

Lizandro Angulo Rincón

Doctor en Comunicación por la Universidad del País Vasco (España)

Docente del programa de comunicación social de la Universidad del Tolima



Do sier

Análisis de contenidos del noticiero de RCN de Colombia desde la perspectiva de la comunicación, el conflicto y el desarrollo

Resumen

Este artículo estudia una muestra representativa de la programación del canal RCN y, en especial, de su noticiero, empleando el método del análisis de contenidos. Los resultados permiten reflexionar sobre el papel que juegan los informativos privados de cobertura nacional en las dinámicas del conflicto armado interno y en la consecución de indicadores de desarrollo humano en Colombia.

Palabras clave: Televisión, conflicto, periodismo y desarrollo humano.

Abstract

This paper studies a representative sample of RCN programming and, in particular, its newscast, using the method of content analysis. The results allow us to reflect on the role played by private news of national coverage in the dynamics of the



Colombian internal armed conflict and the achievement of human development indicators in Colombia.

Key Words: Television, conflict, journalism and human development.

Introducción

En los círculos académicos y en los ambientes cotidianos se suele discutir la pertinencia informativa de los noticieros privados de cobertura nacional. Y, desde luego, surgen expresiones que van desde la crítica radical a la tolerancia pasiva del tratamiento noticioso que se hace de la convulsionada situación política, económica y social de Colombia. A pesar de esos contrastes, las cadenas privadas y, especialmente, sus noticieros, son vistos con mucha frecuencia en Colombia por todas las clases sociales porque, mal que bien, se constituyen en un reflejo nítido o deformado de nuestra realidad. La estación Radio Cadena Nacional, RCN, y su informativo que se emite durante tres o cuatro veces al día ha generado toda clase de reacciones por su modelo informativo, muy extendido en el mundo occidental, en el que se privilegia la noticia breve y el respaldo directo o subrepticio a algunas

ideologías y figuras de poder. Puede pensarse que detrás de todo ello subyace la intención de manipular -y puede ser así-, aunque ya no se hace abiertamente censurando algunas fuentes, sino empleando otros artificios relacionados con el manejo del tiempo y la confección de la agenda informativa. Es desde este contexto en el que hemos decidido realizar esta investigación, que pertenece a un estudio más amplio sobre medios de comunicación en Colombia, para descubrir conexiones entre información, conflicto y desarrollo humano en el país. Para intentarlo, utilizamos el análisis de contenidos porque es un método que permite estudiar un contexto comunicativo con objetividad, cuantificación y sistematicidad (Wimmer & Dominick, 1996: 170) y, especialmente en este caso, sin maniqueísmos.

En el corpus teórico se exponen dos ejes fundamentales: la comercialización y privatización de la televisión colombiana y la incidencia de la información en el conflicto y el desarrollo humano del país. Estos referentes teóricos dan pie para pensar que los procesos informativos de los *media* pueden tener una influencia real sobre los temas antes mencionados porque pueden afectar los imaginarios colectivos y en la



forma como nos enteramos de los acontecimientos colombianos.

Los resultados que se presentan tratan de demostrar que la confección de la agenda informativa se inclina por destacar algunos asuntos en detrimento de otros, y que la mayor frecuencia de algunos de ellos termina por automatizar lo que la gente debe conocer de su entorno lejano o cercano. Los datos también parecen indicar que a mayor aumento de noticias breves, mayores son los porcentajes de valores y contravalores periodísticos y de desarrollo humano. Es decir, el tratamiento noticioso que privilegia la agilidad informativa en detrimento de la profundidad -modelo que ha sido vendido desde los medios comerciales norteamericanos- puede ser la causa de contravalores como los de la superficialidad, la generalidad y la exclusión.

Queremos llamar la atención sobre estos aspectos no por manifestar que los noticieros privados son 100% malintencionados -pues tampoco podemos negar su inestimable valor para que el ciudadano tenga un contacto mediado con la realidad- sino para convocar a sus directores y propietarios, así como a las institucio-

nes del Estado ONG, académicos y comunidades organizadas a que fomenten una interacción armónica que permita crear espacios de diálogo para la paz y el logro de un desarrollo realmente humano para Colombia.

Corpus teórico

El corpus teórico de esta investigación consta de los siguientes epígrafes: (1) la televisión comercial en Colombia; (2) la propuesta del desarrollo humano; (3) incidencia del conflicto armado en el desarrollo humano de Colombia; y (4) el papel de los medios de comunicación en la confrontación armada.

La televisión comercial en Colombia. En Colombia, los dos canales privados nacionales fueron asignados en 1996 a Caracol (Cadena Radial Colombiana, que fuera del grupo Santo Domingo, hoy pertenece mayoritariamente al grupo Prisa de España) y a RCN (Radio Cadena Nacional, del grupo Ardila Lulle). Su programación está dirigida fundamentalmente al entretenimiento y a la información, y en algunas oportunidades son evidentes sus esfuerzos por manipular la vida política del país pasando por alto



los controles de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV). Según estudio de la CNTV y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2009), los canales nacionales son los que gozan de los mayores índices de audiencia (80,6%), promedio correspondiente al 82,6% para Caracol y 79,5% para RCN.

Los empresarios colombianos vieron en la televisión privada no sólo una excelente oportunidad para aumentar sus ingresos, sino también un arma política de doble filo que, por un lado, servía de trampolín para sus propias aspiraciones electorales y, por otro, era un efectivo medio de presión sobre los gobiernos, legisladores y sistema judicial para que defendieran y protejeran los intereses de las iniciativas privadas.

Una minoría de ellos también intentó cautivar a la audiencia con programas educativos y culturales, pero el surgimiento sin control de muchos canales fue reduciendo la participación de las empresas en la torta comercial, lo que significó la metamorfosis de una programación más social y cultural a otra ligada al entretenimiento y al consumo, si bien con menos criterio social pero más barata y lucrativa.

El aumento en la oferta de canales se mantiene dentro de la línea estrictamente comercial, sin dar lugar a espacios que enfatizen contenidos educativos y culturales y en la difusión de valores individuales y colectivos. Los nuevos canales así concebidos se suman a la corriente que profesa la uniformidad y el pensamiento único promovido por el neoliberalismo. Es un enfoque que procura conservar adormecida a gran parte de la población para que no sea consciente de males mayores que aquejan a la comunidad, en tanto que estigmatiza a las personas o grupos que apelan a la controversia y a la crítica del *statu quo* imperante.

La televisión comercial sacrifica la credibilidad y el servicio público expresado en la promoción de valores sociales, educativos y culturales por el espectáculo, y considera a la audiencia como clientes potenciales para la adquisición de productos que se atiborran en las pantallas. Así, pues, como lo señala Cebrián (2003: 16-17)...

"se busca lo fácil y lo trillado, el espectáculo, las noticias atractivas y se subvaloran o se eliminan las que carecen de imagen. El sentido comercial es incompatible con el servicio educativo que la sociedad re-



quiere sobre todo en las etapas de mayor desarrollo de la personalidad. La cuestión radica en cambiar el enfoque. No se trata de conocer simplemente a la audiencia hasta por su nombre y apellidos, sino de conocerla para establecer una participación, un intercambio, unos servicios que ayuden a conocer mejor la realidad".

Ello es evidente en la clase de contenidos que transmiten las televisiones privadas y en la forma de relacionarse con el público. Por una parte, el enfoque de la parrilla de programación se orienta hacia el entretenimiento, la diversión, para lo cual invierten recursos que les permiten ofertar telenovelas -como es el caso más usual en Latinoamérica-, películas, música para jóvenes y programas infantiles y religiosos, y comprar los derechos de los partidos de fútbol y de otras competiciones importantes. Esa insistencia en el campo del entretenimiento se combina con la emisión las 24 horas de noticieros por donde se pasan las imágenes más espectaculares, sin asomo de contextualización y análisis, y en las que los presentadores se comportan como *vedettes* que atraen la atención de los televidentes.

Mariano Cebrián (2003: 122) resume en sie-

te criterios la forma como se desarrolla la televisión comercial, concretamente su programación generalista y dentro de ella los informativos. Estos criterios involucran tanto el ámbito conceptual y de contenidos televisivos como su producción técnica:

- Enorme debilitamiento de la información como forma de conocimiento de la realidad. La información pierde fuerza como interpretación rigurosa y contrastada e incurre en la exaltación espectacular de los hechos y de los tratamientos narrativos.
- Subversión de los valores de la realidad y de los intereses y preocupaciones de los ciudadanos. La televisión, y los medios de comunicación en general, construyen la realidad pública según lo que ellos consideran que son los intereses de los ciudadanos, pero no los problemas reales de éstos.
- Los contenidos informativos se reducen en el tiempo.
- Los tratamientos desarrollan formas espectaculares y llamativas de la atención del espectador tanto en el enfoque de planos como en el relato global de los hechos. Se busca la involucración del espectador mediante detalles anodinos pero provocativos. Todo el enfoque está en función del espectáculo.



- Se aceleran los ritmos expositivos. Los planos cada vez aguantan menos tiempo, se modifican sin justificación alguna los ángulos o puntos de vista, se construyen relatos no tanto por su secuencialidad cuanto por un montaje de impacto impresionista al estilo de los relatos publicitarios.
- Popularización de los contenidos de entretenimiento como gancho de audiencia en detrimento de otros que ayuden a comprender mejor el entorno de cada ciudadano. Junto al crecimiento de lo espectacular y de la distracción hay una disminución de los hechos de la vida política, económica, social y cultural. La televisión tiende a ser instrumento de entretenimiento en lugar de conocimiento de la realidad.
- Degeneración en la exaltación de determinados personajes de la vida del "famoso". La televisión engendra estrellas caracterizadas por el escándalo público o por vicisitudes diferentes a la laboral.

La propuesta del desarrollo humano. Es fundamental precisar cuál es el sentido del concepto de desarrollo. Ante todo el desarrollo es un concepto histórico, es decir, no hay una definición única por cuanto a lo largo de los años ha ido

evolucionando de acuerdo con el pensamiento y valores dominantes en la sociedad ¹. Queremos significar que el concepto se entiende de una manera diferente hace 50 años a como se comprende hoy, por ejemplo. Sin embargo, lo importante de este fenómeno es conocer su trayectoria para determinar qué elementos han influido para que haya habido distintas definiciones.

Sin el ánimo de simplificar, podemos decir que el concepto de desarrollo alude a la idea de futuro que cada sociedad se propone como objetivo para el conjunto de ciudadanos. Cuando hablamos de futuro estamos entendiendo el desarrollo como una proyección deseable de nuestras vidas en común, por lo tanto, establecemos prioridades que nos van a conducir a un cierto estado de bienestar. Hay sectores que esconden esta dimensión con el fin de imponer la visión según la cual el desarrollo viene determinado por leyes externas porque son aquellos que resultan favorecidos por el actual estado de

¹ Se suele señalar a Aristóteles como el filósofo antiguo que se preocupó por conceptualizar sobre el desarrollo. En efecto, en la *Ética a Nicómaco*, afirma que "la riqueza no es, desde luego, el bien que buscamos pues no es más que un instrumento para conseguir algún otro fin" (*Ética a Nicómaco*, Libro I, apartado 5 citado por Sen, 2000: 30).



cosas y no tienen interés especial en que cambien. Es normal que el desarrollo se vincule con un estado deseable y algo legítimo, e inconscientemente se identifica con una percepción positiva. Sin embargo, en algunas ocasiones en las propuestas de desarrollo subyacen objetivos muy cuestionables que en vez de conducir a un nivel de bienestar justo responden a pretensiones de determinados poderes o minorías.

El Programa de las Naciones Unidas, en el marco del sistema de las Naciones Unidas, lanzó a finales de los años 80 el enfoque del desarrollo humano que, a la postre, vino a ser el cambio más significativo en el concepto de desarrollo. El enfoque o paradigma del desarrollo humano critica la economía del desarrollo dominante que se caracteriza por proponer el crecimiento como objetivo. Para el nuevo enfoque, éste no debe ser el objetivo central, sino uno de sus referentes. Su propuesta supone (1) colocar el centro de la concepción del desarrollo en el proceso de expansión de las capacidades de las personas, de manera que puedan elegir su modo de vida; (2) cuestionar que el desarrollo dependa fundamentalmente de la expansión del capital físico; (3) re-

saltar la importancia del capital humano; (4) redefinir el desarrollo, pues se cuestiona la medición que se hace del mismo a través del Producto Interno Bruto (PIB) y la renta per cápita pues no son parámetros suficientes para medir variables no cualitativas del progreso como la desigualdad y no estudian a fondo otros indicadores no económicos relacionados con el bienestar de la gente. De este modo, reemplaza la visión del progreso humano centrado en la producción de bienes por otra enfocada en la ampliación de las capacidades de las personas.

En la elaboración de este nuevo enfoque hay que destacar al premio Nobel de Economía de 1998, Amartya Sen, cuyas críticas al concepto de bienestar basado en la acumulación, o en la opulencia, y su propuesta de un bienestar orientado hacia el ser humano, han tenido amplio eco. De hecho, el desarrollo humano impulsado por el PNUD se inspira en sus aportaciones teóricas, como también en los reclamos del ex ministro pakistaní Mahbud Ui Haq por una mejor redistribución de la riqueza mundial. Esos dos antecedentes han logrado que el PNUD publique *Informes de Desarrollo Humano* desde 1990, los cuales se han converti-



do en un referente obligado del debate actual sobre desarrollo. La principal aportación del programa ha sido la de presentar una propuesta alternativa a la ortodoxia de las instituciones de Bretton Woods, Banco Mundial y Fondo Monetario Internacional, quebrando el monopolio que éstas ostentaban en la definición de las estrategias de desarrollo.

Los informes miden el desarrollo de los pueblos, con base en indicadores como la esperanza de vida, mortalidad infantil y otros que se han venido incorporando a los estudios. En dichos informes se valora tanto el crecimiento económico como el bienestar social, cultural, ambiental y político, y se enfatiza que la visión económica tradicional del desarrollo reduce al hombre a un mero consumidor, elector o productor, sin destacar su dimensión humana.

Durante mucho tiempo la pregunta crucial en torno al desarrollo había sido ¿cuánto produce una nación? Ahora el interrogante es otro: ¿cómo está la gente? Según nuestro criterio, el concepto de desarrollo también entraña la potenciación de las capacidades humanas (todo lo que puede hacer el sujeto en su vida

de modo que le satisfaga y contribuya al crecimiento propio sin atentar contra la sociedad), que le permiten al individuo reconocerse y ser reconocido como un sujeto de valor. En este sentido los aportes que se hacen en el Informe de Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), resultan relevantes. Para el PNUD el desarrollo humano significa:

"Crear un entorno en el que las personas puedan hacer plenamente realidad sus posibilidades y vivir en forma productiva y creadora de acuerdo con sus necesidades e intereses. Los pueblos son la verdadera riqueza de las naciones y, por ende, el desarrollo consiste en la ampliación de las opciones que ellos tienen para vivir de acuerdo con sus valores. Por eso el desarrollo significa mucho más que crecimiento económico, el cual solamente constituye un medio, aunque muy importante, para ampliar las opciones de la población. Un elemento fundamental para la ampliación de esas opciones es el desarrollo de la capacidad humana, es decir, las múltiples cosas que la gente puede hacer o ser en la vida. Las capacidades esenciales para el desarrollo humano son vivir una vida larga y sana, tener conocimientos, tener acce-



so a los recursos necesarios para alcanzar un nivel de vida decoroso y poder participar en la vida de la comunidad. Sin ellas sencillamente no se dispone de muchas opciones ni se llega a tener acceso a muchas oportunidades que brinda la vida" (PNUD, 2001: 11).

Sin embargo, promover el desarrollo humano y sostenible en la situación actual implica lidiar contra estructuras de poder del Tercer Mundo caracterizadas por copiar modelos de las naciones industrializadas, que dejan a pequeñas élites en plena modernidad occidental a costa de sacrificar mejores condiciones de vida para la mayoría de las personas. Esta es una de las dificultades actuales que entorpecen la promoción de un progreso endógeno y sostenible. Para Amartya Sen, premio Nobel de Economía, este obstáculo se puede superar, siempre que haya cambios profundos en las políticas económicas y se le dé libertad a la gente para que participe activamente en la toma de decisiones.

Incidencia del conflicto en el desarrollo humano de Colombia. El conflicto armado de Colombia tiene 60 años de duración y se ha vivido de diversa intensidad

dependiendo de la época y la región. Pero es desde mediados de los años 80, toda la década del 90 y en los años transcurridos del siglo XXI cuando ha cobrado mayor importancia en la agenda geopolítica nacional e internacional. La razón es una sola: para el país la guerra es uno de los principales factores que impide el desarrollo humano al no crear opciones para que la gente mejore sus indicadores de bienestar; para el mundo, el enfrentamiento supone una amenaza a la desestabilización de las naciones vecinas y un peligro para los intereses de las potencias económicas en Sudamérica (biodiversidad, recursos energéticos, Derechos Humanos e inmigración).

La guerra atenta contra el desarrollo humano porque trunca las opciones de las personas que la padecen, causa daños físicos y psicológicos e impide que la gente se sienta segura en su territorio. Por eso el concepto de *seguridad humana* es condición para que se dé el desarrollo humano, siempre que también sea el reflejo de libertades positivas (educarse, ser admirado, tener buena salud) y libertades negativas (tener la certeza de que nadie va a impedir sus opciones y propósitos). En concreto, el concepto de seguridad alu-



de a protección, en tanto que desarrollo, al de realización; uno mira el riesgo, el otro, las opciones; la seguridad se fija en el núcleo central o los derechos básicos, el desarrollo se extiende a la gama entera de realizaciones humanas;... la seguridad si se quiere es más apremiante pero el desarrollo no será genuino si no es seguro (Informe de Desarrollo Humano para Colombia, 2003: 100).

Cuando ocurre lo contrario, esto es, el en señoramiento de la violencia y la inseguridad, aparecen los síntomas de un deteriorado desarrollo humano expresado en la caída de los indicadores de bienestar. Por ejemplo, en Colombia el conflicto incide negativamente en la esperanza de vida, a tal punto que el país ha perdido 1, 1 y ½ y 2 puntos de esperanza de vida, que equivalen de 3 a 6 meses de vida. En educación, la guerra impone la fuerza sobre la razón, el fusil por el argumento, la coacción por la convicción. En otros términos, ocasiona la deserción estudiantil, acaba escuelas y promueve el reclutamiento de menores de edad a las filas guerrilleras o paramilitares. En el ingreso, destruye la riqueza y desvía los recursos, especialmente para gasto militar.

El papel de los medios de comunicación en el conflicto.

Los medios de comunicación son otros actores preponderantes del sistema cultural que pueden coadyuvar al logro de la pacificación del país. No obstante, en Colombia los *mass media* han cometido errores en el manejo de la información sobre el orden público (sucesos), porque no estuvieron preparados para afrontar con calidad informativa y con criterio de servicio público los nuevos acontecimientos. Las equivocaciones se resumen en la tendencia hacia la reacción y no a la proacción; hacia el interés privado por encima del interés público y simplificaciones equivocadas. Los medios no funcionan como espacios o vehículos para establecer un diálogo productivo que conduzca a la paz, entendiéndola como proceso, no como cese de las acciones armadas ni como la derrota del contrario. Además, éstos tienden a centrarse en el acontecimiento violento y no en el contexto, a dar protagonismo a los violadores de los Derechos Humanos y no a sus víctimas y a moverse según el péndulo de la opinión (Pnud 2003).

Poco reflexionan en torno a la noticia, porque los periodistas prefieren la novedad, lo rápido (ayudados por las tecnologías), en



detrimento del contexto, de divulgar causas y consecuencias de la guerra. La protagonista de la noticia en Colombia no es el contexto de la violencia, su explicación, sus raíces, sino la violencia misma. Entre el gremio existe el 'síndrome de la chiva', esto es, ser el primero en contar algo nuevo, aunque sin rigor periodístico (la urgencia prima sobre el análisis). En algunas ocasiones, se pasa del *hacer saber* (la noticia) hacia el *hacer creer* (persuasión) y el *hacer sentir* (sensacionalismo), lo que puede ocultar lo que sucede, mostrando sólo una parte aunque sea la más llamativa.

Las situaciones expuestas permiten insistir en que los comunicadores manejen otros géneros periodísticos para que la información obedezca a investigación y, por ende, a mayor grado de profundidad. Otro aspecto relevante es el relacionado con el manejo de las fuentes, concretamente en referencia a la guerrilla, paramilitares y Fuerzas Militares. El 'casarse' con una de ellas atrofia el libre juicio del periodista, lo lleva a asumir posiciones extremas -a tal punto de poner en peligro su integridad personal-, a dar protagonismo a los combatientes y no a las víctimas de las acciones armadas. Finalmente, los medios deben asumir las consecuencias de lo que

informan o dejen de informar, deben hacerse responsables de las palabras y de las imágenes que emiten, para que en las salas de redacción y edición prime el respeto de la víctima y la defensa del interés público.

Cuestiones de investigación

Se formulan cinco cuestiones de investigación debido a la inexistencia de estudios científicos sobre algunos aspectos de la programación del Canal RCN y, en especial, de su noticiero, entre los que se destacan los tipos de programas que predominan en la parrilla, los géneros periodísticos empleados, la relación de los segmentos informativos con el conflicto colombiano y los valores y contravalores periodísticos y de desarrollo humano.

1. ¿Qué géneros de programas son los que predominan en la parrilla de programación del canal RCN? En otras palabras, cuáles son los programas que se producen con mayor frecuencia.
2. ¿Cuáles son los grandes temas (Qué 1) o categorías de contenidos que predominan cuantitativamente en el noticiero de RCN, que puedan perfilar o influir en posibles inclinaciones del medio hacia determinadas fuentes o hacia aspectos que



pueden ser de interés o desinterés para la comunidad (política, economía, deporte, cultura, orden público y espectáculo)?

3. ¿Cuáles son los temas (Qué 2) o subcategorías de contenidos pertenecientes a la política, la economía, el deporte, la cultura, el orden público y espectáculo que predominan cuantitativamente en el noticiero de RCN?
4. ¿Cuáles son los macrogéneros periodísticos y educativos (Cómo 1) que más se emplean en el noticiero de RCN?
5. ¿Cuáles son los valores y contravalores periodísticos (sensacionalismo, generalidad, superficialidad, etc.) y los valores y contravalores de desarrollo humano (guerra, injusticia, destrucción, etc.) (Cómo 2) que predominan en cada uno de los segmentos u obras audiovisuales del noticiero de RCN?

Método

El método que se emplea para estudiar el canal RCN y, en especial, su noticiero es el análisis de contenido.

Análisis de contenidos

Este método se utiliza para estudiar la programación en dos dimensiones: (1) la

dimensión de la *parrilla de programación*, para conocer los géneros de programas que allí predominan, y (2) la dimensión de los *programas informativos*, en concreto el noticiero, para determinar cuáles son los temas (Qué 1 y Qué 2), los géneros periodísticos y educativos (Cómo 1) y los contravalores periodísticos y de desarrollo humano (Cómo 2), que se encuentran en los segmentos u obras audiovisuales de este tipo de programas.

Entendemos los programas informativos como aquéllos que se pueden agrupar en unos géneros o formatos comunes, así: (1) programas de noticias y reportajes; (2) programas dialógicos de entrevistas y debates; y (3) programas combinados que incluyen los dos géneros anteriores (Zabaleta, 2005: 316). Nosotros hemos seleccionado el *noticiero RCN* como programa informativo, puesto que cumple con los criterios mencionados.

Definición de universos

Universo de medios de la TV de cobertura nacional y programación generalista.

El universo de la televisión de cobertura nacional y programación generalista está formado por cuatro cadenas naciona-



les: Señal Colombia, pública; Canal Uno, propiedad mixta (pública y privada); Cadena Radial Colombiana (CARACOL), privada; y Radio Cadena Nacional (RCN), privada. Además de estas cuatro, existe una cadena pública con una programación más especializada y/o tematizada, que es el Canal A, también conocido como Canal Institucional, y otra universitaria, conocida como Zoom.

Universo de contenidos de la TV de cobertura nacional y programación generalista. El universo de contenidos está comprendido por la programación de la televisión de cobertura nacional y programación generalista.

Universo temporal de la TV de cobertura nacional y programación generalista. El análisis de contenidos de la programación de la TV de cobertura nacional y programación generalista comprende un periodo de un año, 12 meses, desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2006.

Definición de muestras

Muestra de TV nacional de cobertura nacional y programación generalista. Se emplean dos tamaños de muestras para

el análisis de contenidos de la programación de la televisión nacional, según se investigue la parrilla de programación o bien los programas informativos.

Muestra para la parrilla de programación: Para el estudio de la *programación en general*, se ha seleccionado la parrilla de la cadena Radio Cadena Nacional (RCN) vigente durante el año 2006.

Muestra para los programas informativos: para el estudio de los programas informativos se ha seleccionado el noticiero de RCN vigente durante el año 2006.

Muestra de contenidos. La muestra de contenidos comprende el análisis de los segmentos u obras audiovisuales del noticiero RCN, perteneciente a los programas informativos por las razones que hemos argumentado.

Muestra temporal. Se emplea una muestra no probabilística estratégica. Así las cosas, para el análisis del contenido del noticiero RCN y sus segmentos se ha empleado un tamaño de una semana seguida, formadas por cinco días cada una, incluyendo los informativos de lunes a viernes. Este es un tamaño intermedio a



los propuestos por Gebner (1969) y Stempel (1952). El periodo de análisis del noticiero es del 18 al 22 de septiembre de 2006.

Fiabilidad intercodificadora y validez. Siguiendo con los criterios estrictos del análisis de contenidos, se realizó una prueba de fiabilidad intercodificadora, consistente en que varios codificadores independientes codificarán una muestra del contenido televisivo, con el fin de que hubiera una consistencia y coherencia científicas. Para ello se empleó la fórmula de fiabilidad de Holsti (1969). $Fiabilidad = \frac{3M}{N1 + N2 + N3}$, donde M es el número de decisiones codificadoras en las que coinciden los codificadores (en este caso tres) y N el número de codificaciones realizadas por cada uno de ellos. N1 es el autor y N2 y N3 son dos codificadores independientes. De acuerdo con

la literatura internacional, se considera que si existe una coincidencia igual o superior al 90%, las definiciones operativas y el proceso codificador son fiables. En este caso, la prueba de fiabilidad y, después de los oportunos ajustes definitorios de las categorías, se obtuvo un índice de fiabilidad en torno al 93%.

Resultados

A continuación se destacan los resultados correspondientes a (1) los programas que predominan en la parrilla de programación del canal RCN y (2) al análisis de los segmentos u obras audiovisuales del noticiero RCN, que incluye los grandes temas (Qué 1), los temas (Qué 2), los subtemas (Qué 3), los macrogéneros periodísticos y educativos empleados (Cómo 1) y los valores y contravalores periodísticos y de desarrollo humano (Cómo 2).

Tipo de programa del canal RCN

Tabla 1. Tipo de programa

	com	con	cul	dep	_c	inf	mag	mis	ntc	pen	rea	tal	total
RCN	4,2%	4,2%	0,0%	4,2%	37,5%	4,2%	16,7%	8,3%	4,2%	8,3%	4,2%	4,2%	100,0%

N= 54 programas.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de la programación de RCN. Convenciones: 'com' comedia, 'con' concurso, 'cul' cultura, 'dep' deportes, 'fic' ficción, 'inf' infantil, 'mag' magacín, 'mis' miscelánea, 'ntc' noticiero, 'pen' programa de entrevistas, 'rea' reality, 'tal' talk show.



Grandes temas y categorías de contenidos que predominan en el noticiero de la estación de TV Radio Cadena Nacional (RCN) de Colombia (Qué 1)

Tabla 2. Grandes temas y categorías

	pol	orp	esp	eco	dep	cul	total
RCN noticias	42,0%	15,2%	15,9%	6,8%	14,0%	6,1%	100,0%

N= 265 segmentos del noticiero.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los contenidos del informativo de RCN. Convenciones: 'pol' política, 'orp' orden público, 'esp' espectáculo, 'eco' economía, 'dep' deporte, 'cul' cultura.

En la parrilla de programación del canal RCN se encuentran con bastante frecuencia los espacios pertenecientes al género *ficción* (37,5%) que integra las series, telenovelas y películas. También se destaca la producción de *magazines* (16,7%), *programas miscelánea* (8,3%) (los que reúnen variedades y se emiten preferentemente en horas de la mañana) y los *programas de entrevistas* (8,3%). Los *reality*, *talk show*, *noticieros*, *concursos* y *comedias* mantienen

una frecuencia relativa (4,2%). No se producen *programas culturales* (0,0%).

En el noticiero de RCN se le da prelación al *orden público* (15,2%). El informativo le concede gran importancia a la *información política* (42% de los segmentos), pero no tanta a la *cultura* (6,1%) la cual está porcentualmente por debajo de los segmentos dedicados al *espectáculo* (15,9%) y los *deportes* (14%).

| 65 |

Subtemas y subcategorías de contenidos que predominan en la política, economía, deporte, cultura, orden público y espectáculo del noticiero RCN de Colombia (Qué 2)

Tabla 3. Subtemas y subcategorías de contenidos

	vdo	sec	mac	gub	_o	dre	dco	cio	cai	total
RCN noticias	0,8%	3,5%	2,7%	29,2%	15,8%	14,2%	8,8%	13,5%	5,8%	100,0%

N= 265 segmentos del noticiero.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los contenidos del informativo de RCN. Convenciones: 'vdo' violencia doméstica, 'sec' sectores económicos, 'mac' macroeconomía, 'gub' gubernamental, 'flo' farándula local, 'dre' deportes reglados, 'dco' delincuencia común, 'cio' comunitario, 'cai' conflicto armado interno.



Concreción del subtema (Qué 3) presente en el noticiero de RCN

Tabla 4. Tipo de subtema o subcategoría de contenidos

	act	ate	cor	del	gpr	nar	ocu	pba	pro	sec	total
RCN noticias	7,3%	4,6%	20,2%	22,9%	4,6%	3,7%	0,9%	22,0%	0,9%	8,3%	100,0%

N= 265 segmentos del noticiero.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los contenidos del informativo de RCN. Convenciones: 'act' activismo, 'ate' atentados/terrorismo, 'cor' corrupción, 'del' disposiciones legales, 'gpr' gestión proyectos, 'nar' narcotráfico, 'ocu' obras comunitarias, 'pba' problemas, 'pro' proyectos, 'sec' secuestro.

En el noticiero RCN se le da prelación al subtema *gubernamental* (29,2%) frente al *comunitario* (13,5%), ambos incorporados al tema político. Es notorio, sin embargo, los altos porcentajes que el informativo de RCN le dedica a la *delincuencia común* (8,8%) y al *conflicto armado interno* (5,8%), los dos incluidos en la categoría de orden público.

RCN. Por ejemplo, los *problemas comunitarios* ocupan un 22% y el *activismo* un 7,3% de los segmentos, en tanto que las *obras comunitarias* sólo representan un 0,9%. Resulta significativo el hecho de que el noticiero de RCN contenga abundante información sobre *corrupción* 20,2%, a pesar de su marcado carácter oficial y gubernista.

La cantidad de segmentos dedicados a los problemas, al activismo y obras comunitarias son divergentes en el noticiero de

El macrogénero de información en el noticiero de RCN está mayoritariamente representado por *noticias* (63,4%), posee

Resultados de los *macrogéneros de información, opinión y educación* empleados en el noticiero de RCN de Colombia

Tabla 5. Género empleado

	rep	otr	not	ent	edi	cro	cri	com	total
RCN noticias	0,8%	28,3%	63,4%	1,5%	0,4%	1,1%	1,1%	3,4%	100,0%

N= 265 segmentos del noticiero.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los contenidos del noticiero RCN de Colombia. Convenciones: 'rep' reportaje, 'otr' otro, 'not' noticia, 'ent' entrevista, 'edi' editorial, 'cro' crónica, 'cri' crítica, 'com' comentario.



Valores periodísticos en el noticiero de RCN de Colombia

Tabla 6. Valores periodísticos

	spu	res	nv	imp	eti	cot	bym	ana	total
RCN noticias	47,0%	1,9%	40,2%	0,8%	1,1%	8,0%	0,8%	0,4%	100,0%

N= 265 segmentos del noticiero.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los contenidos del noticiero rcn. Convenciones: 'spu' servicio público, 'res' responsabilidad, 'nv' ningún valor periodístico, 'imp' imparcialidad, 'eti' ética, 'cot' contextualización, 'bym' bi y multidireccionalidad, 'ana' análisis.

escasos porcentajes de *reportajes* (0,8%), *crónicas* (1,1%) y *entrevistas* (1,5%), y aumenta la categoría de *otros* (28,3%). Esta última categoría se refiere a breves de noticias de 10 segundos de duración aproximadamente y, por consiguiente, con escaso valor informativo. El macrogénero de opinión tiene porcentajes mínimos en los géneros *comentario* (3,4%) y *editorial* (0,4%). El informativo no registra porcentajes relacionados con el macrogénero de educación, que incluye la *lección televisada* y la *telelección*.

En el noticiero de RCN sobresale el valor periodístico del *servicio público* (47%). Sin embargo, son preocupantes los escasos y nulos porcentajes en los que los segmentos son objeto de *análisis* (0,4%). Es igualmente preocupante que en el 40,2% de sus segmentos u obras audiovisuales no se halle valor periodístico alguno, debido fundamentalmente a que son noticias breves, con pocas fuentes de información consultadas.

En el noticiero de RCN sobresale la *generali-*

Contravalores periodísticos hallados en el noticiero de RCN de Colombia

Tabla 7. Contravalores periodísticos

	gen	irr	ncv	pad	sen	spr	sup	uni	total
RCN noticias	36,6%	2,6%	16,6%	0,4%	5,7%	6,4%	29,8%	1,9%	100,0%

N= 265 segmentos del noticiero.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los contenidos del noticiero RCN. Convenciones: 'gen' generalidad, 'irr' irresponsabilidad, 'ncv' ningún contravalor, 'pad' parcialidad, 'sen' sensacionalismo, 'spr' servicio privado, 'sup' superficialidad, 'uni' unidireccionalidad.



Resultados de los valores de desarrollo humano que imperan en el noticiero de RCN de Colombia

Tabla 8. Valores de desarrollo humano

	con	coo	cov	jus	lib	nvdh	par	sol	total
RCN noticias	4,2%	4,2%	2,3%	7,2%	14,1%	46,4%	17,5%	4,2%	100,0%

N= 265 segmentos del noticiero.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los contenidos del noticiero rcn. Convenciones: 'con' conservación, 'coo' cooperación, 'cov' convivencia, 'jus' justicia, 'lib' libertad, 'nvdh' ningún valor de desarrollo humano, 'par' participación, 'sol' solidaridad.

dad (36,6%), contravalor entendido como la información vaga e imprecisa, y la *superficialidad* (29,8%), que consiste en pasar la información trascendental al plano trivial. También sobresalen los porcentajes referidos al contravalor periodístico del *servicio privado* (6,4%) en los que se evidencia un afán por publicitar intereses de instituciones y empresas particulares. El contravalor de la *unidireccionalidad* (1,9%) es bajo y se define como la falta de fuentes que equilibren la información.

En el noticiero de RCN prevalecen los valores de desarrollo humano de la libertad y participación. La *participación*, valor entendido como el equilibrio en la presentación de testimonios de diversa tendencia ideológica, se encuentra en un 17,5% de los segmentos y la *libertad*, valor definido como la creación de espacios para la presentación de proyectos e iniciativas de cualquier grupo, en un 14,2%. *Ningún valor de desarrollo humano* aparece en un 46,4% de los segmentos del noti-

Contravalores de desarrollo humano en el noticiero RCN de Colombia

Tabla 9. Contravalores de desarrollo humano

	des	ego	exc	gue	inj	ncv	rep	sub	total
RCN noticias	17,7%	3,0%	16,6%	9,1%	3,8%	47,9%	1,5%	0,4%	100,0%

N= 265 segmentos del noticiero.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los contenidos del noticiero RCN. Convenciones: 'des' destrucción, 'ego' egoísmo, 'exc' exclusión, 'gue' guerra, 'inj' injusticia, 'ncv' ningún contravalor, 'rep' represión, 'sub' subvalorado.



ciero, es decir, son obras audiovisuales en las que se destaca el aspecto negativo del hecho sin ofrecer alternativas de solución.

Los contravalores que prevalecen en el noticiero de RCN son los de la *exclusión* (16,6%), la *destrucción* (17,7%) y la *guerra* (9,1%), debido a que este medio dedica más segmentos al tema del *orden público* (15,2%).

Discusión

Equilibrio en la producción de programas orientados al mercado y a la formación integral del televidente

Un aspecto que se ha de resaltar en la parrilla de programación del canal RCN es la prevalencia de los espacios pertenecientes al género de ficción (50%), que incluye telenovelas, series y películas. Otros géneros también tienen un porcentaje significativo, como el caso de los magazines con un 9,3%. Sin embargo, los programas culturales, que abarcan las artes, el entorno humano, la educación y la producción científica, no se producen (0,0%). Esta situación plantea el debate sobre si la programación de los

canales privados debe orientarse según los dictámenes del mercado o las necesidades de formación y conocimiento responsable de la realidad, como lo señala Cebrián (2003: 16-17), y el Plan Estratégico de la Comisión Nacional de Televisión (2008-2012): "los fines del servicio de televisión, establecidos por los artículos 3 y 4 de la Ley 182 de 1995, son formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear en forma sana...". Nosotros pensamos que un canal privado debe equilibrar su parrilla con espacios que busquen la rentabilidad económica mediante altos índices de audiencia, sin descuidar los espacios educativos y culturas de los que se obtienen una alta rentabilidad social, esto es, televidentes autónomos, críticos y formados bajo los lineamientos democráticos.

Utilización equilibrada de los macrogéneros de información, opinión y educación como referencia para un noticiero que propicie el desarrollo humano

Un aspecto adicional que influye en la profundización, contextualización y, en general, en la calidad de las obras audiovisuales del noticiero, tiene que ver con la utilización de los macrogéneros



de información, opinión y educación. En efecto, la interpretación de los resultados del análisis de contenidos a los segmentos del noticiero de RCN nos permite concluir que la inexistencia de un uso equilibrado de dichos macrogéneros puede estar directamente relacionada con la generación de contravalores periodísticos y de desarrollo humano. En otras palabras, la abrumadora preferencia por la *noticia* (63,4%) dentro del macrogénero información, y la poca o nula utilización de otros géneros pertenecientes a los macrogéneros de opinión (*editorial, comentario, encuesta y crítica*) y educación (*telelección y lección televisada*), pueden estar íntimamente relacionados con una presencia significativa de determinados contravalores periodísticos como los de la *generalidad* (36,6%), *superficialidad* (29,8%), y del contravalor de desarrollo humano de la *destrucción* (17,7%) y la *exclusión* (16,6%). Ello se debe, fundamentalmente, a la brevedad temporal de las noticias, que no permiten la necesaria profundización, y a la ausencia de contraste de fuentes, principio esencial de un periodismo de calidad. Es probable, pues, que la noticia influya de esa manera en los contenidos de las obras audiovisuales debido a que su duración

suele estar comprendida entre los veinte segundos (20") y un minuto y treinta segundos (1' 30"), lo que no permite profundizar, interpretar y, en muchas ocasiones, contrastar la información con otras fuentes para que la audiencia tenga un marco de referencia amplio y contextualizado de los hechos.

Todo lo anterior nos permite inferir que se podría lograr una mayor presencia de valores periodísticos y valores de desarrollo humano en el noticiero por medio del empleo de una estructura flexible de bloques informativos; una presencia equilibrada de los *macrogéneros de información, opinión y educación*; y una mayor participación de fuentes y diversidad de temas. Por el contrario, la reducción del número y diversidad de fuentes, la concentración en unos cuantos temas, y la preferencia por el género de la noticia breve son aspectos que pueden estar vinculados a un aumento porcentual de contravalores periodísticos y contravalores de desarrollo humano en el noticiero. Esta conclusión parece confirmar la señalada en el *Project for Excellence in Journalism* de la Universidad de Columbia de New York (2001), según la cual es necesaria "una mayor cobertura de



la comunidad, una mayor elaboración, profundidad y esfuerzos periodísticos, mejores fuentes y más diversas, mayor número de noticias largas, contratar más periodistas y darles más tiempo para la realización de su trabajo", con el fin de elaborar un periodismo de calidad.

Política y comunidad en el noticiero de RCN

Los resultados del análisis de contenidos permiten concluir que el noticiero de RCN tiende a mostrar de modo preferente los *temas políticos* (42%) y a presentar con mayor frecuencia el *subtema gubernamental* (29,2%) que el *subtema comunitario* (17,1%). Además muestra con mayor frecuencia los *problemas de la comunidad* (22%) y, en menor porcentaje, el *activismo* (7,3%) y las *obras comunitarias* (0,9%). Si nos detenemos en esas cifras, podemos interpretar que el noticiero de RCN tiende a priorizar los temas de la política gubernamental sobre los temas comunitarios, aunque también es cierto que sus periodistas destacan en su agenda informativa la subcategoría de la *corrupción* (20,2%) de los agentes del Estado. No obstante, se pudiera lograr un mayor equilibrio informativo si se tuvieran en cuenta con más frecuencia las demandas y proyectos

comunitarios. Por el contrario, lo que se observa es que hay una inclinación por asociar información comunitaria con las dificultades de las comunidades y con la escasa participación de éstas en las decisiones políticas y económicas.

Tratamiento informativo del orden público (sucesos) en el noticiero de RCN

Es necesario destacar la forma como son abordadas las temáticas relacionadas con la *intimidad*, el *dolor* y la *dignidad humana* en los resultados del análisis de contenidos del noticiero de RCN. En síntesis, el informativo da prioridad a los temas de orden público (15,2%), pero en muchas ocasiones sin realizar una investigación profunda, sin dar a conocer las causas y consecuencias de los conflictos y sin respetar la dignidad de las personas. De ahí que sea probable que un manejo informativo de esas características produzca contravalores de desarrollo humano como la *destrucción* (17,7%) y la *guerra* (9,1%).

El noticiero de RCN y su relación con el desarrollo humano

No deja de resultar preocupante que el canal RCN evidencie cierto desdén por



producir programas que tengan una orientación más educativa y cultural y que, por tanto, tributen para mejorar indicadores de desarrollo humano en Colombia, país profundamente afectado por el conflicto armado interno, la corrupción y la pobreza. Si revisamos los resultados del tipo de programa de esta estación de televisión, nos damos cuenta que el 37,5% de la parrilla está destinada al *género ficción* -que incluye telenovelas, películas y series dirigidas a cumplir la función de entretenimiento- y que no se produzcan *programas culturales*, estos últimos entendidos como espacios que resalten las artes, el entorno humano, la educación y la producción científica para la formación personas autónomas, críticas y propositivas.

Otro aspecto que se ha analizado es el relacionado con los contenidos del noticiero de RCN que fue tomado como objeto de análisis en esta investigación. ¿Qué se puede esperar de un noticiero de cobertura nacional en cuanto a la generación de valores de desarrollo humano, que destina el 15,8% de sus segmentos a la información relacionada con el subtema *farándula local*, porcentaje apenas superado por el *subtema de política gubernamental*

(29,2%)? Para responder a esta pregunta, basta con recordar las palabras de Daniel Goleman (2006: 163-164) sobre lo que él denomina la "triada oscura" (el narcisismo, maquiavelismo y psicopatía):

"No estaría de más que nos familiarizásemos con estas tres modalidades (ligadas a rasgos como el rencor, la hipocresía, el egocentrismo, la agresividad y la insensibilidad), aunque sólo fuese por conocerlas mejor, ya que la sociedad moderna, que glorifica las motivaciones egoicas e idealiza a los semidioses de la fama y la vanidad, puede estar promoviendo inadvertidamente su florecimiento".

Conclusión final

La televisión privada de cobertura nacional y su aporte al desarrollo humano de Colombia

La revisión bibliográfica sobre el desarrollo humano, las funciones de la televisión comercial y el papel de los medios de comunicación en las dinámicas del conflicto, nos permiten inferir que la consecución del desarrollo humano de los pueblos no es una labor exclusiva de los gobiernos, sino una acción integral de sus ciudada-



nos, de su sistema educativo, de su sistema de valores culturales y de sus medios de comunicación. Lamentablemente observamos que estos últimos, en especial la televisión privada de cobertura nacional, no contribuye a superar las crisis del país sino a enmascararla con información trivial o con contenidos orientados hacia el entretenimiento. Nosotros creemos que si se le hacen los ajustes necesarios, impulsados por la sociedad civil, los renovados movimientos ciudadanos y los proyectos educomunicativos, puede convertirse en un instrumento que, junto a comunidades organizadas y entidades gubernamentales y no gubernamentales, puede orientar parte de su programación a la búsqueda del bienestar del conjunto de la población.

No significa que la televisión comercial ni ningún medio de comunicación sean los responsables de las dificultades que tiene el país en los órdenes sociales, económicos y políticos. Nos referimos al hecho de que si las políticas de los canales privados y del sistema general de medios en el país se orientaran a la formación de personas autónomas, críticas y a la consolidación de los valores humanos y democráticos, podría ayudar a Colombia en la consecución de indicadores de

desarrollo humanos legítimos, sin descuidar la rentabilidad económica que se produce con altos niveles de audiencia. Un paso que puede darse en ese sentido, sin duda, es la confección de una parrilla de programación cuya estructura y contenidos obedezcan a una planeación y a un diagnóstico de necesidades de desarrollo de la sociedad colombiana, para lo cual es necesario que las instituciones del Estado interactúen armónicamente con el sector educativo, el sector empresarial y las comunidades organizadas.

Un aspecto adicional que deben priorizar los canales privados y sus noticieros es el de profesionalizar la información sobre el orden público, de manera que se ciña a los patrones de la ética. Esto implica informar con veracidad, independencia y responsabilidad social, profundizando en las raíces de los conflictos a través de géneros periodísticos diferentes de la noticia (reportajes, crónicas, etc.) y convocando a los diferentes actores de la guerra y a la sociedad civil para que se cree un diálogo productivo que conduzca a la paz y al desarrollo integral del país.



Referencias bibliográficas

- Cebrián, Mariano (2003). Análisis de la información audiovisual en las aulas. Editorial Universitas, Madrid (España).
- Comisión Nacional de Televisión, CNTV, (2009). "La gran encuesta de la televisión en Colombia" (online). Disponible en http://www.cntv.org.co/cntv_bop/noticias/2008/abril/gran_encuesta.pdf. Acceso 8 de octubre de 2009.
- (2008). "Plan Estratégico de la Comisión Nacional de Televisión (2008-2012)" (online). Disponible en http://www.cntv.org.co/cntv_bop/p_estrategico/plan_estrategico.pdf. Acceso 8 de octubre de 2009.
- Gerbner, G. (1969). *The television world of violence*. En D. Lange, R. Baker y S. Ball (eds.), *Mass media and violence*. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- Goleman, Daniel (2006). *Inteligencia social. La nueva ciencia de las relaciones humanas*. Traducción del inglés de David González. Editorial Kairos, Barcelona.
- Holsti, O (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*, Reading (Massachusetts, EE. UU.): Addison-Wesley.
- PNUD, Colombia, Informe de Desarrollo Humano para Colombia (2003). *Conflicto, callejón con salida*. TM editores. Impreso en Colombia.
- PNUD, Informe de Desarrollo Humano, (2001). *Poner el adelanto tecnológico al servicio del desarrollo humano*. Publicado para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Ediciones Mundi Prensa Libros, Barcelona.
- Sen, Amartya (2000). *Desarrollo y libertad*. Editorial Planeta, S.A., Barcelona (España).
- Stempel, G. H. (1952). *Simple size for classifying subject matter in dailes*. En *Journalism Quarterly*, 29, 333-334.
- Universidad de Columbia (2001). *Project for Excellence in Journalism - Local TV News Project (online)*. Disponible en <http://www.journalism.org/node/238>. Acceso octubre de 2006.
- Wimmer Roger D. & Dominick Joseph R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Traducido por J. Luis Dader. Bosch Casa Editorial, S.A. Barcelona, España.
- Zabaleta Urquiola, Iñaki (2005). *Teoría, técnica y lenguaje de la información en televisión y radio. Sistemas analógicos y digitales*. Editorial Bosch S.A., comunicación. Impreso en Barcelona, España.

