varía según los cambios políticos. Esta inestabilidad ha ocasionado la interrupción de metas y planes empresariales-industriales, y en muchos casos, ha promovido la corrupción e irresponsabilidad sin consecuencias legales. Como resultado de esta crisis, los canales no han logrado establecer un sistema eficiente de sustentación económica.

Fuenzalida (2000) indica que la estructura centralizada de la televisión de servicios públicos se basó en aspectos materiales relacionados con las características del equipo técnico inicial utilizado para la producción y transmisión. Este equipo tenía dimensiones voluminosas y requería una infraestructura física considerable, además de recursos económicos significativos. Luego de un análisis comparativo y de la revisión histórica de la post-guerra en la década del 50, y los costos de la producción televisiva de la Europa occidental, el autor concluye que el tipo de tecnología de alto costo y las costosas operaciones, dieron forma a una organización centralizada con ubicación geográfica en las capitales de los países, relegando a las provincias a un papel pasivo como receptores de las emisiones.

Jesús Martín Barbero destaca en su artículo "Claves de Debate / Televisión pública, televisión cultural: Entre la renovación y la invención" (2001) que, al transformarse en un espacio estratégico para representar la conexión entre los ciudadanos y su identificación con una comunidad, la televisión se posiciona hoy como el lugar por excelencia para recrear lo público y contrarrestar la erosión del orden colectivo.

Martín Barbero argumenta que el mercado carece de la capacidad para consolidar tradiciones, forjar vínculos entre individuos y generar innovación social. A partir de esta reflexión, se deduce que, en la actualidad, nuestros países requieren de manera evidente y

efectiva la presencia de una televisión pública. En su análisis ponderado, llega a la conclusión de que, dado el proceso de fragmentación introducido por el mercado, es cada vez más imperativa una televisión que se oriente hacia el conjunto de los ciudadanos de un país. Esta televisión debería, en la medida de lo posible, contrarrestar la fragmentación de la sociedad nacional y ofrecer un espacio de encuentro para todos los públicos, aunque sea de manera cambiante y precaria. Esto permitiría a aquellos que lo deseen mantenerse informados sobre lo que agrada a la mayoría, sin regirse estrictamente por las mediciones de audiencia, más bien por afinidades en gustos y lenguajes compartidos, como los que presentan ciertos géneros televisivos donde se entrelazan matrices culturales y formatos industriales (Martín Barbero, 2001).

Como se ha mencionado, las regiones en Colombia manifestaron la necesidad de ser parte de la narrativa y sus audiencias pudieran verse representadas. En este sentido, Carlos Arturo Alarcón Lara y Cristhian Egidio Patiño Arteaga (2017), hicieron un abordaje metodológico cualitativo y cuantitativo resultando la tesis de maestría titulada Posicionamiento del canal de televisión pública Telepacífico desde la perspectiva del usuario caleño. Esta investigación se centró en un enfoque metodológico de carácter exploratorio-descriptivo. Se desglosó en el análisis detallado del árbol de problemas, lo cual contribuye a optimizar el diseño y llevar a cabo el seguimiento de cada uno de los resultados de los objetivos establecidos. El propósito fue identificar las razones que llevan a los usuarios a elegir un canal de televisión.

Telepacífico, siendo un canal regional, surge con la intención de concretar y difundir representaciones de lo que se considera regional, como se ha señalado en otros textos. En este contexto, la noción de cultura desempeña un papel central para comprender desde las implicaciones políticas del canal hasta su administración, la programación de la parrilla y la aceptación por parte de los televidentes. En este escenario, esta investigación arroja luz sobre una

definición de cultura relevante para el estudio: la cultura es "el contexto donde se mantiene y desarrolla la identidad, y donde se conforma la imagen, ya que ésta es representada e interpretada con base en los presupuestos culturales y valores que tiene la organización y los públicos que la rodean" (Currás, 2010, p.26). Siguiendo esta premisa, plantea un modelo que fusiona de manera simultánea la identidad, la imagen y la cultura de las organizaciones.

De esta investigación uno de los hallazgos importantes es el de la caracterización de los televidentes del canal. Según la pesquisa, se observaron diversos estudios de audiencia que indicaron que la mayoría de los televidentes del canal Telepacífico residen en el Valle del Cauca, específicamente en Santiago de Cali. Estos televidentes suelen tener un nivel educativo de secundaria completo, trabajan de forma independiente y viven en hogares con un promedio de 4 personas. Los estudios revelaron que los televidentes frecuentes del canal son mujeres de entre 45 y 54 años, pertenecientes a niveles socioeconómicos 3 y 4. Por otra parte, se empleó la técnica cualitativa de focus group en este estudio, analizada a través del programa AtlasTI. Esta metodología permitió explorar de manera integral y dinámica las percepciones de los participantes mediante la creación de mapas conceptuales. En esta fase, se identificó el objetivo de la televisión pública en Colombia, que es formar, entretener y educar. Sin embargo, los participantes no perciben al canal como una fuente de entretenimiento y sienten que carece de contenido que emocione a la audiencia. En cuanto al análisis de la promoción y difusión del canal arrojó que la promoción es muy escasa. Los participantes no recuerdan haber compartido publicaciones por redes sociales y, por el contrario, consideran que falta una mayor interacción con la comunidad. Además, expresaron la necesidad de que el canal muestre más aspectos de cada una de las poblaciones que componen la capital del Valle del Cauca.

En el caso de Telecafé, la caracterización de las empresas informativas/industrias culturales en el Eje Cafetero, Colombia, fue llevada a cabo por los investigadores Mauricio Vera Sánchez y Juliana Gómez Jaramillo (2010). Esta caracterización se basa en fuentes secundarias, principalmente en las Cámaras de Comercio de la Región, con un alcance que abarca las ciudades de Armenia, Manizales, Pereira y Dosquebradas. Se revisó y analizó la información de las empresas pertenecientes a los sectores audiovisuales, gráficos, sonoros e impresos. En este análisis, se indaga acerca de los elementos que convierten a la cultura en un recurso generador de riqueza.

La respuesta a esta cuestión se contempla desde varios aspectos. En primer lugar, el proceso de industrialización de la cultura tiene lugar dentro del marco legal de los derechos de propiedad intelectual, lo que posibilita la transformación de un valor simbólico e intangible en un valor comercial y tangible, expresado a través de un precio. Además, estas ideas protegidas por derechos de autor se traducen económicamente al ser producidos en formatos tangibles o electrónicos, posibilitando su transformación en productos y servicios culturales específicos. Estos productos y servicios culturales son luego ofertados y demandados en sectores sociales y geográficos particulares. En tercer lugar, el momento de la distribución se revela como estratégico, ya que es en este momento donde se definen los mercados culturales y los grupos específicos a los que se busca alcanzar (García Canclini, 1995).

En resumen, este estudio plantea una llamada de atención a la academia, que desempeña un papel crucial en la formación y orientación de futuros comunicadores. Se enfatiza la necesidad de revisar a fondo la capacitación empresarial proporcionada a los estudiantes, así

como de evaluar la verdadera amplitud de nuestro conocimiento sobre el mercado cultural y de medios.

Este llamado resalta la importancia de reflexionar sobre la dirección actual de nuestros esfuerzos, con el propósito de asegurar que, a corto y mediano plazo, se puedan establecer empresas culturales e informativas. Con el fin de garantizar que a corto y mediano plazo sea posible establecer empresas dedicadas a la cultura y la información. Estas empresas no solo contribuirán a la identidad y al intercambio cultural en la región, sino que también se convertirán en generadoras de riqueza económica y empleo digno. La argumentación se basa en la premisa de que al alinear de manera efectiva la formación académica con las demandas reales del mercado, se puede lograr un impacto positivo y sostenible en los ámbitos cultural y económico, beneficiando tanto a los profesionales como a la sociedad en general (García Canclini, 1995)

En este contexto, la investigación realizada por Héctor Hernán Tabares Loaiza, Juan Camilo Patiño Roncancio y Rubén Darío Orozco Castañeda para obtener sus títulos de grado adquiere una relevancia significativa. El estudio, titulado "Percepción de los televidentes de la ciudad de Manizales sobre el canal regional de televisión Telecafé" (2009), tiene como objetivo determinar la percepción de los televidentes sobre el mismo.

A partir de estos hallazgos, los investigadores buscan generar alternativas estratégicas que contribuyan a garantizar la continuidad de un canal de televisión pública. Este canal no solo cumple la función de ser un elemento integrador para los departamentos de la Región Cafetera, sino que también se erige como una ventana al mundo, exhibiendo los valores, costumbres e idiosincrasia de los habitantes del eje cafetero. La importancia de esta investigación radica en su capacidad para informar y orientar acciones que fortalezcan la posición y la función del canal en el panorama mediático y cultural de la región (Hatch & Schultz, 2002).

Este estudio, catalogado como exploratorio, focaliza en el análisis de la percepción de los televidentes en la ciudad de Manizales respecto al canal regional Telecafé. La elección de un método de investigación cuantitativa, con la encuesta como técnica principal, permite recopilar información de manera sistemática, llegando a los encuestados en sus hogares o lugares de trabajo. Esta metodología, respaldada por encuestas y estadísticas, arroja resultados significativos que contribuyen a comprender la percepción de la comunidad hacia Telecafé.

Los datos recabados revelan, por ejemplo, que un porcentaje elevado de personas encuestadas percibe a Telecafé como una empresa regional que presta servicios a la comunidad y contribuye a la integración de la región cafetera. Estos hallazgos no solo informan sobre la percepción actual, sino que también enriquecen las discusiones teóricas en torno al papel de Telecafé en la región.

Además, la aplicación de métodos cuantitativos permite crear una cartografía detallada del estado actual de Telecafé, proporcionando una visión más precisa de su posición y relevancia en el panorama mediático y cultural. Este enfoque metodológico robustece la confiabilidad de los hallazgos al arrojar una base sólida para las conclusiones y recomendaciones que surgen de la investigación (Hatch & Schultz, 2002).

Los canales regionales desempeñan un papel fundamental como lugares de convergencia, proporcionando una opción televisiva en la que el televidente pueda sentirse resguardado y acompañado. Deben ser espacios donde el espectador perciba que se le habla personalmente, conociendo su nombre, origen, hábitos e incluso sus particularidades. En este sentido, fortalecer los canales regionales y asegurar la transmisión de su señal mediante satélite es esencial, ya que representan el único punto de referencia con el territorio (Tabares et al., 2013; p. 67). Este enfoque no solo refuerza la conexión entre el canal y la audiencia, sino que también subraya la

importancia de la identificación y la personalización en la programación regional, contribuyendo así a la integración cultural y social (Hatch & Schultz, 2002).

Este estudio destaca por sus reveladores hallazgos relacionados no solo con la percepción de los televidentes, sino también con la forma en que el canal ha integrado conceptos clave, como el desarrollo humano/social, el fortalecimiento de la identidad cultural y la conservación de la convivencia nacional, en su programación. Más allá de ofrecer contenidos educativos, artísticos y científicos, como es tradicional, Telecafé se erige como un espacio cultural en la televisión. Este canal desempeña un papel crucial al construir un espacio cultural regional que fomenta la identidad y preserva la diversidad, sirviendo como un elemento fundamental de inclusión en un mundo globalizado. La incorporación de estos elementos en la programación no solo enriquece la oferta televisiva regional, sino que también contribuye a la construcción de una narrativa cultural sólida y auténtica, alineada con los valores y la diversidad de la región cafetera (García Canclini, 1995).

### ***Televisión, Narración y Audiencia***

En la actual era de la comunicación globalizada, la televisión se posiciona como un poderoso medio que trasciende fronteras culturales y geográficas, desempeñando un rol central en la construcción de narrativas e influyendo sobre las audiencias a nivel mundial. En el contexto latinoamericano y, de manera específica, en Colombia, esta influencia es palpable, manifestándose en la forma en que las audiencias consumen y participan en la televisión. Más que un mero reflejo de la sociedad, la televisión se configura como un agente que modela la percepción de la realidad y las identidades culturales. Por ende, se torna imperativo examinar de manera crítica el papel de la televisión, la narrativa televisiva y su interacción con las audiencias

en un entorno globalizado. Este fenómeno no solo impacta las esferas locales, sino que está intrínsecamente ligado a las tendencias y dinámicas globales de la comunicación (Arroyo, Becerra, García y Santamaría, 2012; García Canclini, 1995).

Este análisis multidimensional cobra aún más relevancia en un período en el que las plataformas digitales y la convergencia mediática han transformado de manera radical la manera en que se consume la televisión, redefiniendo las interacciones entre productores, narradores y audiencias. La investigación sobre la televisión en Latinoamérica y Colombia en este contexto globalizado se vuelve esencial para comprender cómo las narrativas televisivas configuran y son a su vez configuradas por las audiencias. Este escenario se caracteriza por la diversidad cultural y la circulación constante de contenidos audiovisuales a nivel mundial, planteando desafíos y oportunidades únicas en el panorama mediático actual (Arroyo, Becerra, García y Santamaría, 2012; García Canclini, 1995).

En este contexto, el texto "Reinventando la televisión pública" (2015) de Belén Igarzábal introduce a la discusión la idea de que el desafío de la televisión radica en lograr que ella misma promueva la cultura común desde un enfoque atractivo, generando placer, entretenimiento y conectando con las audiencias para establecer vínculos e identificación. La crítica ofrece una evaluación detallada de las distintas modalidades de producción televisiva en la región, explorando los modelos, canales y géneros. Asimismo, profundiza en las transformaciones experimentadas por las audiencias desde los primeros días del medio hasta la actualidad de la convergencia digital. Finalmente, el texto revisa las características específicas de las televisoras públicas y formula una propuesta para una televisión pública orientada hacia las audiencias (Igarzábal, 2015).

Es relevante destacar la distinción realizada aquí en relación con la forma o modelo de gestión y administración de la televisión, identificando dos enfoques principales: el modelo americano y el modelo europeo. En el modelo americano, el Estado otorga licencias al sector privado para administrar las señales de televisión, y los canales se sostienen económicamente mediante la publicidad. Según se señala, la televisión en este modelo puede captarse gratuitamente por "aire" con una antena, financiándose a través de los ingresos por publicidad que los anunciantes adquieren de los canales (p. 77). En contraste, el modelo europeo difiere, ya que la televisión se sustenta tanto por el Estado como por un impuesto o canon que abona la audiencia que desea acceder a la programación. El análisis concluye enfatizando que estas diferencias están vinculadas a la concepción de la televisión como servicio público (p. 79) (Igarzábal, 2015).

De la conclusión de Igarzábal, surge en estado latente la idea central de la cultura. Partiendo del supuesto de que la cultura colombiana, en su conjunto, y la valluna, en particular, constituyen un conjunto de culturas y experiencias diversas, el desafío mencionado adquiere una dimensión aún más compleja. Este elemento se presenta como fundamental al explorar mi propia investigación, ya que las bases de la discusión sobre las potencialidades de la transmisión cultural a través de la televisión, la perspectiva crítica desde ámbitos intelectuales hacia este medio audiovisual, y la dicotomía entre televisión y cultura podrían tener sus cimientos en una tensión previa entre la imagen y la escritura, o entre la emoción y la razón. La crítica a la televisión y su distinción con la "alta cultura" se inserta en una crítica más amplia al lenguaje audiovisual (Igarzábal, 2015).

La dicotomía entre la imagen y el texto, así como entre la emoción y la razón, sitúa a la televisión como un espectáculo, convirtiendo sus imágenes narrativas en una suerte de

espectacularización de cualquier evento. Esto lleva a la posibilidad de que, si la televisión busca transmitir eventos artísticos o culturales de élite, terminaría orientándose hacia aquellos que ya pueden acceder a ese tipo de fenómenos, excluyendo a otras audiencias que no sintonizan dichos programas y profundizando las desigualdades. La expectativa sería que la televisión cultural-regional, aparentemente dirigida a las masas, contrarreste este aspecto y reduzca su producción a una forma de difusión de información, eliminando las características propias y el lenguaje distintivo de ese medio (Igarzábal, 2015).

Ante este “riesgo” de la pérdida del sentido de las narrativas de los canales regionales, en tanto que espacios populares, Diego García (2016) apunta que:

(...) la pretensión de las regiones de producir sus propias imágenes tenía que ver con los proyectos políticos que defendían, dentro de los cuales consideraban fundamental contar con autonomía para elaborar las representaciones que hablaran de lo que ellas eran y fortalecieran su unidad. Los deseos descentralizadores eran la reacción de las regiones al proyecto político que, desde la Constitución de 1886, había concentrado en Bogotá todos los poderes nacionales limitando al máximo la participación e independencia de las regiones. Razón por la cual, junto a los canales de televisión, se otorgaron otros derechos que, como la elección popular de alcaldes, abrieron el camino hacia la descentralización político-administrativa que se plasmó final-mente en una nueva Constitución, la de 1991 (García, 2016; p. 45).

A través de una revisión histórico-cultural del país, el investigador se enfoca en la construcción de la historia de la televisión en Colombia y en la consideración de las narrativas, abordando así el debate sobre el centralismo y la politización de la televisión nacional, que ganó relevancia en la década de 1970. Este proceso implicó la participación de diversos actores que buscaban transformar el régimen comunicativo y el modelo televisivo del país. Es esencial resaltar que, hasta bien entrada la década de 1980, la invisibilización y negación de las regiones

en la televisión pública nacional eran tan evidentes que las cámaras apenas salían de Bogotá. Incluso las primeras telenovelas que intentaron abordar temáticas regionales recrearon los paisajes de esos lugares en entornos cercanos a la Capital de la República. Un ejemplo de ello es la telenovela "Hato Canaguay", producida por la empresa programadora Punch en 1981, que exploraba la cultura llanera y se realizó sin necesidad de desplazarse a los Llanos Orientales (Igarzábal, 2015).

También se destaca que la narración centralista en Colombia se inscribió en la tendencia latinoamericana, donde la televisión surgió en conexión con las autoridades estatales. En el país, la televisión se concibió como un espacio desde el cual difundir la personalidad y proyecto político del presidente Rojas Pinilla, así como para culturizar y educar cívicamente a los colombianos con el fin de consolidar la nación. La televisión emergió con un carácter centralista, con la producción de contenidos realizándose desde Bogotá, y debido a limitaciones técnicas, la señal tardó en llegar a otras regiones del país. Todo esto generó el interés de las regiones por contar con canales regionales.

El surgimiento de estos canales fue visto de manera desfavorable por el Ministerio de Comunicaciones, ya que percibía el riesgo de que el Estado perdiera su posición como único constructor de las representaciones e ideas sobre la nación. Hacia mediados de la década de 1970, en el contexto de la tendencia liberal, se intensificó el debate sobre la centralización y politización de la televisión en Colombia, convirtiéndose en parte de la agenda política de la campaña presidencial de 1982. Los canales públicos regionales emergieron durante la administración de Belisario Betancur como parte de la descentralización política del Estado colombiano, que buscaba otorgar mayor autonomía a las regiones en contraposición al régimen centralista (Igarzábal, 2015).

Ante este panorama, Mabel Rocío López Segura (2019) caracteriza la esfera de libertad del Legislador, quien tiene la facultad de legislar sobre los servicios públicos esenciales, especialmente cuando están en juego derechos fundamentales como el acceso a la información pública. En este contexto, destaca el derecho de las comunidades más apartadas del territorio nacional a recibir información rápida y oportuna sobre aspectos cruciales para su desarrollo, participación comunitaria y situaciones que puedan afectar o poner en peligro sus vidas, como incendios, inundaciones, terremotos, avalanchas, delincuencia común, entre otras. En su artículo "La televisión pública regional en Colombia como servicio público esencial" (2019), López Segura establece una conexión entre el nivel y la intención de las narrativas y las audiencias televisivas con la ubicación geográfica de la región; así, destaca que:

Colombia es un país de regiones, con una geografía bastante difícil, con una población en su mayoría de escasos recursos económicos, que en muchos casos sólo tiene la televisión abierta para ejercer su derecho fundamental de informarse en temas de salud, orden público, educación, por lo que el legislador puede desarrollar el servicio público esencial por conexidad con estos derechos". (López Segura, 2019; p. 45)

Este estudio sigue la senda metodológica del paradigma cualitativo y se apoya en el método hermenéutico interpretativo para destacar que la naturaleza de la televisión pública regional se refleja en los contenidos particulares de cada canal, los cuales se distinguen de los presentes en la televisión privada. Adopta el enfoque metodológico cualitativo, fundamentándose en el método hermenéutico interpretativo, y subraya que el carácter de la televisión pública regional se manifiesta a través de los contenidos específicos de cada canal, diferenciándose de la oferta de la televisión privada. Se argumenta que los canales regionales deben operar como medios independientes de las presiones económicas, sirviendo como la voz de aquellos que carecen de un medio para expresarse y defender sus intereses.

En este sentido, se sostiene que "la televisión pública regional es absolutamente necesaria, es un instrumento poderoso en la vida de los pueblos por su capacidad de modelar situaciones sociales, culturales y políticas" (Igarzábal, 2015, p. 34). Los canales regionales deben mantenerse como entidades independientes de las presiones económicas, actuando como la voz de aquellos que carecen de un medio para ser escuchados y defendidos. En este sentido "la televisión pública regional es absolutamente necesaria, es un instrumento poderoso en la vida de los pueblos por su capacidad de modelar situaciones sociales, culturales y políticas" (p.34).

Según su perspectiva, la televisión pública regional desempeña un papel social crucial en las regiones al facilitar que la población acceda de manera rápida y oportuna a información relevante a nivel local. Sin embargo, la llegada de nuevas plataformas digitales plantea un riesgo para la continuidad de esta función. Entre los riesgos está, por supuesto, el que presupone la economía. Sin embargo, en la compilación realizada por Omar Rincón titulada *Televisión pública: del consumidor al ciudadano* (2001), algunos autores como Diego Portales y Valerio Fuenzalida coinciden en que la televisión no debe "ser apagada", Como sostienen muchos, la presencia social de la televisión depende de la manera en que otras instituciones sociales desempeñan sus funciones. Su influencia cultural se ve influenciada por la presencia de la familia, la escuela, la religión, la tradición cultural, los partidos políticos, las formas de gobierno y las costumbres éticas cotidianas de la comunidad.

La televisión establece una relación afectiva con sus audiencias, y que estas generan rituales y dinámicas propias en su experiencia televisiva. El desafío para productores y realizadores, según ellos, radica en construir mensajes que trasciendan la inteligencia estereotipada, dirigidos hacia modelos más complejos y vitales para entender la realidad. Para lograr estos mensajes, que en su esencia encierran la relación entre audiencia, narrativa y canal

(televisión), están impregnados de una carga política, social, simbólica y representativa, es decir, de identidad.

En su artículo "Dinámicas socioculturales de las televisiones comunitarias en Colombia o el tránsito de la identidad al reconocimiento," Crawford, L., & Flores, P. (2002) destacan que la identidad debe ser concebida como un proyecto orientado hacia el futuro y no limitarse únicamente al pasado. Según la autora, en la contemporaneidad se presentan nuevas oportunidades para que las comunidades históricamente excluidas avancen en la producción simbólica, y para lograr esto, es necesario generar experiencias de comunicación alternativas a través de la televisión comunitaria.

Su artículo deja claro que mientras los grupos humanos tradicionalmente excluidos exijan ser reconocidos en términos de marginalidad y se perciban a sí mismos como "el otro", sus voces nunca serán verdaderamente fuertes ni libres. En un contexto donde la realidad mediada impone cada vez con más fuerza las representaciones sociales y las concepciones del futuro, las televisiones comunitarias deberían ser el espacio para una representación que conduzca a una política de reconocimiento desde la capacidad de construir de manera autónoma un proyecto de sociedad cuyo significado está vinculado al pasado, pero sobre todo, ligado a una contemporaneidad de la cual los habitantes del Tercer Mundo ya no pueden aceptar ser excluidos.

Este choque está considerado en término de la confrontación entre la cultura-mundo y la cultura-local, propuestos en el libro *Televisión, pantalla e identidad* (2001), escrito por Omar Rincón y Mauricio Estrella. En el capítulo *En este libro sobre la televisión regional y la cultura*, se destaca la importancia de generar contenidos relacionados con las regiones, pero

más que desde su producción hace una crítica al manejo político de los canales regionales y el valor que ellos mismos se dan frente a otros canales de televisión. Para los autores,

(...) Frente a la cultura a la cultura-mundo se encuentra la cultura local y es el diálogo, la confrontación, la negociación, el fluir de una a otra que marca la comunicación. Como expresa Jorge Valdano: antes de ser de un lugar había que hablar una lengua, nacer en un territorio, había una serie de grandes razones. La identidad sigue siendo una producción local (Rincón & Estrella, 2001; p. 46).

Los autores, basándose en un análisis hermenéutico de los fenómenos comunicativos, sostienen que la comunicación, independientemente de si se la considera una ciencia, una disciplina, un arte, un oficio o una cuestión trans o interdisciplinaria, representa en la sociedad actual un valor que atraviesa todas las disciplinas y las problemáticas de acción y pensamiento social. En consecuencia, el impacto de una información se relaciona con la cantidad de personas afectadas por un acontecimiento, la cercanía a la audiencia o las repercusiones en la vida de la comunidad.

En este contexto, los autores dan forma a la premisa fundamental que fundamenta la presente investigación: el alcance y el impacto de cualquier evento o fenómeno en la sociedad se vuelven factores cruciales al considerar la necesidad de emprender una investigación exhaustiva sobre la televisión pública y los canales regionales. La idea de que el grado de impacto está directamente relacionado con la cantidad de personas afectadas se convierte en un argumento poderoso para justificar esta investigación. La televisión pública y los canales regionales no son simples medios de entretenimiento; son poderosas herramientas de comunicación que alcanzan a amplias audiencias. Por lo tanto, comprender cómo estos canales influyen en la cultura, la identidad y las percepciones de una población diversa y extensa es esencial para abordar cuestiones de relevancia social y cultural a una escala significativa. La investigación en este

campo se convierte en un medio para evaluar y analizar el impacto potencial de estos medios en la vida de las personas y, por lo tanto, justifica su importancia en un mundo cada vez más interconectado y mediático.

Como conclusión, basándonos en la propuesta de Omar Rincón en "Formas de actuar y hablar juntos. Políticas culturales de medios de comunicación, televisión regional, local y educativa" (1998), al realizar un análisis hermenéutico de los fenómenos comunicativos desde la perspectiva de las políticas culturales en los medios de comunicación en Colombia, se destaca el maridaje entre televisión, narración y audiencia como un componente esencial de una política cultural de medios. Esta dinámica incide significativamente en la forma en que los medios construyen simbólicamente la sociedad. Esta perspectiva no solo fomenta la investigación y reflexión sobre los medios de comunicación para generar conocimientos beneficiosos para las comunidades de realizadores mediáticos en la concepción y producción de mensajes, sino que también respalda la realización cultural en los medios como instrumentos expresivos y de experimentación narrativa.

## **Una Revisión Documental de los Canales de Televisión Regionales como Industrias Culturales en Colombia: Caso Telepacífico y Telecafé**

### **Metodología**

Este trabajo monográfico se presenta como un artículo de revisión, siguiendo las categorizaciones de Icart y Canela (1994), quien define el artículo de revisión como un estudio detallado, selectivo y crítico que integra información esencial en una perspectiva unitaria y de conjunto (p.15). En este contexto, Ramos (2003) destaca que, aunque no constituye una publicación original, su contribución radica en examinar la bibliografía existente y situarla en una perspectiva en el campo de investigación correspondiente.

Day (2005) aporta a la comprensión de las revisiones bibliográficas, resaltando que involucran la formulación de interrogantes, la recopilación de datos a partir de artículos previos, análisis de información y la extracción de conclusiones. Esta diferenciación fundamental con estudios originales reside en la unidad de análisis, no en los principios científicos aplicados. Se destaca así la importancia de estas revisiones en la consolidación del conocimiento existente.

El trabajo sigue el método propuesto por Icart y Canela (1994), comenzando por definir los objetivos de la revisión. La primera etapa consistió en determinar el objetivo del revisor, respondiendo a la pregunta general que orienta la investigación. Posteriormente, se llevó a cabo una exhaustiva búsqueda bibliográfica en diversas bases de datos y fuentes especializadas, aplicando una estrategia que incluyó palabras clave como "Televisión pública", "Canales regionales" e "Industrias culturales".

Se establecieron criterios de selección alineados con el objetivo de la revisión, proponiendo tres bloques temáticos que reflejan los hallazgos obtenidos durante la revisión de la literatura en el levantamiento bibliográfico. Estas categorías siguen un método deductivo, partiendo desde el marco general de la televisión colombiana, abordando aspectos legislativos, técnicos e industriales, hasta llegar a la especificidad de los canales regionales, Telepacífico y Telecafé. Este enfoque estructurado busca proporcionar una visión integral y detallada de la temática investigada

### *Diseño metodológico*

Este trabajo monográfico adopta un enfoque metodológico analítico, posicionándose como una herramienta esencial en la investigación al desglosar y examinar detalladamente la génesis, los argumentos y las conclusiones de un corpus literario previamente seleccionado. Mediante un proceso de descomposición y evaluación minuciosa, este enfoque facilita la identificación de patrones, relaciones y tendencias. La elección de un enfoque analítico posibilita una comprensión más profunda de los datos recopilados, permitiendo la extracción de hallazgos fundamentados que contribuyen de manera significativa al avance del conocimiento en el campo de estudio. Destacando la importancia de la disección y el examen detallado, este enfoque desempeña un papel esencial en la generación de perspectivas críticas de vanguardia. En este contexto, se proponen los siguientes pasos para llevar a cabo la investigación, considerando el campo de estudios y los objetivos mencionados anteriormente.

Definición del Alcance de la Revisión: Aquí se establecer los límites temporales para la revisión, que comprende un periodo de 31 años desde 1986, fecha de creación del canal regional Telepacífico -puesto que la creación de Telecafé es posterior -hasta la fecha, sin desconocer

textos anteriores que, si bien son pocos, constituyen herramientas de análisis para responder las preguntas que guían esta investigación, principalmente lo relacionado con la esfera legislativa.

**Búsqueda y Selección de Fuentes:** Realizar búsquedas sistemáticas en las fuentes definidas utilizando términos clave relacionados con la televisión pública, canales regionales e industria cultural. Seleccionar fuentes relevantes que aborden los enfoques y tendencias en este ámbito. Estas pueden incluir artículos académicos, libros, informes de investigación, tesis doctorales y publicaciones especializadas.

**Criterios de Inclusión y Exclusión.** Los criterios de inclusión o exclusión corresponder, principalmente al eje temático; un segundo criterio es la relevancia del estudio en términos de aportes al campo; y por último, a la cantidad de textos en una misma temática, caso el aspecto histórico de la Televisión Pública en Colombia.

**Organización de la Información:** Crear una estructura temática que permita agrupar la información de acuerdo con los distintos enfoques y tendencias identificados. Esta estructura es una matriz de Excel que considera campos como la metodología, ideas centrales, perspectivas metodológicas y disciplinas empleadas en el estudio, y bibliografía sugerida por los textos revisados y que sirven al estudio.

**Análisis y Síntesis de la Literatura:** Realizar un análisis crítico de las fuentes seleccionadas con el fin de identificar los enfoques y tendencias predominantes en relación con la influencia de la televisión pública y los canales regionales en la industria cultural. Se abordarán temas como la historia de la televisión en Colombia, la industria cultural televisiva en el país y la relación entre la televisión y las audiencias. Este enfoque no solo busca identificar los principales conceptos y perspectivas presentes en las fuentes, sino también evaluar la calidad de

la información proporcionada, incluyendo la validez de los datos y la rigurosidad de los enfoques metodológicos utilizados.

Redacción de hallazgos: el presente trabajo propone como colofón la presentación de los hallazgos que son fruto de una estructura, coherente y organizada los resultados de la revisión, que incluyen introducción, una descripción de los enfoques y tendencias, y la mencionada discusión de hallazgos y conclusiones.

### *Sistematización y Organización Documental*

Tabla 1

#### *Sistematización de documentos*

<b>Tipo de documento</b>	<b>Título de documento</b>	<b>País Publicación</b>	<b>Palabras claves</b>	<b>Metodología</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Síntesis</b>
Artículo	Las industrias culturales: más allá de las lógicas puramente económicas, el aporte social.	Brasil	Culturas iberoamericanas ; industrias culturales	Reflexión histórico social de las industrias culturales en Iberoamérica	Yúdice, Gómez (2002) Encuentro de la OEI “Las Culturas de Iberoamérica en el Siglo XXI”.	Las industrias culturales no sólo son instrumento de los conglomerados de entretenimiento que amenazan, sino también patrimonio histórico y vivo, y recurso que proporciona empleo e ingresos
Artículo	Claves de Debate /	Colombia	Televisión pública;	Análisis reflexivo	Barbero, J. M. (2001). Claves de	Hoy en día, la televisión emerge como el

	Televisión pública, televisión cultural: Entre la renovación y la invención		Televisión cultural; Innovación.		debate: Televisión Pública, Televisión Cultural: entre la renovación y la invención". Televisión Pública. Del consumidor al ciudadano. Convenio Andrés Bello. Bogotá.	principal escenario para recrear lo público y hacer frente a la erosión del orden colectivo. Este medio se erige como el epicentro donde convergen las narrativas que moldean nuestra percepción de la esfera pública.
Artículo	El modelo de televisión regional en Colombia: canales públicos bajo los parámetros del mercado	Colombia	televisión pública; Colombia; economía; política de comunicación; audiencias; televisión regional	Análisis reflexivo	García Ramírez, D. (2015). El modelo de televisión regional en Colombia: canales públicos bajo los parámetros del mercado. Signo y pensamiento, 34(6), 28-42.	La televisión pública regional heredó de la televisión pública nacional sus principales defectos: la politización y su orientación comercial. Aquí se argumenta que tal situación está asociada al modelo bajo el que se conciben estos canales.
Artículo	Comunicación y Ciudadanía 3	Colombia	"industrias Culturales; empresas informativas; Eje Cafetero; "	La investigación Caracterización de las empresas informativas/industrias culturales en el Eje Cafetero, Colombia, está soportada en fuentes secundarias, principalmente en las Cámaras de	Sánchez, M. V., & Jaramillo, J. G. (2010). Caracterización de las empresas informativas/industrias culturales en el Eje Cafetero. Comunicación y Ciudadanía, (3), 70-77.	Se pone en perspectiva de la economía política la función social y capitalista que cumplen las empresas de comunicación del Eje Cafetero.

Comercio de la Región.						
Artículo	Apropiación y uso político de la televisión pública en Colombia	Colombia	televisión pública; Colombia; canales regionales; historia de la televisión; políticas de comunicación	Análisis reflexivo a partir de datos, adjudicaciones, gerencias y pautas de los canales regionales	García Ramírez, D. (2016). Apropiación y uso político de la televisión pública en Colombia. <i>Mediaciones</i> , 12(16), 22–40.	El análisis del presente artículo se centra en la estructura actual de los canales públicos regionales en Colombia, destacando de qué manera el modelo en vigor propicia la interferencia de políticos locales y regionales en la esfera de la televisión pública.
Artículo	TELEVISIÓN EN COLOMBIA: Surgimiento de los canales regionales	Colombia	Historia de la Televisión en Colombia, Canales Regionales,	Análisis histórico-reflexivo.	García Ángel, A. P. (2015). Televisión en Colombia: surgimiento de los canales regionales. <i>Luciérnaga Comunicación</i> , 4(7), 23–35. <a href="https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v4n7a3">https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v4n7a3</a>	El artículo expone que la televisión en Colombia surge unida al poder, centralizada y como un medio de comunicación cuyos propósitos educativos y culturales se quedaron en el papel.
Artículo	Seis décadas de intervención del Estado en la televisión colombiana 1954-2014	Colombia	Televisión y Estado, legislación de comunicación, políticas de televisión,	Revisión historiográfica de las relaciones establecidas a partir de la legislación sobre	Garzón Barreto, J.C. (2015). Pontificia Universidad	El estudio de las relaciones entre la Nación, el Estado, los medios de comunicación, la

			televisión en Colombia	la Televisión colombiana		televisión y la democracia.
<b>Artículo</b>	El futuro de la televisión pública educativa y cultural. El caso de Señal Colombia	Colombia	televisión pública; Señal Colombia; historia; televisión privada	Revisión cualitativo- histórica de la televisión pública	Arenas, P. (2015).	La televisión sirve de espejo y de ventana de una sociedad. Sin embargo, la televisión privada esta mediada por el filtro del interés comercial que distorsiona el reflejo del espejo y la perspectiva de la ventana.
Artículo	Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación.	España	América Latina; Identidad; Imagen;	Revisión conceptual de la literatura sobre las nociones de imagen corporativa e identidad.	Currás, R., (2010)	Este artículo hace una revisión teórica de las nociones de identidad e imagen corporativa, al tiempo que examina la interrelación entre ambas
Artículo	Hacia un balance teórico en América Latina	Venezuela	Interculturalida d; Interdisciplinari edad	Análisis desde la antropología culturalista americana	Canclini, G. N. (1995):	De la complejidad en los procesos de interacción e hibridación interculturales, parece estar surgiendo un pensamiento teórico en el que la renovación pasa en gran parte por un replanteamiento de las fronteras, no sólo entre los países sino entre las disciplinas.
Artículo	Reinventando la televisión pública	Colombia	Televisión Pública; Modelos;	Análisis de modelos, formatos y narrativas de la televisión pública	Igarzábal, B. (2017).	El presente artículo propone una revisión de la televisión pública en América Latina.

			Formatos; Narrativas	en América Latina.		
Artículo	dinámicas socioculturales de las televisiones comunitarias en Colombia o el tránsito de la identidad al reconocimiento	Colombia	Televisión comunitaria, identidad, reconocimiento, narrativa audiovisual.	Revisión historiográfica	Crawford, L., & Flores, P. (2002).	Este trabajo aborda la descripción de cuatro aspectos fundamentales del problema de las televisiones comunitarias en Colombia –jurídico - tecnológico, audiovisual y cultural.
Artículo	Formas de actuar y hablar juntos. Políticas culturales de medios de comunicación, televisión regional, local y educativa	Colombia	Educación, Televisión educativa, Televisión,	Análisis de la densidad expresiva de la masa-pueblo para reflexionar su inclusión regional	Rincón, O. (1998).	Este artículo reflexiona acerca de la televisión educativa, regional, local y comunitaria colombiana.
Artículo	El artículo de revisión	Colombia	Artículos de revisión/ publicaciones científicas/ métodos de investigación	Análisis teórico sobre la metodología de revisión bibliográfica.	Icart Isern, M. T., & Canela Soler, J. (1994).	La necesidad de contar con artículos de revisión se presenta tras la publicación de 50 a 250 artículos sobre un tema determinado. Los objetivos son, entre otros: resumir información sobre un tema, informar del estado actual del problema, proporcionar una bibliografía, ahorrar tiempo en la lectura y sugerir directrices.

Artículo	Entradas y claves para la historia de la televisión en Colombia	Colombia	Historia de a TV; Público, Artefacto; Tecnología; Narración	Reflexión hermenéutica sobre la televisión pública en relación a su concepción como artefacto y tecnología	Gutiérrez, E. (2015).	Luego de una reflexión sobre la historia de la televisión en tanto que artefacto y tecnología, se proponen seis claves para la historia de la TV
Artículo	Proyecto Labels de Telepacífico; ¿Transmedia o no Transmedia	Colombia	Telepacífico; Transmedia; Proyecto Labels	Análisis de serie transmedia	Rivera, I. C. (2019)	el proyecto Labels es una iniciativa que sin duda alguna abre las puertas para que comiencen a emerger nuevos proyectos transmedia.
<b>Libro</b>	La televisión pública en América latina: reforma o privatización	México	América Latina; Televisión Pública; Modelo;	Análisis hermenéutico de los modelos de televisión pública en América Latina	Fuenzalida, V. (2000).	Fuenzalida se muestra preocupado por recuperar un modelo latinoamericano de televisión pública, que encuentre un equilibrio entre tener audiencias masivas, alcance una economía industrial sustentable, y comprenda las lógicas lúdicas del mensaje televisivo.
Libro	Cajas mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina	Madrid	Televisión Pública; Latinoamérica.	Resultado de la reelaboración de algunas ponencias en tres encuentros monográficos que sobre medios públicos de comunicación	Arroyo, L.; Becerra, M.; García, Á. y Santamaría, O. (2012).	El libro se centra correctamente en la gobernanza autónoma pública, programación y financiación.

tuvieron lugar a lo largo de 2011 y 2012						
Libro	Televisión, pantalla e identidad	Ecuador	televisión regional, televisión pública, comunicación mediática, cultura	Análisis hermenéutico de los fenómenos comunicativos	Rincón, O. (2001). Televisión: pantalla e identidad. Editorial el conejo. Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación	Bajo la premisa de que La noticia debe ser equilibrada. Hay que ofrecer al televidente la mayor cantidad de información y puntos de vista al respecto, Rincón analiza algunos elementos televisivos con relación a la construcción de identidad socio-cultural.
Libro	Cómo escribir y publicar trabajos científicos	EUA	Redacción científica; artículo científico.	Argumentación conceptual y teórica sobre la redacción y la redacción científica.	Day, R. A. (2005).	El objetivo de la investigación científica es la publicación. Y el objetivo de este libro es brindar herramientas conceptuales para llevar a cabo la investigación científica y su posterior redacción
Trabajo de grado doctoral	Historia de la televisión en Colombia y su función pública (1953-1958)	Colombia	Historia cultural / historia de la televisión / Colombia / Santander	Revisión histórica y documental de la prensa El Tiempo, El Siglo, El Diario de Colombia, Vanguardia Liberal.	Benavides Campos, J. E. (2012). Disertación doctoral.	Acercamiento a la historia cultural del país a partir de construir una historia de la televisión nacional que integra elementos televisión que son producto histórico relacionados con la aparición del soporte tecnológico y su implementación

Tesis de maestría	La televisión pública regional en Colombia como servicio público esencial.	Colombia	Televisión pública regional; servicio público esencial; derecho a la información	Análisis cualitativo-jurídico de la realidad de la televisión pública, con un enfoque de formación de públicos	López-Segura, M. (2019)	Esta tesis pretende ser un aporte para que los legisladores, el ejecutivo y las personas que viven en zonas alejadas de Colombia, conozcan la situación de la televisión pública regional en el país y tengan elementos de juicio para presentar un proyecto de ley que la eleve a la categoría de servicio público esencial
Tesis de maestría	El sentido de lo público y lo estratégico en la televisión. El caso del canal Capital 2012-2013	Bolivia	: Televisión pública – Canal Capital – Resistencia comunicación – Ciudadanía – Construcción de sentido	Análisis teórico y viaje por las nociones de Televisión Pública y su relación con la cultura	Cortés Cortés, M. I. (2013)	Este artículo da cuenta de los resultados del proyecto de investigación “Canal Capital una estrategia de resistencia comunicacional y contrahegemonía”, en la cual se aborda el proyecto comunicativo de la “televisión más humana ” 2012 -2013 y en particular de su franja de análisis.
Tesis de maestría	Propuesta de un modelo de comunicación digital basado en medios sociales digitales para la recuperación de	Colombia	memoria histórica, comunicación digital, redes sociales, medios sociales digitales, televisión,	Investigación cualitativa	Vargas Ramos, A. M. (2015).	El documento el resultado de una aproximación a un modelo de comunicación digital para la recuperación de la memoria histórica por medio de la web social,

	la memoria histórica: caso canal regional Telepacífico		trabajo colaborativo, inteligencia colectiva.			apelando a sus características para el trabajo colaborativo y la gestión de conocimiento.
L						
Monografía de grado	Plataformas OTT en Colombia: Consecuencias de su penetración sobre la televisión pública	Colombia	"Televisión pública Plataformas OTT Regulaciones Convergencia Audiencias"	investigación cualitativa que usa el método descriptivo y el análisis a partir de dos entrevistas y el análisis documental de los textos relacionados con televisión pública, las plataformas OTT y las regulaciones establecidas.		investigación cualitativa que usa el método descriptivo y el análisis a partir de dos entrevistas y el análisis documental de los textos relacionados con televisión pública, las plataformas OTT y las regulaciones establecidas.
Monografía de grado	Análisis de las emisiones del noticiero regional 90 minutos, de Telepacífico, presentadas entre el 28 de mayo y 18 de junio de 2018, con relación al cubrimiento de la segunda vuelta de las elecciones	Colombia	noticiero, análisis, elecciones presidenciales, medios de comunicación, segunda vuelta, emisión, criterio, sesgo, censura.	Este trabajo de grado se caracterizará por analizar las emisiones del noticiero regional 90 Minutos, de Telepacífico, presentadas entre el 28 de mayo y 18 de junio del 2018, con relación al cubrimiento de la segunda vuelta de las elecciones	Gómez Pérez, J. S., Sánchez Murillo, D. Z., & Bernate López, C. J. (2019).	A lo largo de esta investigación se identificaron diferentes características en el discurso emitido por el noticiero 90 Minutos. En cada emisión, se hizo uso de un lenguaje neutro y objetivo al referirse a cada uno de los candidatos presidenciales y a sus campañas.

presidenciales 2018		presidenciales 2018				
Monografía de grado	Telecafé: un desencuentro de Identidad	Colombia	Identidad, Canal Regional, Teleaudiencia, Eje Cafetero, Directivos, CNTV, Contenidos, Señal.	reportaje periodístico, que se propone describir y examinar la propuesta del canal Telecafé en términos de Identidad Regional	Aguilar Correa, E., Bedoya Castaño, V. M., & Villegas Quintero, C. (2010).	para Telecafé el tema de la identidad regional ha sido quizás para sus directivos y realizadores un tema interminable, pues para ellos como empleados del canal es claro, pero para algunos televidentes es incierto y no lo reflejan en los contenidos del canal.
Tesis de maestría	Posicionamiento del canal de televisión pública Telepacífico desde la perspectiva del usuario caleño.	Colombia	Telepacífico, Televisión Regional, Canales de Televisión, Posicionamiento de Marcas, Mercadeo, Comportamiento del Consumidor, Planificación Estratégica, Identidad Corporativa, Opinión Público	Esta investigación se orientó en la funcionalidad metodológica de tipo exploratorio descriptivo.	Alarcón Lara, C. A., & Patiño Arteaga, C. E. (2017). Posicionamiento del canal de televisión pública Telepacífico desde la perspectiva del usuario caleño (Tesis de maestría). Universidad del Valle.	El presente trabajo toma como marco los discursos de marketing, que permite tener una aproximación al posicionamiento del canal regional Telepacífico.
Tesis de maestría	Percepción de los televidentes de la ciudad de Manizales sobre el canal regional	Colombia	Televisión pública; Telecafé; Televidentes; Percepción	Estudio tipo exploratorio acerca de la percepción que tienen los televidentes de la	Tabares Loaiza, H. H., Patiño Roncancio, J. C., & Orozco Castañeda, R. D. (2013).	Análisis cualitativo y cuantitativo sobre la percepción del canal Telecafé, donde se evidencia su reconocimiento como

de televisión	ciudad de	Universidad del	canal regional pero no
Telecafé	Manizales sobre el	Manizales	fortalece la identidad
	canal regional		
	Telecafé.		

*Fuente.* Elaboración propia

Son pocos los antecedentes de revisión bibliográfica en la que se relacione la televisión colombiana, los canales regionales y las industrias culturales. Si bien es cierto, hay que resaltar algunos esfuerzos, principalmente en eventos académicos en cuyas memorias se han propuesto mesas con esta temática, un alto porcentaje de la bibliografía resultante de la búsqueda refiere a artículos con un tinte historiográfico de la televisión colombiana. Uno de estos esfuerzos es el libro *Televisión y construcción de lo público* (2015), editado por José Miguel Pereira González y publicado por la Editorial Pontificia Universidad Javeriana, que constituye uno de los esfuerzos más relevantes tanto por su estructura y sistematización, como por las temáticas abordadas y sus aportes.

Este trabajo ha sido posible gracias a los espacios que se han consolidado en Colombia para el desarrollo del pensamiento comunicacional, destacando la contribución de la Cátedra Unesco de Comunicación de la Universidad Javeriana de Bogotá, establecida en 1994 con el propósito de fomentar la producción y difusión del conocimiento a través de actividades de investigación, docencia y extensión. Este esfuerzo se basa en los debates sobre la comunicación en el contexto de América Latina y Colombia. La Cátedra, en particular, así como el libro en cuestión, ofrecen una perspectiva crítica, aportes significativos, cambios, reconfiguraciones y desafíos en el proceso de construcción de lo público. Se abordan aspectos relacionados con los sistemas de televisión, las transformaciones en la industria, los nuevos

formatos, otras narrativas en el contexto de la transmedialidad, la convergencia tecnológica y las nuevas formas de recepción y apropiación de la televisión.

Así, en la matriz que sigue la metodología de compilación del presente trabajo investigativo, se presentan cuatro (4) publicaciones que cumplen la doble función de ser tanto antecedentes como de enriquecer la revisión bibliográfica del mismo: Reinventando la televisión pública (2015), de Belén Igarzábal; Entradas y claves para la historia de la televisión en Colombia (2015), de Eduardo Gutiérrez; Seis décadas de intervención del Estado en la televisión colombiana 1954-2014 (2015), de Juan Carlos Garzón Barreto; y El sentido de lo público y lo estratégico en la televisión: el caso del Canal Capital, 2012-2013 (2013), de María Isabel Cortés. En su primer enfoque, Igarzábal (2015) realiza un análisis detallado de las diversas prácticas televisivas en la región, explorando modelos, canales y géneros. Posteriormente, se adentra en las transformaciones experimentadas por las audiencias desde los primeros días del medio hasta la era actual de convergencia digital. Además, examina las características de las televisoras públicas y aboga por una televisión pública orientada hacia la audiencia. Una de sus conclusiones más destacadas es que el desafío de la televisión radica en su capacidad para fomentar la cultura compartida desde una perspectiva atractiva, generando placer y entretenimiento, alcanzando a las audiencias y estableciendo vínculos e identificación con el público.

Gutiérrez (2015), por otro lado, explora la historia polifónica de la televisión. Al emplear una metodología que describe las contribuciones de los participantes en la mesa de trabajo de la Cátedra, plantea perspectivas para la construcción de posibles enfoques en este campo. Llega a la conclusión de que no es factible abordar la historia de la televisión sin reconocer que este fenómeno implica un ejercicio polifónico. En este contexto, la televisión no

solo se concibe como un relato central o una reflexión vinculada a las dinámicas más sólidas de construcción social, sino que su configuración requiere explorar las zonas más flexibles de la memoria individual y colectiva, así como las movilidades y dinámicas de los significados emergentes que dan forma y diversidad a la presencia de la televisión en la sociedad.

Un aspecto en común entre Gutiérrez (2015) y Garzón Barreto (2015) tiene que ver con la reflexión que considera la relación entre la Televisión Pública y las audiencias. En su estudio, este autor destaca que la televisión se convierte en un escenario crucial para la defensa de lo público, sirviendo como plataforma para la libertad de expresión y como espacio en el que la sociedad desempeña un papel central en la definición de lo que se considera propio de la ciudadanía y sus derechos. Este proceso se contrasta con la evolución del medio, que tiende a convertirse en una mercancía en el mercado, con el Estado asumiendo principalmente un papel regulador. Su marco metodológico se centra en el análisis de las relaciones entre la Nación, el Estado, los medios de comunicación, la televisión y la democracia, ya que considera que es esencial para documentar y caracterizar el curso, el presente y el futuro de la política televisiva en el país.

Garzón Barreto (2015) destaca de manera contundente que la historia de la televisión no puede limitarse a ser una crónica del medio en sí, sino que debe ser concebida y construida como la historia del país. Más específicamente, como un diálogo continuo entre el país y el medio, donde existe una contribución mutua para dar forma a ambos. La televisión no solo narra la historia del país, sino que, al mismo tiempo, se desarrolla dentro de la historia del país, reflejando sus contradicciones y luchas. Se presenta la televisión como un espacio crucial para la lucha por el significado de la memoria de la vida del país, y en este sentido, esta mutua configuración no es ajena a la identidad misma de la so

Por último, el estudio de Cortés (2013), que, si bien es anterior a los ya mencionados, posibilita delimitar la pesquisa hacia el área específica que nos concierne: los canales públicos regionales. El estudio sigue un camino metodológico que consiste en tres (3) pasos: el primero, parte del interés de analizar las estrategias comunicativas del Canal Capital, y cómo esta propuesta de carácter público logra constituirse en un ejemplo de resistencia comunicacional, a partir de la defensa de los derechos humanos y la cultura de paz. El segundo tiene un sentido más teórico y aporta a la construcción de un pensamiento propio en América Latina en torno a la comunicación desde “otras” posibilidades de pensamiento y “otras” prácticas mediáticas alternativas por fuera del eje hegemónico. Y el tercero, como respuesta a la necesidad de comprender la comunicación estratégica, se establece una suerte de marco ético de la praxis comunicativa del Canal.

Con lo anterior, Cortés (2013) resulta interesante el planteamiento que parte de la pregunta por cuáles son los problemas que atañen a la televisión pública dado que, no solo en Colombia sino en muchos países de Latinoamérica la televisión pública sigue condicionada a los bajos presupuestos, a la dependencia gubernamental y a la idea de que lo cultural y educativo son de su resorte exclusivo, sin la posibilidad de ir más allá en un ejercicio político de la comunicación. Asimismo, este trabajo, al partir del abordaje de tres concepciones (la resistencia comunicacional, la comunicación estratégica y la televisión pública), evidencia que, tanto en su especificidad como en su conjunto, estos hacen parte de nociones más densas como poder, hegemonía, emancipación y contrahegemonía, nociones que no se analizan directamente en esta investigación pero que están imbricadas en el desarrollo del marco propuesto, y que se concretan en la observación de las estrategias de resistencia comunicacional en la televisión pública y en particular, en la propuesta comunicativa de Canal Capital 2012-2013.

Este marco de antecedentes se consolida sobre la base de discusiones historiográficas como las de Benavides Campos (2012) o García (2012). Aunque la televisión llegó a Colombia en la década de 1950, fue en los años 60 y 70 cuando se empezaron a desarrollar investigaciones y estudios más sistemáticos sobre este medio de comunicación. En ese momento, se destacaron pioneros como Orlando Fals Borda, quien realizó análisis críticos sobre el impacto de la televisión en la sociedad colombiana y su papel en la construcción de la identidad cultural.

Sin embargo, el enfoque en los canales regionales tomó relevancia en las últimas décadas del siglo XX y principios del siglo XXI. Estos canales, que transmiten contenidos dirigidos a audiencias locales y regionales, comenzaron a ser objeto de investigaciones que buscaban comprender su papel en la promoción de la cultura regional, la participación ciudadana y el fortalecimiento de identidades locales. Estos estudios han analizado cómo los canales regionales han contribuido a descentralizar la oferta televisiva en Colombia, promoviendo la diversidad cultural y el acceso a la información en las distintas regiones del país.

En este aspecto de los canales regionales, específicamente Telepacífico, destacan algunas investigaciones como el de Rivera (2019) que hace un estudio analítico a partir del concepto de transmedia, particularmente la serie “Labels” en la que se manifiesta un fenómeno particular: se trata de un proyecto televisivo concebido como transmedia, donde se implementó una plataforma digital para ampliar la narrativa. Aunque algunos estudiosos sugieren un número específico de plataformas (Gómez, 2002), si nos ceñimos a definiciones precisas de transmedia, Labels podría ser clasificado como tal. Según estas definiciones, el transmedia se presenta como un lenguaje contemporáneo que proporciona al usuario la oportunidad de una exploración tanto

física como virtual, de retroalimentación, de reconstrucción y de participación a través de contenidos diversos, complementarios y relacionados entre sí.

Otro caso llamativo es el estudio de realizado por Gómez, Sánchez y Bernate (2019), quienes, en su trabajo de grado, y a partir de una metodología que combina aspectos etnográficos como el de la observación y las entrevistas, analizaron las emisiones del noticiero regional 90 Minutos, de Telepacífico, presentadas entre el 28 de mayo y 18 de junio del 2018, con relación al cubrimiento de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales 2018. Lo que los llevó a concluir que, en las 14 emisiones analizadas de 90 Minutos, se identificaron tres anuncios de la campaña presidencial de Iván Duque en emisiones diferentes. Sin embargo, según Miguel Ángel Palta, Coordinador de contenido del noticiero, las preferencias políticas de los propietarios no afectan el contenido del noticiero. Palta señaló que el departamento de periodismo no tiene conexión con el área comercial encargada de la publicidad. A pesar de las elecciones presidenciales, el Mundial de Fútbol recibió más cobertura en solo dos emisiones, posterior a la primera y segunda vuelta. Esto, según la investigación en "Google Trends", refleja la preferencia de la audiencia, ya que el Mundial tuvo un 63% más de interés en búsquedas que el tema electoral durante el período analizado.

Sumado a esto deben mencionarse los trabajos de Vargas Ramos (2015) y Alarón Lara & Patiño Arteaga (2017), cuyas investigaciones revelan la evolución del canal regional Telepacífico desde sus inicios hasta su actual proceso de reinvención. Inicialmente bien recibido por los vallecaucanos, enfrentó problemas administrativos que afectaron su identidad. En la actualidad, la entidad se encuentra en un proceso de reinvención con el propósito de alcanzar a diversos segmentos dentro de la región. El objetivo general de este esfuerzo es la aplicación de

conceptos de marketing con el fin de posicionar el canal, tomando en cuenta tanto la percepción de los usuarios como la de expertos en el ámbito televisivo.

Las propuestas abarcan estrategias de curaduría de contenidos como un medio para aprovechar la inteligencia colectiva presente en diversas plataformas. Se plantea la creación de un modelo de comunicación digital interinstitucional que involucre a Telepacífico, universidades, comunidades digitales, entidades estatales y organizaciones sociales. No obstante, la implementación se enfrenta a desafíos significativos, como la carencia de material audiovisual relevante en el archivo del canal y la necesidad de establecer políticas de uso y derechos de autor a través de acuerdos interinstitucionales.

Con respecto al canal Telecafé, Aguilar, Bedoya y Villegas (2010) llevaron a cabo una investigación cuyo propósito fundamental, a partir de un ejercicio de investigación periodística, consistió en la elaboración de un reportaje detallado. La finalidad fue describir y analizar la iniciativa del canal Telecafé en relación con la Identidad Regional, considerada como un principio institucional a alcanzar. Con esto, exploró las ventajas y desventajas fundamentales que definen esta propuesta, investigando desde la perspectiva interna del canal a través de sus directivos y creadores, así como desde la audiencia misma, teniendo en cuenta las preferencias de consumo televisivo de los televidentes, incluyendo gustos y tendencias televisivas en general, así como sus intereses y expectativas específicas respecto al canal regional.

Frente a este último aspecto, Ramírez (2018) estudió, desde La Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales y el Observatorio de Medios, con el objetivo de fortalecer la investigación académica en la región del Eje Cafetero. cuatro estudios descriptivos, dos de ellos centrados en analizar la actividad informativa de los noticieros de TELECAFÉ, y concluyó que, en los noticieros regionales, la proporción de mensajes

informativos y publicitarios es similar, pero el tiempo dedicado a cada uno supera la proporción legal del 1/4 para el tiempo publicitario. Aunque el género de noticias es predominante, el uso de géneros interpretativos es bajo, indicando una posible falta de preproducción. La escasa utilización de fuentes informativas y el sesgo al presentar fuentes institucionales sugieren una profundización mínima de los temas y un proceso de producción limitado.

Con esta muestra queda claro que las investigaciones llevadas a cabo sobre los dos canales regionales convergen en un enfoque centrado en los lenguajes utilizados por los canales como estrategia de comunicación. Ambas instituciones han dedicado esfuerzos a analizar detalladamente los programas específicos que forman parte de sus parrillas de contenido. Este análisis no solo abarca la producción y presentación de los programas, sino que también se extiende al estudio del consumo de estos programas por parte de la audiencia. En conjunto, estas investigaciones buscan comprender a fondo cómo los canales utilizan el lenguaje y diseñan programas para alcanzar y conectar con su audiencia, contribuyendo así a una comprensión más completa de la dinámica comunicativa en el contexto regional.

### **Análisis de la Búsqueda Documental: Lo que se Encontró y lo que Falta**

Indudablemente, la historia de la televisión en Colombia ha sido objeto de extensa documentación y análisis en la literatura académica. Aunque se dispone de numerosos estudios que ofrecen un detallado panorama de los eventos, cambios tecnológicos y evoluciones institucionales en el ámbito televisivo del país, se destaca la carencia de enfoques más integrales. La mayoría de las investigaciones se han limitado a una cronología de eventos, sin profundizar en la conexión entre la historia televisiva y otros campos de las humanidades, especialmente en lo que respecta a las narrativas y representaciones sociales.

Esta brecha evidencia la necesidad de abordar la historia de la televisión colombiana desde perspectivas más interdisciplinarias. Al considerar las narrativas y las representaciones sociales en conjunción con los hitos televisivos, se puede lograr una comprensión más completa y enriquecedora. Explorar cómo la televisión ha contribuido a la construcción de narrativas culturales y sociales permitirá no solo llenar vacíos en la investigación existente, sino también obtener una visión más contextualizada de la influencia de la televisión en la sociedad colombiana a lo largo del tiempo.

La mayoría de los estudios históricos sobre la televisión en Colombia han tendido a concentrarse en aspectos técnicos y empresariales, descuidando consideraciones más profundas sobre su impacto en la cultura, la identidad y las representaciones sociales del país. Esta limitación refleja una falta de análisis interdisciplinario que aborde la televisión como un componente integral de la narrativa cultural colombiana. La carencia de un enfoque más holístico constituye una brecha significativa en el corpus de conocimiento existente.

Un abordaje más integral resultaría fundamental para comprender de manera más completa cómo la televisión ha influido tanto en la formación como en la expresión de las dinámicas sociales, políticas y culturales en la historia de Colombia. Al incorporar estas dimensiones, se podría avanzar hacia una comprensión más enriquecedora de su papel en la sociedad, destacando su contribución a la construcción de la identidad colectiva. Asimismo, este enfoque proporcionaría una plataforma para explorar de manera más profunda el papel de la televisión en la construcción de narrativas y su influencia en la configuración de la realidad social colombiana.

En resumen, las narrativas de la televisión pública, incluyendo a los canales regionales, han atravesado una notable transformación a lo largo del tiempo. Inicialmente, estos canales se destacaron por su capacidad para reflejar las singularidades y el sentir de las regiones, fomentando así la integración y el entendimiento cultural a nivel local. Sin embargo, en el contexto actual de una industria mediática cada vez más globalizada, se percibe claramente un cambio en la orientación de la parrilla de contenidos hacia la promoción de la cultura globalizada.

Esta evolución plantea interrogantes cruciales sobre la autenticidad con la que estas narrativas representan las identidades y realidades regionales en el panorama televisivo contemporáneo. A pesar de los beneficios en términos de diversidad cultural y acceso a diversas perspectivas que puede aportar la globalización, es fundamental cuestionar si estas narrativas logran preservar y transmitir genuinamente la riqueza cultural y las particularidades locales, o si, por el contrario, se ven mayormente influenciadas por las tendencias y dinámicas del mundo globalizado.

Es crucial reflexionar sobre el equilibrio entre la promoción de la cultura global y la preservación de la diversidad cultural y regional en la televisión pública. Si bien es valioso que los canales regionales se abran al mundo y promuevan la interculturalidad, es esencial que no se pierda de vista su papel original de reflejar las voces, las tradiciones y las problemáticas de las regiones que representan. Esto plantea un desafío importante para los responsables de la programación y la producción televisiva: encontrar un equilibrio que permita a los canales regionales seguir siendo agentes de integración cultural y al mismo tiempo reflejar de manera auténtica las realidades y narrativas regionales en un mundo cada vez más globalizado.

En resumen, se constata una notoria carencia de investigación y estudios exhaustivos que exploren a fondo el papel y la influencia de Telepacífico y Telecafé como destacadas industrias culturales en Colombia. Aunque estos canales regionales han desempeñado un rol significativo en la promoción de la cultura local y regional, así como en la diversificación de contenidos televisivos en el país, la literatura académica y los análisis críticos acerca de su impacto en la sociedad colombiana son escasos. Esta falta de investigación se presenta como una oportunidad desaprovechada para obtener una comprensión más profunda de cómo estas instituciones televisivas han contribuido al fortalecimiento de la identidad cultural en regiones específicas de Colombia y cómo han moldeado la narrativa mediática a nivel nacional.

Abordar estas lagunas en la investigación no solo enriquecería el conocimiento sobre el papel de Telepacífico y Telecafé en el contexto cultural colombiano, sino que también proporcionaría una base sólida para evaluar su impacto en la sociedad y la construcción de identidades regionales. Este llamado a una mayor atención académica busca fomentar la reflexión crítica sobre el papel de estos canales en la configuración de la identidad cultural en Colombia y su contribución al panorama mediático nacional.

La imperante necesidad de ampliar la investigación y análisis de Telepacífico y Telecafé se intensifica en el contexto actual, caracterizado por la rápida transformación del panorama de la comunicación impulsada por la globalización y la convergencia mediática. Estos canales regionales no solo desempeñan el papel crucial de ser portavoces de la cultura local, sino que también se erigen como actores vitales para preservar y fomentar la rica diversidad cultural colombiana dentro del ámbito mediático. En consecuencia, se destaca la esencial importancia de fomentar y respaldar la realización de futuros estudios que exploren de manera exhaustiva la contribución de Telepacífico y Telecafé como destacadas industrias culturales en Colombia. El objetivo de estos estudios sería enriquecer nuestro conocimiento sobre la intersección fundamental entre los medios de comunicación regionales y la construcción de la identidad cultural en el país.

La relevancia de este llamado a la acción radica en la necesidad de comprender a fondo cómo estos canales influyen en la configuración de la identidad cultural colombiana en un entorno mediático globalizado. Además, se argumenta que abordar este vacío en la investigación permitiría no solo fortalecer el entendimiento de la contribución de Telepacífico y Telecafé a la diversidad cultural, sino también proporcionar valiosas perspectivas sobre cómo estos canales enfrentan los desafíos actuales y contribuyen al enriquecimiento del panorama mediático nacional.

## Referencias Bibliográficas

- Aguilar Correa, E., Bedoya Castaño, V. M., & Villegas Quintero, C. (2010). *Investigación Periodística a Profundidad: Telecafé: un desencuentro de Identidad* (Trabajo de grado). Universidad Católica Popular del Risaralda, Facultad de Ciencias Humanas, Sociales y de la Educación, Comunicación Social – Periodismo, Pereira.
- Alarcón Lara, C. A., & Patiño Arteaga, C. E. (2017). Posicionamiento del canal de televisión pública Telepacífico desde la perspectiva del usuario caleño (Tesis de maestría).
- Arenas, P. (2015). El futuro de la televisión pública educativa y cultural. El caso de Señal Colombia. *Boletín cultural y bibliográfico*, 49(87), 41-52.
- Arroyo, L.; Becerra, M.; García, Á. y Santamaría, O. (2012). *Cajas mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Barbero, J. M. (2001). Claves de debate: Televisión Pública, Televisión Cultural: entre la renovación y la invención". *Televisión Pública. Del consumidor al ciudadano*. Convenio Andrés Bello. Bogotá.
- Canclini, G. N. (1995):" Comunicación intercultural. Hacia un balance teórico en América Latina", *Telos*, n°40.
- Cortés Cortés, M. I. (2013). El sentido de lo público y lo estratégico en la televisión. El caso del canal Capital 2012-2013. Tesis de maestría. La Paz: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Académica La Paz.
- Currás, R., 2010. Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación. *Teoría y Praxis*, 7, 9-34.

- Crawford, L., & Flores, P. (2002). Dinámicas socioculturales de las televisiones comunitarias en Colombia o el tránsito de la identidad al reconocimiento. *Investigación & Desarrollo*, 10(2), 188- 207.
- Day, R. A. (2005). *Cómo escribir y publicar trabajos científicos* (3ª ed.). Washington, DC: Organización Panamericana de Salud.
- Fuenzalida, V. (2000). La televisión pública en América latina: reforma o privatización. Fondo de Cultura Económica.
- García, A. P. (2012). TELEVISIÓN EN COLOMBIA: Surgimiento de los canales regionales. *Luciérnaga Comunicación*. 4(7). 23-35.
- García Ramírez, D. (2015). El modelo de televisión regional en Colombia: canales públicos bajo los parámetros del mercado. *Signo y pensamiento*, 34(66), 28-42.
- García Ramírez, D. (2016). Apropiación y uso político de la televisión pública en Colombia. *Mediaciones*, 12(16),22–40.  
<https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.12.16.2016.22-40>
- Garzón Barreto, J.C. (2015). Entradas y claves para la historia de la televisión en Colombia. Pereira, José M., *Televisión y construcción de lo público*, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 107-114.
- Gómez, H., Lemaitre, J., & Ospina, P. (2002). Los inicios de la televisión en Colombia (Doctoral dissertation, Tesis de grado no publicada, Universidad de La Sabana, Bogotá).
- Gómez Pérez, J. S., Sánchez Murillo, D. Z., & Bernate López, C. J. (2019). *Análisis de las emisiones del noticiero regional 90 minutos, de Telepacífico, presentadas entre el 28 de mayo y 18 de junio de 2018, con relación al cubrimiento de la segunda vuelta de las*

- elecciones presidenciales 2018* (Proyecto de grado). Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Facultad Ciencias Sociales y Políticas, Unicatólica. Santiago de Cali.
- Gutiérrez, E. (2015). Entradas y claves para la historia de la televisión en Colombia.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (2002). *The dynamics of organizational identity*. *Human relations*, 55(8), 989-1018.
- Icart Isern, M. T., & Canela Soler, J. (1994). El artículo de revisión. *Enferm Clin*, 4(4), 180184.
- Igarzábal, B. (2017). Reinventando la televisión pública. En J. M. Pereira, *Televisión y construcción de lo público* (págs. 77-96). Bogotá: Universidad Javeriana.
- López Fuentes, M, Quintero Rendón, L y Barrera Arbeláez, J. (2012). *Telecafé: contenido cultural*.
- López-Segura, M. (2019). La televisión pública regional en Colombia como servicio público esencial.
- Ramos, M. (2003). Cómo escribir un artículo de revisión. *Revista de postgrado de la Vía Catedra de Medicina* (126), Disponible en [http://med.unne.edu.ar/revista/revista126/como\\_esc\\_articulo.htm](http://med.unne.edu.ar/revista/revista126/como_esc_articulo.htm). [Consultado ocho de enero de 2007].
- Rincón, O. (2001). *Televisión: pantalla e identidad*. Editorial el conejo.
- Rincón, O. (1998). Formas de actuar y hablar juntos. Políticas culturales de medios de comunicación, televisión regional, local y educativa. *Signo y pensamiento*, 17(32), 41-60.
- Rivera, I. C. (2019). Proyecto Labels de Telepacífico: ¿Transmedia o no Transmedia? En 2º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies: O protagonismo da narrativa imagética. *Memórias* (pp. 592-614). Ria Editorial.

- Sánchez, M. V., & Jaramillo, J. G. (2010). Caracterización de las empresas informativas/industrias culturales en el Eje Cafetero. *Comunicación y Ciudadanía*, (3), 70-77.
- Tabares Loaiza, H. H., Patiño Roncancio, J. C., & Orozco Castañeda, R. D. (2013). Percepción de los televidentes de la ciudad de Manizales sobre el canal regional de televisión Telecafe.
- Yúdice, G. (2002). *Las industrias culturales: más allá de la lógica puramente económica, el aporte social*. *Pensar Iberoamérica*, 1, 16-23.
- Vargas Ramos, A. M. (2015). Propuesta de un modelo de comunicación digital basado en medios sociales digitales para la recuperación de la memoria histórica: Caso Canal Regional Telepacífico (Tesis de maestría). Universidad Pontificia Bolivariana, Escuela de Ciencias Sociales, Maestría en Comunicación Digital, Medellín.