

Para citar este artículo: Prados Rodríguez, R., Mendiguren-Galdospin, T., & Merchan-Mota, I. (2026). Variedades dialectales en las televisiones públicas de Colombia, España y Perú y en la panhispánica privada Telemundo. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 19(1). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.15280>

VARIEDADES DIALECTALES EN LAS TELEVISIONES PÚBLICAS DE COLOMBIA, ESPAÑA Y PERÚ Y EN LA PANHISPÁNICA PRIVADA TELEMUNDO

Dialectal Varieties in the Public Television Networks of Colombia, Spain, and Peru, and in the Private Pan-Hispanic Network Telemundo

Variedades dialetais na televisão pública da Colômbia, da Espanha e do Peru, e na privada pan-hispânica Telemundo

Reyes Prados Rodríguez, *Universidad del País Vasco (España)*

reyes.prados@ehu.eus

Terese Mendiguren-Galdospin, *Universidad del País Vasco (España)*

terese.mendiguren@ehu.eus

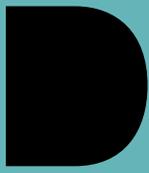
Iker Merchan-Mota, *Universidad del País Vasco (España)*

iker.merchan@ehu.eus

Recibido: 17 de febrero de 2025

Aprobado: 25 de junio de 2025

Fecha de prepublicación: 12 de agosto de 2025



RESUMEN

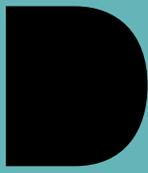
La investigación explora cómo las televisiones públicas en español reflejan la diversidad lingüística y cómo influye en cuestiones como la estandarización, el prestigio y la identidad. Para ello, examina la representación de las variedades dialectales del español en las televisiones públicas nacionales de Colombia (Señal Colombia), España (Televisión Española) y Perú (TV Perú), así como en la cadena panhispanica privada Telemundo, con sede en Estados Unidos. Se aplicó un enfoque de métodos mixtos, combinando entrevistas en profundidad a sus responsables con un análisis de los libros de estilo de estas cadenas. El estudio indaga en la existencia de políticas explícitas o implícitas sobre la aceptación y promoción de determinados dialectos. Los resultados revelan que, aunque las televisiones públicas no prohíben expresamente el uso de variedades regionales, existe una preferencia marcada por una variedad “neutra”, en especial en los programas informativos. Esta tendencia suele ser autoimpuesta por las y los presentadores en lugar de ser una exigencia de las cadenas. Los acentos regionales son más frecuentes en los reportajes de campo y en entretenimiento. Destaca el papel de la televisión en la configuración de la identidad lingüística, subrayando la necesidad de equilibrar la estandarización lingüística con la representación de la diversidad.

Palabras clave: dialectos del español; televisión; identidad lingüística; estandarización; representación mediática.

ABSTRACT

This research explores how Spanish-language public television reflects linguistic diversity and how this influences issues such as standardization, prestige, and identity. To this end, it examines the representation of dialectal varieties of Spanish in the national public television networks of Colombia (Señal Colombia), Spain (Televisión Española), and Peru (TV Perú), as well as in the private pan-Hispanic network Telemundo, based in the United States. A mixed-methods approach was employed, combining in-depth interviews with key stakeholders and an analysis of the style guides of these networks. The study investigates the existence of explicit or implicit policies regarding the acceptance and promotion of specific dialects. The findings reveal that, although public television networks do not explicitly prohibit the use of regional varieties, there is a marked preference for a “neutral” variety, particularly in news programming. This tendency is often self-imposed by presenters rather than being a requirement from the networks. Regional accents are more prevalent in field reports and entertainment segments. The role of television in shaping linguistic identity is emphasized, highlighting the need to balance linguistic standardization with the representation of diversity.

Keywords: Spanish dialects; television; linguistic identity; standardization; media representation.



RESUMO

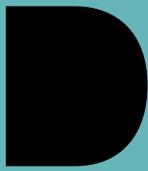
Esta pesquisa explora como as redes de televisão pública de língua espanhola representam a diversidade linguística e como isso influencia aspectos como padronização, prestígio e identidade. Analisa-se a presença de variedades dialetais do espanhol em redes nacionais de televisão pública na Colômbia (Señal Colombia), na Espanha (Televisión Española) e no Peru (TV Perú), além da rede privada pan-hispânica Telemundo, sediada nos Estados Unidos. Foi adotada uma abordagem de métodos mistos, combinando entrevistas em profundidade com executivos das emissoras e análise de seus guias de estilo. O estudo investiga a existência de políticas explícitas ou implícitas em relação à aceitação e promoção de determinados dialetos. Os resultados indicam que, embora as redes de televisão pública não proibam expressamente o uso de variedades regionais, há uma preferência marcante por uma variedade “neutra”, especialmente em programas jornalísticos. Essa tendência é frequentemente autoimposta pelos apresentadores, e não exigida institucionalmente. Sotaques regionais são mais comuns em reportagens externas e programas de entretenimento. O estudo destaca o papel da televisão na construção da identidade linguística e reforça a necessidade de equilibrar a padronização linguística com a representação da diversidade.

Palavras-chave: dialetos espanhóis; televisão; identidade linguística; padronização; representação midiática.

Introducción

La lengua española es una de las más habladas en el planeta. Con más de 500 millones de hablantes nativos (6 % de la población mundial), es la segunda lengua materna por número de hablantes, solo superada por el chino mandarín. Se trata, además, del segundo idioma, después del inglés, mandarín y el hindi, teniendo en cuenta el cómputo global de hablantes con dominio nativo, los de competencia limitada y los estudiantes de español (Instituto Cervantes, 2024).

El español es una lengua romance que se desarrolló en la región que dio origen al Reino de Castilla, a partir del latín hablado en la península ibérica durante la Edad Media (Frago, 2022). Se desarrolló y evolucionó a lo largo de los siglos, incorporando préstamos léxicos de idiomas, como el árabe, y manteniendo características de otros idiomas prerromanos, como el celta o el íbero (Obediente, 2007). Hoy en día se habla en más de veintiún países (Instituto Cervantes, 2024). Con la llegada de los españoles a América, se expandió el uso del idioma español en territorio americano y fue el modo de hablar de los colonizadores (andaluces en su mayoría) la que se impuso en el continente. Por este motivo, las variedades andaluza y americana presentan grandes similitudes. Algo que se señalaba desde el período colonial (Simón, 1999; García Platero, 2011).



Según el territorio del que estemos hablando, el español contiene mayores o menores influencias culturales de los pueblos nativos de América. De hecho, tanto en Hispanoamérica, como en España existen muy diversas variedades dialectales. Estas diferencias se pueden percibir en el vocabulario, en la morfosintaxis y en la fonética (Hualde et al., 2020).

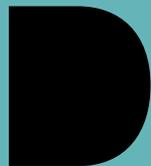
Esta realidad convive con la del papel que ejercen los medios de comunicación de masas en lo que respecta a su importancia e influencia en la configuración de la identidad de los diferentes colectivos que conforman la sociedad y en la concepción que su audiencia construye en función de su entorno (Barrios, 2006). El idioma es uno de los elementos centrales que conforman la cultura de un colectivo y los *mass media* son, desde su nacimiento, una herramienta esencial para la uniformización y extensión de las variedades del habla (Muggleston, 2008). De hecho, pueden llegar a tener un impacto importante en la manera como las personas se comunican y se relacionan con su lengua o en su aprendizaje. Sin ir más lejos, el empleo de la televisión como herramienta de enseñanza para lengua extranjera ha sido ampliamente estudiado (Melloni, 1987; Roche-Olivar, 1998; Chacón & Reyes, 2005; Bazzocchi, 2006; Andión et al., 2020), así como su interés como espacio para la visibilización y consolidación de las lenguas minoritarias (Guyot, 2006; Harwood & Vincze, 2015).

Sin embargo, no existen investigaciones en torno a los criterios de las televisiones públicas en lo que respecta al uso de la lengua española y sus diversas variantes en los territorios de habla hispana. Este artículo pone, precisamente, el foco en las decisiones, normas y criterios que pudieran existir en diversos canales de televisión que emiten en español.

Marco teórico y estado de la cuestión

La lengua española está asentada fundamentalmente en el continente americano y en la península ibérica, pero su rastro se puede seguir en otros territorios del mundo, como África, e incluso en ciertas partes de Asia y del Pacífico (Instituto Cervantes, 2024). El uso del español en el mundo ha sido ampliamente estudiado desde varias perspectivas como la geolingüística (Pratt, 2014; Meyer & Díaz, 2017; Serrano, 2021), la sociolingüística (Solé, 1975), la fonético-fonológica (López-Gavín, 2015; Pacheco, 2021) o desde la perspectiva de la enseñanza (Mistinová et al., 2009; Muñoz-Basols & Hernández-Muñoz, 2019). Desde el punto de vista geolingüístico, tanto en Hispanoamérica como en España existe un amplio espectro de variedades dialectales del español. En la mayoría de los casos conviven con otras lenguas y estas lenguas influyen, a su vez, en los propios dialectos (García Mouton, 2023).

Cada variedad goza de unos rasgos característicos propios y, desde un punto de vista lingüístico, ninguna puede considerarse superior a otra (Trudgill, 2000). Sin embargo, aunque el prestigio no es privativo de un modelo geográficamente localizado (Moreno, 2010), es muy habitual que los hablantes de la norma considerada prestigiosa tiendan a imponerla como variedad estándar de la lengua. Esa variedad prestigiosa suele corresponder con las zonas más cercanas a la capital del país; en el caso del español de España, se asocia con el modelo castellano (Andión, 2020). Tal y como explica la lingüista Carla Amorós Negre (2014), “las diferentes definiciones de ‘estándar’ reflejan la motivación social, política y económica que explica su surgimiento (...) es, indudablemente, un ejemplo de cambio lingüístico deliberado”. Los dialectos también pueden estudiarse desde el punto de vista de la dialectología perceptiva (Preston, 1988), es decir, teniendo en cuenta las creencias y percepciones de los propios hablantes su propia variedad y las ajenas.



La identidad nacional es el sentido de pertenencia a una comunidad cultural, histórica, social y lingüística, basada en una concepción romántica de nación. Esta idea genera una conciencia colectiva que vincula al individuo con su comunidad y el Estado. Entre sus expresiones visibles, se encuentran símbolos como himnos, banderas, escudos y selecciones deportivas (Kolstø, 2006).

A medida que el español se expandió por América, las lenguas autóctonas se vieron sometidas a la presión para adaptarse y, a su vez, influyeron en la transformación de la lengua en expansión. Esto supuso la introducción de préstamos léxicos en ambas direcciones, con influencias en la gramática y en la pronunciación (Lerner, 1997).

En lo que respecta a los países que abarca el objeto de estudio de esta investigación (Colombia, Estados Unidos, España y Perú), cuentan con diversas variedades dialectales del español que, dependiendo de la perspectiva desde la que se analicen, requieren un estudio profundo y complejo, por lo que, en las próximas líneas, se hará una aproximación general a modo de resumen.

El español de Colombia convive con más de setenta lenguas indígenas, que se siguen manteniendo en zonas periféricas del país (algunas en proceso de extinción) y que, en alguna medida, influyen en el español de ciertas regiones del país (Espejo-Olaya, 2007). Respecto a la clasificación dialectal de Colombia, según Luis Flórez (1963), existen siete zonas delimitadas por la combinación de los principales rasgos fonéticos y léxicos: costeño (atlántico y pacífico), antioqueño, nariñense-caucano, tolimense, cundiboyacense, santandereano y llanero. Otros autores proponen una división más general que da lugar a dos grandes superdialectos: el costeño y el andino o central (Montes-Giraldo, 1982).

En España, aunque se puede ahondar en clasificaciones más complejas, desde el punto de vista geográfico, existirían dos grandes zonas dialectales: la septentrional (también conocida como variedad castellana) y la meridional, que abarcaría, principalmente, los territorios de Andalucía y las Islas Canarias, en el sur de España (Alvar, 1996a).

Perú es uno de los países que, en la actualidad, cuenta con mayor cantidad de población hablante de alguna lengua amerindia (sobre todo, el quechua y el aimara), ya que no solo se ha conservado la lengua propia, sino las costumbres (Fallas-Monge & Sancho-Ugalde, 2013). Teniendo en cuenta este contexto, el español peruano ha desarrollado en paralelo dos modalidades dialectales: la costeña, en las áreas de concentración hispánica, y la andina, en las zonas mayoritariamente indígenas (Alvar, 1996b). Otros autores realizan clasificaciones más específicas con hasta seis variedades desde el punto de vista fonológico (Escobar, 1978).

En Estados Unidos, el español es la segunda lengua más hablada y se ha convertido en un idioma importante en áreas como la educación, los negocios y la política (Muñoz-Basols & Hernández-Muñoz, 2019). De hecho, existen actualmente más de 41 millones de hablantes nativos en este país (Instituto Cervantes, 2024). En 2060, Estados Unidos será el segundo país hispanohablante del mundo, después de México. Casi un tercio de la población estadounidense será de origen hispano (Instituto Cervantes, 2023).

En los últimos años, el español se ha convertido en un idioma cada vez más importante en el mundo de los negocios y la economía global, así como en los medios de comunicación social, puesto que es una de las lenguas oficiales de las Naciones Unidas y se ha posicionado como la segunda lengua de comunicación internacional en la era global, por detrás del inglés.

Considerando que, según numerosas investigaciones, son los manuales de estilo los responsables de salvar la unidad de la lengua (Hernández, 2021; Sanz, 2022) y que los periodistas son intermediarios directos con la audiencia, lo que conlleva una mayor exigencia en el uso del idioma (Sánchez, 1992), esta investigación parte



de la hipótesis de que todas las cadenas de televisión disponen de libros de estilo para la unificación de criterios lingüísticos, con el fin de establecer el uso de una variedad específica del español (H1). De hecho, también son abundantes los estudios que señalan que las y los comunicadores tienden a renunciar a su modalidad propia en favor de la considerada estándar del país cuando se ponen delante de un micrófono (González, 2003; León-Castro, 2016). Esta es la línea de la segunda de las hipótesis aquí planteadas: existe una imposición —por parte de la cadena— o autoimposición —por parte del o la periodista— hacia una variedad, la cual siempre será estándar y no regional (H2). La tercera de las hipótesis parte de la idea de que existe mayor permisividad —impuesta o autoimpuesta— en los programas de entretenimiento que en los informativos en lo que a variedades diatópicas se refiere (H3), es decir, como han concluido algunas investigaciones (Díaz, 2002; Pimentel, 2016), se considera más fácil escuchar las modalidades regionales en los formatos de entretenimiento que en los noticieros. Como señala Méndez (2013) “las variedades o formas de hablar de una lengua debidas a diferencias geográficas pueden constituirse en señas de identidad” (p. 216); por ello, la última de las hipótesis apuntaría a que el uso de una modalidad propia (en cualquiera de sus variedades) contribuye a preservar la identidad cultural del país, exceptuando en las televisoras supranacionales. Si esto fuera así, lo que primaría sería la inteligibilidad (H4), puesto que la variedad diatópica nada tiene que ver con la dicción de la persona que comunica (Rodríguez, 2020) y no existe un solo estándar fonético en la lengua española (Ávila, 2003).

Metodología

Situamos el objeto de este estudio en las tres televisiones nacionales públicas generalistas de los países hispanohablantes con mayor población y cuya lengua oficial es la española, según el anuario del Instituto Cervantes del año 2024.

Tabla 1. Población de los países hispanohablantes

País	Población	Hablantes nativos (%)	Grupo de dominio nativo	Grupo de competencia limitada	Español como lengua oficial
México	132 490 415	94,2 %	124 781 415	7 629 547	No
Colombia	52 695 952	98,1 %	51 684 976	1 010 976	Sí
España	48 446 594	95,9 %	46 460 284	1 647 184	Sí
Argentina	46 846 845	98,7 %	46 24 .057	600 788	No
Perú	35 371 496	86 %	30 426 773	1 005 682	Sí

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del *Anuario 2024* del Instituto Cervantes y de las legislaciones nacionales de cada país.



De este modo, los tres países objeto de esta investigación son Colombia, España y Perú y sus respectivas televisiones estatales generalistas: Señal Colombia, Televisión Española (TVE) y TV Perú, dentro del IRTP (Instituto de Radio y Televisión Pública del Perú). Todas ellas cuentan con el español como idioma oficial del estado, según sus respectivas constituciones (Constitución Española, 1978; Constitución Política de Colombia, 1991; Constitución Política del Perú, 1993). Entendemos por generalista: “aquella [televisión] que se dirige al público masivo, abarcando todo el espectro de audiencia (edad, sexo, clase social) y cuyo contenido incluye variedad de géneros y formatos” (Izquierdo-Castillo, 2017, p. 33).

A pesar de que, como se refleja en la tabla 1, México y Argentina son dos de los países con mayor número de hispanohablantes y la lengua española es la mayoritaria entre la ciudadanía, no se incluyen en este estudio puesto que el español no figura como lengua oficial de la nación.

Sí se incluye, en cambio, a la cadena estadounidense de habla hispana Telemundo, con sede en Miami. A pesar de no ser una cadena pública y que Estados Unidos no cuenta con idioma oficial (Constitution of the United States, 1787), se trata de un caso que, por la naturaleza multinacional de su audiencia, puede aportar gran riqueza al estudio, pues en esta emisora se reflejan (o deberían reflejarse) la mayoría de las variedades dialectales hispanas, sobre todo, las del continente americano.

El objetivo es conocer si las cadenas que se configuran como nacionales establecen, bien en sus libros de estilo o de forma tácita, criterios específicos sobre las variedades diatópicas internas del país y las de otros países de habla hispana. Se pretende descubrir si la denominada modalidad estándar se impone sobre el resto y, de ser así, hasta qué punto es importante como herramienta comunicativa, identitaria y de preservación cultural. Aquí pueden chocar dos objetivos: por un lado, la capacidad de unificación del país a través de una única variedad estándar en la emisora televisiva y, por otro, la de representar a los hablantes de las diferentes regiones a través de la exposición de las diferencias diatópicas en la labor periodística. Esto es también interesante en el caso de Telemundo, que debe lidiar con su complicado objetivo de informar, formar y entretener a una audiencia heterogénea, que vive en EE. UU., pero que proviene en su mayoría de otros países donde el español es el idioma vehicular.

La metodología empleada para este trabajo consiste, por un lado, en el estudio exploratorio y descriptivo de los libros de estilo de cada una de las cadenas de televisión seleccionadas, ya que no existe un registro catalogado ni estudio previo bibliográfico. Estos tipos de análisis tienen como objetivo examinar un tema desconocido o poco estudiado y ofrecen la base para otros estudios posteriores. Se trata de especificar características o rasgos del objeto de estudio y recolectar datos del fenómeno analizado (Escudero et al., 2008). Por otro lado, se ha optado por la entrevista en profundidad, un método de investigación cualitativo utilizado para explorar actitudes y experiencias personales y para obtener una visión profunda de un fenómeno “más allá del discurso superficial del encuestado” (Mejía, 2003, p. 227). Las personas entrevistadas son las responsables de las correspondientes cadenas seleccionadas en nuestro estudio: Mauricio Tamayo, director de Productores Delegados de Señal Colombia; Jesús Solari, gerente de TV del IRTP; Cristina Arias, directora de Centros Territoriales de RTVE, y Laura Moro, entrenadora de comunicadores y comunicadoras de Telemundo. La toma de datos se realizó a lo largo del año 2023.



Resultados y discusión

El análisis de los libros de estilo

En el estudio de los manuales de estilo de las cuatro cadenas de televisión objeto de esta investigación, se observa que solo la mitad de ellas —Señal Colombia y RTVE (Radio Televisión Española)— disponen de un libro de estilo propiamente dicho.

En el manual de la emisora colombiana, se trata con especial atención el empleo que del idioma deben hacer los comunicadores. Son 56 páginas en las que se desarrollan con detalle cuestiones gramaticales que no debe pasar por alto el o la profesional, que se ponga delante de la cámara o el micrófono, en su papel de preservador del buen uso de la norma. En el texto, se establece que el lenguaje que debe emplearse ha de ser “ágil, sencillo, cercano y entretenido” (Señal Colombia, 2015, p. 14), y da a entender que la lengua de la emisora es el español cuando hace alusión a cómo deben tratarse las expresiones en idiomas distintos al castellano.

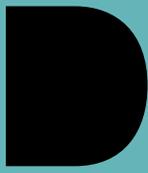
Igual que en el caso colombiano, el libro de estilo de Radiotelevisión Española (RTVE) es común para la radio y la televisión. En el apartado referido al lenguaje se hace especial hincapié en cuestiones concernientes a la prosodia y a la fonética general de la lengua española: “El texto de los informativos (...) se escribe para ser leído en voz alta (...). Los profesionales de RTVE deben evitar expresiones confusas, mala dicción, entonaciones forzadas” (Manual de estilo RTVE, 2010, apartado 6.3.1, párr. 1). Sin embargo, tampoco se establece ninguna modalidad concreta del español, ni para promoverla ni para desterrarla.

Añade el libro de estilo que el uso de lo anteriormente expuesto “conduce a ritmos y formas de lectura que (...) nada tienen que ver con el idioma español” (Manual de estilo RTVE, 2010, apartado 6.3.1, párr. 1). Esto nos demuestra, también en este caso, que la lengua que se emplea en el medio es la española. En la cita: “La frase debe ser escrita de forma clara, sencilla y pronunciarse correctamente, con las pausas oportunas...” (Manual de estilo RTVE, 2010, § 6.3.1, párr. 2), se fijan normas de estilo comunes a todos los y las profesionales de la comunicación, las cuales tampoco son características de ninguna variedad dialectal.

En el caso del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP), lo que encontramos es un código ético donde no se establecen criterios lingüísticos concretos. Lo que sí marca de forma clara es el principio de “la promoción de los valores y la identidad nacional” (Sociedad Nacional de Radio y Televisión del Perú, 2021, p. 1). Si esa identidad nacional “encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias” (Molano, 2007, p. 5), podríamos entender que el idioma, y su modalidad propia, es un elemento identitario del país.

De todas las cadenas de televisión estudiadas, la que menos se preocupa por establecer un estilo o código ético es Telemundo con sede en Miami (EE. UU.). En las investigaciones realizadas, no se ha encontrado ningún manual de referencia para las y los profesionales del medio. Por tanto, las cuestiones relativas al lenguaje y a la lengua no quedan fijadas de antemano y no forman parte, al menos *a priori*, de los criterios de esta emisora.

El hecho de que únicamente la mitad de las cadenas estudiadas atiendan a la necesidad de formalizar sus criterios lingüísticos en un libro de estilo se aleja de esa visión de responsabilidad y compromiso con el idioma de la que hablan autores como Humberto Hernández (2021) o Milagros Sánchez Arnosí (1992).



Entrevistas en profundidad a responsables de los medios

Criterios generales de las televisiones respecto al uso de las modalidades

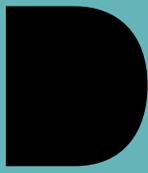
En Colombia, según Mauricio Tamayo, director de Productores Delegados de Señal Colombia, se considera “neutra” la variedad andina o central y es esta la que predomina en la televisión pública, sobre todo, en los informativos. Sin embargo, Tamayo deja claro que el empleo de esta variedad no es una condición *sine qua non* para aparecer en televisión. En Perú, Jesús Solari, gerente de televisión del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP), reconoce que la modalidad más usada dentro de los medios de comunicación es la costeña (limeña), establecida como estándar o mayoritaria. En España, Cristina Arias, directora de Centros Territoriales de RTVE (Radio Televisión Española), confiesa que existe una modalidad que prevalece entre los y las profesionales que se ponen delante de las cámaras: la castellana, considerada estándar o neutra en España, aunque aclara que “en ningún momento” se trata de una imposición por parte de la cadena.

En Estados Unidos, los criterios de Telemundo han variado en los últimos años. Laura Moro, entrenadora de comunicadores y comunicadoras de la cadena estadounidense, asegura que, en 2007, lo que buscaban era un “neutro mexicano”, aunque se trataba de una sugerencia, no una imposición. En cualquier caso, si bien ya no existe esa “sugerencia”, la modalidad mexicana “neutra” es la que más se escucha en boca, sobre todo, de las personas que presentan en la emisora.

Al igual que ocurre en Señal Colombia o TVE, tampoco en TV Perú, según afirma Solari, exigen que un o una periodista hable de un modo concreto delante de la cámara, ni en plató, ni en el caso de los corresponsales en diferentes zonas del país. Lo que pretenden es que cada comunicador utilice su variedad propia. Su objetivo, apunta el gerente, es la existencia de un enlace en una región concreta, por ende, deben hablar como lo hacen en esa zona porque, para la televisión estatal peruana, la representatividad está muy marcada en la pantalla.

Respecto a esa variedad central que se escucha, sobre todo en los informativos colombianos, Tamayo se refiere, principalmente, a lo que ocurre en los platós. Asegura que la realidad cambia al ver el informativo al completo, pues dependiendo de la zona del país desde la que se informe, los y las periodistas utilizarán una variedad u otra, pero siempre la propia. Coincide, por tanto, con sus vecinos peruanos, ya que ellos tampoco imponen nada a los reporteros: “Si alguien está hablando desde Barranquilla yo espero que me hable como lo hacen desde allí, no de otro modo” (M. Tamayo, comunicación personal, 2023). Esto es lo “deseable” para el líder de productores de la cadena pública colombiana porque “cuando se hace un producto que sale a través de un canal que se llama Señal Colombia significa que el espectador necesita ver a Colombia y Colombia tiene toda clase de acentos”.

Se dibuja un panorama similar en TVE. Arias cuenta que los reporteros y reporteras de cada zona hablan con su modalidad propia cuando establecen conexiones con la emisión nacional. “No se les impone ningún acento, no tenemos directrices”, puntualiza (C. Arias, comunicación personal, 2023). Hay incluso periodistas que informan desde un lugar de España diferente al suyo de origen, como la canaria Sara Fernández, quien trabaja en el centro territorial de Aragón (situado en la España peninsular y con una variedad diatópica marcadamente distinta a la suya). La directiva española relata que, al principio, Fernández intentaba “corregir su acento”, pero no funcionaba porque era incapaz de mantener la variedad castellana. Al final, decidió comunicar en su modalidad: la canaria.



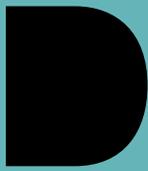
A pesar de no pedir lo que denominan variedad estándar, en la mayoría de los casos, ellas y ellos optan, *motu proprio*, por utilizarla. Es el caso de esta redactora española en el que, según Arias, existió un claro ejemplo de “autocensura”: “No se le impuso nada, se lo impuso ella misma”, asegura. Algo similar ocurre en Colombia, donde las y los comunicadores se decantan por una variedad andina (aunque procedan de un territorio distinto). Tamayo responsabiliza de esta autocensura a las universidades, que establecían, sobre todo durante los años 80 y 90 del siglo XX, que el estándar colombiano mayoritario y de uso más correcto en los medios audiovisuales era el de la zona centro. Una autoimposición que se hace más notoria en los platós. En este sentido, la directora de Centros Territoriales de TVE establece una distinción entre presentador y redactor: “Si nos circunscribimos al ámbito de los informativos, los presentadores son los que tienden a ese castellano estándar”. Algo que no ocurre entre los reporteros: “Ahí yo me atrevería a decir que escuchamos todos los acentos”, concluye.

Esta autocensura, a la que se refieren Arias y Tamayo, apoya la teoría sobre la que ya hablaban autores como Marta León-Castro (2016) o José Antonio González Salgado (2003) de que la variedad considerada estándar en el país es la que se impone sobre las regionales, ya sea por imposición del medio o por *motu proprio* (como es el caso de la mencionada autocensura). Una decisión por parte de los profesionales que contraviene la riqueza dialectal y, por tanto, cultural e identitaria de una comunidad.

En Miami, los corresponsales de Telemundo informan desde sus países de origen con modalidades claramente diferenciadas entre ellos. Moro no sitúa esa distinción entre platós y exteriores, sino en la edad: mientras los más jóvenes tienden a mantener su variedad diatópica propia, los veteranos suelen optar por una modalidad colombiana o mexicana. A pesar de esto, la entrenadora admite que, en Telemundo, resulta “muy extraño” que un comunicador se autoimponga una modalidad distinta a la suya. Sí admite, en cambio, que es frecuente que las y los periodistas intenten hablar en la modalidad neutra de su país de origen. Cita como ejemplo el de Nicole Suárez, presentadora de noticias de origen colombiano, con una variedad diferente a la andina (considerada estándar en Colombia), cuyo español la propia entrenadora ayudó a “neutralizar”.

Esta autoimposición no la encontramos, sin embargo, en Perú, donde Solari aclara que ningún comunicador procedente de zonas no costeñas pretende asemejarse al habla de la costa, mayoritaria en los medios. “Más que intentar adaptar su variedad a la considerada neutra, lo que se busca en todo momento es la vocalización y un uso correcto de la lengua española”, explica el gerente (J. Solari, comunicación personal, 2023). En este aspecto se establece un acuerdo unánime entre las cuatro cadenas de televisión estudiadas. Al igual que TV Perú, el resto de las emisoras considera que lo importante es que el mensaje llegue al espectador. “Lo que hay que respetar son las normas del idioma y hablar claro”, afirman desde Televisión Española.

De hecho, Laura Moro es aquí donde sitúa el *quid* de la neutralización de la que habla en todo momento. La entrenadora de comunicadores y comunicadoras de Telemundo matiza que su labor no es pretender que una persona cambie su modalidad lingüística, sino que consiga comunicar con un lenguaje común a todos los hispanos: “Algunas modalidades usan un léxico que no emplean otras y tenemos que trabajar para entendernos entre todos, porque le estamos hablando a toda la comunidad hispana” (L. Moro, comunicación personal, 2023). También se muestran de acuerdo todos los directivos en que ninguna variedad lingüística queda excluida de sus emisoras. “No tendría sentido” —explica Tamayo— “porque somos un solo país y necesitamos escuchar a todos”.



Arias insiste en fijar el límite de lo aceptable en la “comprensibilidad” y la transmisión eficaz de contenidos: “Si tenemos, por ejemplo, a un periodista muy cerrado de Cádiz [Andalucía, España] al que cuesta entender, no podemos permitir que presente el informativo, porque nuestro deber como medio de comunicación es divulgar noticias y que se entiendan”. En Telemundo, aunque ninguna variedad de las hablas hispanas queda excluida, en palabras de Laura Moro, es muy complicado escuchar a alguien con una modalidad argentina en el canal estadounidense. Este tipo de afirmaciones quedan muy lejos del sentimiento identitario y de preservación cultural del que habla la catedrática Méndez García de Paredes (2013) y, por supuesto, no tiene en cuenta algo que han demostrado multitud de lingüistas: no existe un solo modelo estándar de la lengua española (Ávila, 2003; ASALE, 2009; Moreno, 2010).

Este criterio es extrapolable a otras variedades del español ajenas al país. En el caso de Colombia, el propio Tamayo asegura que hay muchos presentadores de otras nacionalidades, tanto en la televisión como en la radio pública, que comunican con su modalidad originaria. “Lo que importa es que seas un buen profesional. No importa el acento que tengas”, subraya Tamayo.

En TV Perú van más allá. Solari resalta el caso de una presentadora española que conduce un espacio cultural a la que no han pedido que adapte su modalidad castellana a la peruana. No obstante, sí consideran fundamental, desde el punto de vista comunicativo, el uso de palabras o expresiones concretas para poder llegar a la ciudadanía. Arias recuerda un episodio similar en TVE ocurrido hace unos años: una redactora de Bolivia que locutaba sus vídeos en lo que ella denomina “perfecto boliviano [sic]” y para toda España.

Al tratarse Estados Unidos de un país que carece aún de modalidad diatópica propia del español, puede resultar presumible que en Telemundo no tengan que enfrentarse a estas tesituras. Por eso, la televisión panhispánica fija otro tipo de límites: aceptar solo a las y los comunicadores que tengan el español como lengua nativa. “El único acento distinto al americano que se acepta es el español de España”, constata Moro.

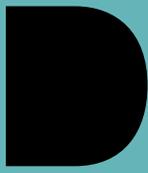
Dicho de otro modo, según los dirigentes, y a diferencia de lo que ellos mismos aseguran más arriba, lo que prima en sus cadenas de televisión es la inteligibilidad, más allá de la modalidad que se emplee para comunicar, en consonancia con la idea de que la dicción nada tiene que ver con el dialecto que se emplee (Rodríguez, 2020).

Diferentes criterios en informativos y entretenimiento

En los formatos de entretenimiento se mantiene el mismo criterio inclusivo de los informativos, es decir, que toda la audiencia se sienta representada, aunque encontramos algunos matices. En líneas generales, las y los entrevistados reconocen que es más sencillo escuchar modalidades distintas a la considerada estándar en los formatos de entretenimiento, como se ha demostrado en anteriores investigaciones (Díaz, 2002; Pimentel, 2016).

Tal es el caso de Telemundo, que reconoce que el criterio es menos estricto en el caso de los programas de entretenimiento y que esa neutralización, que se pide para informativos, se vuelve más flexible, aunque sigue presente.

En los formatos de entretenimiento de Señal Colombia, los profesionales que se ponen delante de las cámaras tampoco se autoimponen una variedad más cercana a la estándar, sino que dejan aflorar más la modalidad propia, según señala Tamayo. Ahora bien, a diferencia de lo que ocurre en los noticieros, en el entretenimiento, a veces, sí se exigen modalidades concretas, aunque no precisamente la denominada neutra. “Lo que hacemos es crear personajes que puedan representar las diferentes zonas regionales de Colombia”, especifica el director de Productores Delegados de la cadena. Como reflejo de esto, Tamayo menciona el proyecto infantil *Territo-*



rio Mágico. A sus personajes se les demanda de forma expresa que “imiten un determinado acento”, distinto al de su modalidad originaria. Cuenta el caso de una actriz del centro del país a la que se le pide que hable como santandereana (una región, en palabras del directivo, con gran audiencia dentro del canal) y el de otro comunicador que imita la modalidad paisa, aunque es de Bogotá. “Queremos así acercarnos a ellos y darles su sitio. Tratamos de tener a todo el país metido dentro del canal”, finaliza. El principal objetivo de estas “imposiciones” es, a juicio del productor colombiano, reflejar la realidad de todos los rincones del país: “Es una manera de decir: todos somos iguales y tenemos los mismos derechos”. Su argumento está directamente relacionado con los resultados del siguiente epígrafe, referido a la utilización de la modalidad propia como elemento de preservación de la identidad cultural del país.

Identidad y fidelización de la audiencia

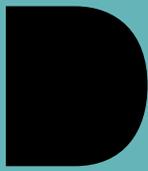
La labor de la televisión pública o estatal de protección de la identidad cultural se ve reflejada en la perspectiva de los directivos de las cadenas públicas analizadas y así se puede entrever en los resultados expuestos.

En TV Perú, no les queda duda de que el hecho de usar una modalidad propia del país contribuye a preservar la identidad cultural, porque su principal objetivo como medio estatal es, como expone el gerente de televisión del IRTP: “la representatividad de toda la nación”. Para que todos los sectores de la ciudadanía se sientan representados, como pretenden, se esfuerzan en que, en antena, los hablantes de las diversas lenguas del Perú utilicen el español de acuerdo con su región. Las distintas modalidades del español se ven muy influidas por el resto de los idiomas locales (García Mouton, 2023), por ejemplo, la variedad andina peruana con el quechua.

Esta postura la comparten en Colombia donde estiman que el uso de una variedad propia colombiana contribuye “absolutamente” a preservar su identidad cultural. “Tienes que verte reflejado. Le hablamos al país y el país somos todos”, argumenta el director. Hacen especial hincapié en esa necesidad de “construir el país” desde la cadena pública y entender que todos son colombianos en igualdad de condiciones. Estas afirmaciones casan con lo que denomina el “apellido” de Señal Colombia: “Todo lo que somos”. Según Tamayo, para que esto se produzca “necesitamos absolutamente a todos: sus historias y su diversidad, donde entra, por supuesto, la lingüística”.

Sin mencionarlo de forma expresa, en España tienen presente esa representatividad de la que hablan en Perú. La directiva de TVE asegura que, en las reuniones de contenidos del telediario, se pide que las encuestas callejeras no se hagan en Madrid, “sino que se escuchen distintos acentos”. Es la manera, a juicio de Arias, de que toda la ciudadanía se sienta representada en la televisión pública.

La heterogeneidad de los hispanos que viven en Estados Unidos hace de Telemundo un caso aparte en este aspecto. Por este motivo, Moro habla del idioma español como único elemento que los hace homogéneos a todos: “Es mucho más que una bandera, por eso hay que defenderlo [el idioma] a muerte y no se va a morir, porque estamos aquí para evitarlo”. Esa identidad, reflejada en la lengua, convierte a esta emisora con sede en Miami en un paraguas cultural que pretende que todos los hispanos que viven en EE. UU. se sientan cobijados. Moro encuentra aquí la justificación de la preferencia de la cadena por las y los comunicadores y variedades mexicanas. Explica que Telemundo pretende ser un reflejo de la sociedad hispana estadounidense y, en sus palabras, esa realidad es que las estadísticas hablan de más de un 61 % de mexicanos en EE. UU.



En el caso de IRTP, en esa búsqueda de la visibilización de la identidad, no solo todos los dialectos tienen cabida en los espacios televisivos de la cadena, sino que han habilitado espacios donde buscan esa representatividad de las distintas realidades culturales del país, más allá de las variedades dialectales del español. Además, emiten programas íntegramente en lenguas oriundas del Perú como el quechua, el aimara y, en menor medida, el shipibo-konibo. Por esto, en televisión se usan de forma natural las variedades propias de los pueblos que proceden de las zonas quechuahablantes y aimarahablantes. Como ejemplo de esta fusión, destaca un concurso llamado *Pukllaspa yachay* (*Aprende jugando*, en español) en el que se trata de promover el uso de la lengua quechua y motivar al hablante de español a aprender el idioma. “Se desarrolló con la intención de buscar la identidad nacional entre todas las regiones y que todas ellas se sintieran parte de esa identidad”, apunta Solari. Objetivo que se refleja en los dos conductores de este espacio. La presentadora, Iris Cárdenas, es quechuahablante: su uso del español está completamente influido por la lengua quechua y es así como lo muestra ante las cámaras. Sin embargo, el presentador que la acompaña, Guillermo Castañeda, es limeño con un español propio de esa zona, el predominante en los espacios televisivos de TV Perú. “Mezclamos ambos usos porque refleja la realidad de la nación”, justifica. Esta mezcla de variedades dialectales ayuda a manifestar la idiosincrasia de la comunidad para la que se está informando y son las que, como dice el profesor Luis Albornoz (2002), contribuyen a reafirmar la identidad del país, por tanto, a preservarla.

En Estados Unidos, el inglés es la lengua mayoritaria entre la población estadounidense y, según relata Moro, dentro de este canal hispanoamericano se vive en inglés; sin embargo, la programación de Telemundo es íntegra en español. Esto no impide que en el plató se utilicen de forma natural palabras en el idioma anglosajón, como lengua mayoritaria que es de EE. UU. Un hecho que refleja la sociedad en la que viven estos hispanos.

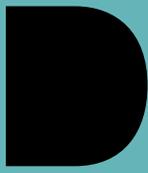
Por tanto, el objetivo de los directivos, al menos sobre el papel, es el de erigir las variedades propias como señas de identidad y, en la línea del investigador Arturo Barrios (2006), conciben el medio audiovisual como una plataforma idónea para la configuración de la identidad de los colectivos para los que comunican.

La importancia de oficializar: los libros de estilo (y deber de formación)

En el libro de estilo de Señal Colombia, no se hace referencia al uso de las variedades diatópicas entre las y los profesionales que aparecen en pantalla. Esto es así porque, a juicio de Tamayo, el respeto es lo que debe establecerse como principal guía de estilo dentro de la emisora. Considera “impensable” el hecho de rechazar a alguien por su variedad dialectal: “Es la calidad profesional y comunicativa del ser humano lo que cuenta porque lo que interesa es llegar al espectador de la manera más adecuada, directa y natural posible”.

Tampoco en el manual de TVE se hace alusión a las modalidades lingüísticas del español. Arias sostiene que no es necesario incluir este tipo de matices porque ya se ha normalizado que aparezcan todos los dialectos del idioma. En cualquier caso, para la directora de Centros Territoriales, es imprescindible que una televisión pública disponga de un manual que establezca cómo debe hablar un profesional de la comunicación.

Aunque el IRTP no posee un libro de estilo (sino un código ético), Jesús Solari estima de suma importancia el hecho de que exista un manual de consulta. “La ciudadanía tiene que estar conectada con nosotros y un manual de estilo es una manera de conseguirlo”, subraya. En este sentido, apunta que en TV Perú han comenzado a trabajar en un manual, cuyas conclusiones se empezarán a publicar en pequeños volúmenes.



A pesar de que la cadena estadounidense Telemundo no cuenta con un manual que decrete el modo en que el o la periodista debe emplear la lengua, Laura Moro piensa que debería ser algo “obligatorio”.

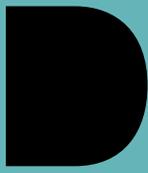
Conclusiones

Tras analizar los libros de estilo y poner en común los resultados con las y los responsables de las cadenas objeto de estudio a través de las entrevistas en profundidad, hemos comprobado, en primer lugar, que no existe, *a priori*, una imposición ni explícita ni implícita por parte de la cadena en lo que a variedad diatópica se refiere. Sin embargo, en todos los casos las y los responsables confirman la existencia de una modalidad estándar o neutra que predomina sobre el resto: en Perú, la costeña; en Colombia, la andina, y en España, la castellana. En el caso de Telemundo, es la variedad mexicana —y en menor medida la colombiana— la mayoritaria y considerada estándar durante muchos años.

Por tanto, en relación con las hipótesis planteadas, podemos concluir que no existe una imposición expresa hacia una variedad estándar (H2) o, al menos, no del todo. Fundamentalmente por dos motivos: en primer lugar, porque, aunque no haya un mandato expreso, como han reconocido sus responsables, no se escuchan variedades regionales entre los presentadores de informativos; en segundo lugar, porque los entrevistados admiten la existencia de una autoimposición de la modalidad considerada estándar por parte de las y los propios comunicadores. Esto ocurre, sobre todo, en los platós y en los programas informativos.

Este hecho nos lleva a preguntarnos: si no existe un criterio específico, ¿por qué se produce esta autoexigencia reconocida por las y los responsables? Una posible respuesta la encontramos en las palabras del director de Productores Delegados de Señal Colombia, Mauricio Tamayo. Asegura que, en el caso de la cadena colombiana, esto es una herencia de lo que se estudiaba en las universidades el siglo pasado. Algo que se puede vincular directamente con lo que ocurre en Telemundo, ya que esa “neutralización” de la que habla la entrenadora de comunicadores de esta cadena, Laura Moro, solo se produce entre los profesionales más veteranos. En el caso de TVE, estas costumbres de “la vieja escuela” pueden haber calado considerablemente entre las y los periodistas más jóvenes y podría ser el motivo por el que optan, *motu proprio*, por una modalidad neutra para comunicar, desmarcándose de la suya de origen. En otras palabras, las y los comunicadores hacen lo que han visto hasta ahora y aún nadie se ha atrevido a salirse de este corsé, probablemente, por miedo a que no acepten su variedad.

Esta hipótesis de la autoimposición (H2) queda limitada, fundamentalmente, a lo que ocurre en los platós. Cuando se informa desde una región, los entrevistados perciben una tendencia cada vez mayor a emplear las variedades propias de dicha zona. Algo que antaño rara vez ocurría y que, aunque de manera tímida, se va introduciendo cada vez más y podría servir de preludio de lo que, quizá, podamos encontrarnos en el futuro no solo en exteriores, sino en los estudios de televisión. Ya sea impuesta o autoimpuesta, esta adaptación a un neutro o estándar se produce de forma mayoritaria en los noticieros. Los programas de entretenimiento, como se suponía en la tercera hipótesis, quedan excluidos de estas exigencias en todos los casos.



Sin embargo, habíamos apuntado que si alguien se adapta a una variedad, siempre sería hacia la estándar, nunca hacia una regional. Señal Colombia nos demuestra que, a veces, ocurre lo contrario. En esta emisora sí se pide a las y los comunicadores que empleen modalidades regionales concretas en entretenimiento, precisamente para desmarcarse de ese centralismo imperante en los informativos. Lo hacen con un afán inclusivo y de mostrar la pluralidad del país, es decir, lo vinculan con la identidad cultural.

Podemos concluir que no consideran imprescindible el uso de una determinada variedad diatópica para que el mensaje llegue al espectador. Sí, en cambio, como arma identitaria: en unos casos como identidad de país (Perú, Colombia y España) y en otros como comunidad lingüística plural (Estados Unidos).

De hecho, las personas responsables de las cuatro televisoras coinciden en que lo importante es que el mensaje llegue a la audiencia. Inciden en el uso comunicativo del idioma, con el propósito de adaptar las expresiones, los modismos o el léxico en función de la zona. Prueba de ello es que existen puestos de trabajo, como el de Laura Moro en Telemundo, orientados exclusivamente a conseguir que el o la profesional pueda comunicar de forma eficaz y el mensaje llegue a toda la audiencia sin excepción. Queda, por tanto, probado el supuesto de que, en la cadena estadounidense (supranacional), lo que prima es la inteligibilidad (H4). Como se ve, en todos los casos, más que a la comunicación, vinculan el uso de las variedades dialectales con la identidad cultural (H4).

Esta importancia de la preservación de la identidad cultural —en donde se engloban las variedades dialectales propias— se refleja en el código ético de TV Perú. Cuando se menciona la necesidad de promover y mantener la “identidad cultural”, podríamos deducir que la televisión estatal peruana prioriza las diferentes variedades diatópicas propias sobre el resto de las modalidades ajenas a la nación. No obstante, al no hacer referencia directa al tipo de variedad que se prefiere, no podemos determinar, con la mera lectura de este código, si en ese concepto de identidad cultural se engloban todos los dialectos del país o si la preferencia es la de la modalidad estándar de la nación.

Existe unanimidad entre los y las responsables de los cuatro canales en que lo importante es que la persona que comunique lo haga de manera clara y en que se emplee la norma española de forma correcta. Por eso, prefieren desmarcarse de las modalidades, pues no las consideran necesarias. Algo que ya se desprende de los libros de estilo. Hablamos de Señal Colombia y TVE, las únicas que disponen de ellos: ambos manuales dejan claro que el idioma empleado en la cadena es el español y se hacen numerosas referencias al uso correcto del idioma. Sin embargo, poca atención se presta al uso de una variedad concreta entre las y los comunicadores televisivos, pues se refieren más a un empleo normativo de la lengua y al tipo de lenguaje utilizado que a las variedades dialectales del país. Es más, en el caso de TVE, solo se pretende evitar la “mala dicción” y la dicción no entiende variedades lingüísticas, puesto que, en cualquiera de ellas (tanto en las existentes en España como en las ajenas), es posible articular los sonidos de forma correcta sin que ello repercute en la variedad dialectal del idioma. Dicho de otro modo, en ninguno de los manuales analizados (sea libro de estilo o código ético) se pide a las y los comunicadores el uso de una variedad dialectal concreta, a diferencia de lo que pensábamos (H1).

Para las personas responsables de las emisoras que sí disponen de manual de estilo (Señal Colombia y TVE), el hecho de que cada uno hable en televisión de acuerdo con su modalidad se trata de una cuestión natural. De este modo justifican la no aparición de cuestiones dialectales en sus textos, pues consideran que no hay necesidad de dejar por escrito algo que se presupone. Quizá solo sea una manera de desmarcarse y no afrontar la realidad, porque, si realmente esto es cierto, ¿por qué no lo reflejan en un manual? Sobre todo, para animar, precisamente, al uso de otras variedades dialectales distintas a la considerada estándar, que es lo que (se supone) fomentan.

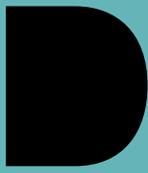


Encontramos incongruencias en este sentido. Por un lado, aseguran que no excluyen ninguna modalidad y, por otro, la propia Cristina Arias, directora de Centros Territoriales de TVE, reconoce que difícilmente admitirían a una persona de Cádiz (Andalucía, España), con su variedad originaria, presentando en la televisión pública española. Puede que, justamente, no se ponga por escrito porque, o bien incurrirían en una discriminación expresa (si reflejan en el manual este tipo de exclusiones) o faltarían a su código al no aceptar a estas personas. Esto choca con esa identidad cultural de la que tanto se presume en todo momento y cuyo esfuerzo por la preservación está tan presente en las entrevistas. Tal vez, queda todavía herencia de esa educación de finales del siglo XX de la que hablaba Tamayo y aún (consciente o inconscientemente) se siguen dejando llevar en las televisiones por esos modelos impuestos y estándares prototipos del “buen hablar” de los hispanos.

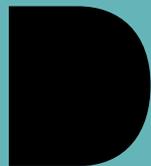
A partir de estas conclusiones, podríamos comparar de manera cuantitativa lo extraído de las entrevistas con lo que realmente encontramos en los programas de las respectivas televisoras en lo que al uso de las variedades dialectales del español se refiere. El paso siguiente consistiría en indagar directamente con las y los presentadores que se autocensuran las razones que los llevan a tomar esa decisión. Daríamos así respuesta real a preguntas como: ¿cuál es la verdadera presencia de los dialectos en los informativos y programas de las televisiones? ¿Cumplen en la práctica con los deseos y objetivos de representatividad e inclusión que anhelan sus responsables?

Referencias

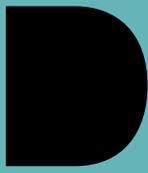
1. Albornoz, L. (2002). Televisión pública autonómica en España y normalización lingüística. El caso de Telemadrid: una cadena autonómica singular. *Área abierta*, 2, 1-17. <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB0202130005A>
2. Alvar, M. (1996a). *Manual de dialectología hispánica. El español de España*. (Vol. 1). Editorial Ariel.
3. Alvar, M. (1996b). *Manual de dialectología hispánica: El español de América*. (Vol. 2). Editorial Ariel.
4. Amorós, C. (2014). El “estándar”: tipología y definiciones. Su vinculación con la norma. *Revista Española De Lingüística*, 39(2), 37-61. <http://revista.sel.edu.es/index.php/revista/article/view/63>
5. Andión, M. (2020). Lectocentrismo y plurinormativismo. Reflexiones sobre la variedad desde el español – LE/L2. *Estudios filológicos*, 64, 129-148. <http://dx.doi.org/10.4067/S0071-17132019000200129>
6. Andión, M., González, M., & San Mateo, A. (2020). *¿Qué debe saber un profesor de ELE/L2?* UNED.
7. Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE). (2009). *Reunión plenaria de Academias de la Lengua Española*. En torno al Diccionario académico de americanismos. Sevilla 2-6 marzo 2009. Disponible en https://www.asale.org/sites/default/files/Dossier_Diccionario_Americanismos.pdf
8. Ávila, R. (2003). La pronunciación del español: Medios de difusión masiva y norma culta. *Nueva revista de filología hispánica*, 51(1), 57-79. <https://doi.org/10.24201/nrfh.v51i1.2203>
9. Barrios, A. (2006). Ciberperiodismo e identidad cultural, oportunidad y desafío. *Razón y palabra*, (49), 83. <https://www.academia.edu/download/103003898/arturobarrios.pdf>
10. Bazzocchi, G. (2006). El uso de la televisión en la clase de español como lengua extranjera. En *Enciclopedia del español en el mundo, Anuario Del Instituto Cervantes 2006-2007* (pp. 364-371). Círculo de Lectores, Plaza & Janés, Instituto Cervantes. Disponible en https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_06-07/pdf/ele_04.pdf



11. Chacón, C., & Reyes, F. (2005). El diario de televisión como experiencia didáctica promotora del aprendizaje autónomo del inglés. *Acción Pedagógica*, 14(1), 104-110. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2969710>
12. Constitución española de 1978 (España).
13. Constitución Política de Colombia de 1991 (Colombia).
14. Constitución Política del Perú de 1993 (Perú).
15. Constitution of the United States. 1787 (Estados Unidos).
16. Díaz, L. (2002). Creencias y actitudes sobre los usos fónicos «innovadores» del andaluz en los periodistas sevillanos en Canal Sur Televisión. *Tonos digital: Revista electrónica de Estudios Filológicos*, (3). <https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/40515>
17. Escobar, A. (1978). *Variaciones sociolingüísticas del castellano en el Perú*. Instituto de Estudios Peruanos. Disponible en <http://lanic.utexas.edu/project/laoap/iep/ddtlibro45.pdf>
18. Escudero, J., Delfín, L., & Gutiérrez, L. (2008). El estudio de caso como estrategia de investigación en las ciencias sociales. *Ciencia Administrativa*, (1), 7-10. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/estudio2008-1.pdf>
19. Espejo-Olaya, M. (29-29 de mayo de 2007). *El español de Colombia: variedad de habla posiblemente inigualable en Hispanoamérica*. III Coloquio Argentino de la IADA, La Plata, Argentina. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.14330/ev.14330.pdf
20. Fallas-Monge, J., & Sancho-Ugalde, M. (2013). Las variedades del español de Perú: un estudio desde la dialectología. *Revista Nuevo Humanismo*, 1(1). <https://doi.org/10.15359/rnh.1-1.3>
21. Flórez, L. (1963). El español hablado en Colombia y su Atlas lingüístico. *Thesavrvs*, 18(2), 268-356. <https://thesaurus.caroycuervo.gov.co/index.php/rth/article/view/2305>
22. Frago, J. (2022). Las variedades del español en la historia. En F. Moreno-Fernández & R. Caravedo (Eds.), *Dialectología hispánica* (pp. 264-280). Routledge.
23. García Mouton, P. (2023). *Lenguas y dialectos de España*. (11ª ed.). Arco Libros.
24. García Platero, J. (2011). El concepto de norma y el español meridional. El seseo y el ceceo, *Itinerarios: Revista de estudios lingüísticos, literarios, históricos y antropológicos*, (13), 85-95. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5856484>
25. González, J. (2003). La fonética de las hablas extremeñas. *Revista de estudios extremeños*, 59(2), 586-619.
26. Guyot, J. (2006). Diversidad lingüística, comunicación y espacio público. *Comunicación y Sociedad*, (5), 115-136. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i5.4014>
27. Harwood, J., & Vincze, L. (2015). Ethnolinguistic Identity and Television Viewing among Three Language Minorities in Italy, Romania and Finland 2011. *Journal of Social Issues*, 71(1), 73-89. <https://doi.org/10.1111/josi.12097>
28. Hernández, H. (2021). *Manual de estilo de Radiotelevisión Canaria*. RTVC.
29. Hualde, J., Olarrea, A., Escobar, A., Travis, C., & Sanz, C. (2020). *Introducción a la lingüística hispánica*. Cambridge University Press
30. Instituto Cervantes. (2023). *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2023*. Centro Virtual Cervantes. https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_23/



31. Instituto Cervantes. (2024). *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2024*. Centro Virtual Cervantes. https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_24/
32. Izquierdo-Castillo, J. (2017). ¿Quién ve la televisión? Revisión del modelo generalista en el espacio mediático convergente. *Trípodos*, (40), 31-54. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2017.40.31-54>
33. Kolstø, P. (2006). National symbols as signs of unity and division. *Ethnic and Racial Studies*, 29(4), 676-701. <https://doi.org/10.1080/01419870600665409>
34. León-Castro, M. (2016). *La presencia del andaluz en los medios de comunicación*. I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento: comunicracia y desarrollo social. Sevilla, Universidad de Sevilla. <https://core.ac.uk/download/pdf/132456998.pdf>
35. Lerner, I. (1997). La colonización española y las lenguas indígenas de América. *Colonial Latin American Review*, 6(1), 7-15. <https://doi.org/10.1080/10609169708569905>
36. López-Gavín, E. (2015). *Una revisión del sistema fonológico español: de Alarcos Llorach a la NGLE* [Tesis de doctorado]. Universidad de Santiago de Compostela. <https://core.ac.uk/download/pdf/75994694.pdf>
37. Mejía Navarrete, J. (2003). Técnicas cualitativas de investigación en las ciencias sociales. *Investigaciones Sociales*, 3(3), 223-256. <https://bit.ly/3szHJ3T>
38. Melloni, A. (1987). En torno al uso de la televisión en la enseñanza del español como lengua extranjera. *Lenguas Modernas*, (14), 153-162. <https://lenguasmodernas.uchile.cl/index.php/LM/article/view/45855>
39. Méndez, E. (2013). La enseñanza de la lengua en Andalucía y el andaluz en los medios de comunicación. En A. Narbona (Coord.), *Conciencia y valoración del habla andaluza* (pp. 257-329). Universidad Internacional de Andalucía, Sevilla.
40. Meyer, J., & Díaz-Reyes, D. (2017). Geolingüística de los lenguajes silbados del mundo, con un enfoque en el español silbado. *Géolinguistique*, (17), 99-124. <https://doi.org/10.4000/geolinguistique.373>
41. Mistinová, A., Serrón, S., Spinelli, E., & Penon, A. (2009). ¿Qué enseñar desde una perspectiva panhispánica. *Biblioteca Virtual redELE*, 20. <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:96a1cef4-e3ab-4815-8337-af7d88e3ded6/2010-esp-09-03mistinovaserron-pdf.pdf>
42. Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, (7), 69-84. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187>
43. Montes-Giraldo, J. (1982). El español de Colombia: propuesta de clasificación dialectal. *Thesavrus*, 37(1), 23-92. <https://thesaurus.caroycuervo.gov.co/index.php/rth/article/view/1206>
44. Moreno, F. (2010). *Las variedades de la lengua española y su enseñanza*. Arco Libros.
45. Mugglestone, L. (2008). Spoken English and the BBC: In the beginning. *AAA: Arbeiten Aus Anglistik Und Amerikanistik*, 33(2), 197-216. <https://www.jstor.org/stable/26430872>
46. Muñoz-Basols, J., & Hernández-Muñoz, N. (2019). El español en la era global: agentes y voces de la polifonía panhispánica. *Journal of Spanish Language Teaching*, 6(2), 79-95. <https://doi.org/10.1080/23247797.2020.1752019>
47. Obediente, E. (2007). *Biografía de una lengua: nacimiento, desarrollo y expansión del español*. Universidad Los Andes.
48. Pacheco, M. (2021). Dialectología histórica del español de América Central. Nivel fonético-fonológico. *Revista de Historia de la Lengua Española*, (16), 67-100. <https://doi.org/10.54166/rhle.2021.16.03>



49. Pimentel, V. (2016). *Actitud de los ciudadanos andaluces en cuanto al empleo del dialecto andaluz en los medios de comunicación audiovisuales* [Tesis de maestría, Minnesota State University]. Cornerstone: A Collection of Scholarly and Creative Works for Minnesota State University. <https://cornerstone.lib.mnsu.edu/etds/650/>
50. Pratt, M. (2014). Lenguas viajeras: hacia una imaginación geolingüística. *Cuadernos de Literatura*, 18(36), 238-253. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.CL18-36.lvig>
51. Preston, D. (1988). Change in the perception of language varieties. En J. Fisiak (Ed.), *Historical dialectology: Regional and social* (pp. 475-504). Mouton de Gruyter.
52. Roche-Olivar, R. (1998). El uso educativo de la televisión como optimizadora de la prosocialidad. *Psychosocial Intervention*, 7(3), 363-377. <https://journals.copmadrid.org/pi/art/1e4d36177d71bbb3558e43af9577d70e>
53. RTVE. (2020). *Manual de estilo de RTVE*.
54. Rodríguez, M. (2020). *El andaluz y los medios de comunicación audiovisuales. ¿Sufre la variedad dialectal andaluza una xenofobia lingüística?* [Trabajo de fin de grado, Universidad de Sevilla]. Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/items/3e5596fc-2e5a-4ef9-b152-07381c4b37f0>
55. Sánchez, M. (1992). *La lengua española y los medios de comunicación. Informe sobre los libros de estilo* [Ponencia]. Congreso de la Lengua Española. Sevilla.
56. Sanz, E. (2022). *El español en los medios de comunicación de Estados Unidos: Hacia una norma neutra o internacional. Análisis de la norma difundida por CNN en español* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Educación a Distancia]. Espacio UNED. <https://hdl.handle.net/20.500.14468/21656>
57. Señal Colombia. (2020). *Manual de producción y estilo*. Señal Colombia Sistema de Medios Públicos-Subgerencia de Radio.
58. Serrano, J. (2021). Dialectología perceptual y geolingüística del español de México. Análisis de una encuesta de Internet. *Signos Lingüísticos*, 17(34). <https://signoslinguisticos.izt.uam.mx/index.php/SL/article/view/337>
59. Simón, C. (1999). El origen del español en América. *Decires*, 2(2), 9-23. <https://doi.org/10.22201/cepe.14059134e.1999.2.2.57>
60. Sociedad Nacional de Radio y Televisión del Perú. (2021). *Código de ética*.
61. Solé, C. (1975). El español en los Estados Unidos: perspectiva socio-lingüística. *Thesaurus: Boletín del Instituto Caro y Cuervo*, 30(2), 318-337. https://cvc.cervantes.es/lengua/thesaurus/pdf/30/TH_30_002_110_0.pdf
62. Trudgill, P. (2000). *Sociolinguistics: An introduction to language and society*. Penguin UK.