

UNIVERSIDAD DE SANCTI SPIRITUS “JOSÉ MARTÍ PÉREZ”



FACULTAD DE HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES

**TÍTULO: LA REVISTA INFORMATIVA “ESPECTROS”, UN ESTUDIO DE
REALIZACIÓN Y AUDIENCIA.**

AUTORA: ILENN PLASENCIA MACÍAS

TUTORA: MSC. SUTAINA SOTOMAYOR RUIZ

CURSO 2013- 2014

DEDICATORIA

Para quienes con desvelo y amor han compartido conmigo los gratos y amargos momentos de mis años de estudio:

Mis padres Rafael y Eisy.

Mis abuelos Emilio, Hermina, Eddy y Maida.

Y a mis hermanos Ilienn y Jorge Félix.

Sin ustedes no podría haber llegado hasta aquí.

AGRADECIMIENTOS

A todos los que han hecho posible cumplir mis sueños:

A mis padres y abuelos que han puesto todo su empeño y ayuda, inculcándome que siempre el amor por el estudio.

A mi tutora de tesis MSc. Sustaina Sotomayor Ruiz, que con paciencia, dedicación y sabiduría me ha ayudado para la culminación de mis estudios a través de este trabajo.

Al MSc. Hugo Crespo Crespo Director de la Revista "Espectro" y al colectivo de realización de la misma por su ayuda desinteresada.

A mis profesores que me brindaron lo mejor de sus conocimientos durante estos años de estudio.

A la Revolución y su sistema educacional que me han permitido soñar hasta poder convertirme en una profesional para brindar lo mejor de mí en el futuro.

A todos muchas gracias.

RESUMEN

El presente Trabajo de Diploma dedica sus páginas a estudiar la radio teniendo en cuenta que es uno de los medios de comunicación más importante. En atención a este tema se realiza una investigación desde una perspectiva cualitativa con el objetivo general de determinar los criterios de la audiencia que están presentes en la realización de la revista informativa "Espectros" de la emisora *La Voz de Cabaiguán* para lo cual se utilizaron diferentes métodos y técnicas como el análisis de documentos, la observación científica, la realización de audiciones y se entrevistaron los principales miembros de su colectivo; así como, se encuestaron los trabajadores de la Fábrica de Tabacos "Bauzá" hoy "Alfredo López Brito", asiduos oyentes del programa. Los resultados obtenidos evidencian que el consumo de la programación de la revista y su nivel de satisfacción están ligados a la calidad de la recepción en la señal, así como por su buena programación, destacándose los espacios culturales, informativos, históricos y de facilitación social que se distinguen por el empleo de un lenguaje asequible. A pesar de contar con los recursos necesarios para su realización, aún tiene algunas carencias como la ausencia de un móvil radio, transporte adecuado para dirigirse a lugares alejados y limitaciones para comunicarse con los oyentes por la red telefónica.

SUMMARY

Diploma's attendee Work dedicates his pages to study the radio considering that it is more important media's one. Espectros of the broadcasting station accomplishes an investigation from a qualitative perspective with the general objective to determine the audience's criteria that are present at the realization of the newsmagazine himself in view of this theme Cabaiguán's Voice for which they utilized different methods and techniques like the documentary analysis, the scientific observation, the realization of auditions and the principal members of his bus had an interview; That way like, Alfredo López Brito, hearing habitués of the program polled the workers of Tabacos Bauzá's factory themselves today. The obtained results evidence that the consumption of the programming of the magazine and his level of satisfaction are related to the quality of the reception in the sign, that way I eat for his good programming, standing out the cultural spaces, news programs, historic and of social facilitation that they are noted for the job of an accessible language. In spite of having the necessary resources for his realization, still you have some scarcities like the absence of a movable radium, transportation made suitable to go to faraway places and limitations to get in touch with the unregistered students for the phone net.

ÍNDICE	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. REFERENTE TEÓRICO	6
1.1 Los medios de comunicación. Surgimiento y desarrollo	6
1.1.1 La radio como medio de comunicación.....	11
1.1.2 La programación radial. Sus características.....	19
1.2 Los estudios de recepción y audiencia: Caracterización general	24
1.2.1 Mediciones de audiencia.....	28
1.2.2 Análisis de audiencia.....	29
1.2.4 Objetivos del estudio de audiencia.....	31
1.2.5 La audiencia en la radio.....	32
CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	34
2.1 Estrategia Investigativa	34
2.1.1 Conceptualización y operalización de las variables.....	35
2.2 Resultados en la aplicación de los métodos y técnicas empleados	41
2.2.1 Resultados del análisis de documentos.....	41
2.2.2 Resultados de las observaciones.....	42
2.2.3 Resultados de las audiciones.....	44
2.2.4 Resultados de las entrevistas.....	45
2.2.4.1 La revista informativa "Espectros" desde la mirada de sus realizadores.....	46
2.2.5 Resultados de la encuesta aplicada a la audiencia.....	49
CONCLUSIONES	53
RECOMENDACIONES	54
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

En distintos países se ha visto que intentar cambiar la manera de producir de los medios, o sus conceptos editoriales, es misión casi imposible; sin embargo, es factible propiciar espacios para que toda la sociedad reflexione sobre su misma recepción y sea capaz de situarse de manera crítica ante ellos.

Como señala Rodrigo Alsina, la historia de la *Mass Communication Research* está dominada por la consigna positivista “*Saber para preveer, preveer para poder*”,¹ de esta forma, desde el comienzo, el área de estudio privilegiada ha sido la teoría de los efectos sobre las audiencias, esto es, conocer cuáles eran las reacciones del público frente a las propuestas mediáticas con el objeto de obtener las claves para conducir el comportamiento de las masas.

Dentro de los medios de comunicación, la radio es el que observa más de cerca la trayectoria de cualquier fenómeno que se produzca en esta área y el que gana mayor credibilidad por su inmediatez. Aunque únicamente se aprecian las palabras y la música que puedan incluirse en mensajes publicitarios, su señal se escucha hasta en los lugares de trabajo u oficina, acompañando a todo tipo de personas y permitiendo que sea el medio más cercano a ellas.

Cuba fue una de las pioneras en América Latina en desarrollar la radio y la televisión en 1922, lo que significó un gran paso de avance, especialmente para los radioaficionados, ya que de sus entrañas habían surgido las primeras emisoras.

Es notable el crecimiento de la radiodifusión nacional desde entonces, pues ha evolucionado y consolidado sus producciones y transmisiones en correspondencia con las grandes transformaciones tecnológicas por las cuales ha transitado desde la década de los años veinte, hasta el último decenio de la pasada centuria, signado por la revolución digital y la llegada de Internet.

Por otra parte, la provincia de Sancti Spíritus en 1923 escucha las primeras transmisiones radiales las que fueron evolucionando hasta la actual emisora

¹ Alsina, 1989.

provincial de radio que se enclavó inicialmente en Trinidad trasladándose después en 1944 a la ciudad de Sancti Spíritus y constituyendo el vehículo para la transmisión de los momentos más trascendentales de la vida económica, política y social del territorio.

El Instituto Cubano de Radio y Televisión, más conocido como ICRT, surgido el 24 de mayo de 1962 acuerda en el año 2003, la construcción de una emisora de radio en uno de sus municipios, Cabaiguán, es entonces cuando el 5 de septiembre de 2004 se funda en este territorio la planta radial con el nombre de CMGI *La Voz de Cabaiguán*, pero no es hasta el 29 de septiembre del propio año que sale al aire el primer programa llamado “Espectros”.

Este programa es una revista variada, que se ha mantenido por espacio de ocho años ya que constituye un referente informativo y de facilitación social que cumple con un plan temático por orientaciones de la provincia en correspondencia con las necesidades de la comunidad.

Sin embargo, el trabajo “Estudio de audiencia de la Emisora CMGI La Voz de Cabaiguán” (Mirabales, 2011); así como otras investigaciones sobre la radio en este municipio, han demostrado que los niveles de satisfacción de la audiencia con respecto a los programas transmitidos son poco estudiados. Este desconocimiento por parte de los realizadores, acentúa los mitos populares asociados a su práctica e incide en que la población potencialmente activa para escuchar radio, no se motive por este medio.

Los índices de radioescucha y la importancia que tiene investigar en este sentido, avalan la decisión de estudiar, en esta comunidad, los comportamientos en la realización y audiencia de la revista antes mencionada lo cual hasta el momento no se había hecho. Se tuvo en cuenta también como fortaleza para la investigación, la existencia de la Emisora y que este es uno de los programas más antiguos e interesantes que en ella se transmite.

Por todo ello decidimos plantear como **problema científico** del presente trabajo:

¿Qué criterios de la audiencia están presentes en la realización de la revista informativa “Espectros” de la emisora *La Voz de Cabaiguán*?

Objetivo general:

- Determinar los criterios de la audiencia que están presentes en la realización de la revista informativa "Espectros" de la emisora *La Voz de Cabaiguán*.

Objetivos específicos:

- Caracterizar la realización de la revista informativa "Espectros" de la emisora *La Voz de Cabaiguán*.
- Evaluar los criterios de información sobre la audiencia que posee el equipo de realización de la revista informativa "Espectros".
- Identificar los criterios de la audiencia sobre la revista informativa "Espectros" de la emisora *La Voz de Cabaiguán*, en el período julio-diciembre 2014.

De acuerdo a lo anterior decidimos plantear como **hipótesis** de la investigación la siguiente:

Los criterios de la audiencia que están presentes en la realización de la revista informativa "Espectros" de la emisora *La Voz de Cabaiguán* están asociados a sus necesidades socioculturales.

Para la investigación se utiliza la metodología cualitativa y es de tipo descriptiva pues se asienta en describir un fenómeno determinado o situación planteada la cual se realiza con el propósito de detallar situaciones y eventos buscando especificar los criterios de la audiencia que se evidencian en la revista informativa "Espectros", los cuales son sometidos al análisis y se miden independientemente.

Está marcada por la implementación del método etnográfico cuya aplicación se dedica a temas relacionados con la cultura, estilos de vida culturales, conocimientos del individuo como un hecho cultural. Permite obtener descripciones sobre el conocimiento de la cultura, patrones de interacción y relación individuo-sociedad.

Tiene como fuente fundamental la observación participante, la entrevista, y la encuesta.

La observación participante, fue utilizada específicamente en el trabajo dentro de la emisora con el objetivo principal de conocer cómo se produce la realización técnico-

artística del programa, indagando sobre el equipamiento, la preparación y el control técnico.

La entrevista al personal seleccionado y la encuesta arrojaron datos de suma importancia, el último se utilizó para esclarecer el nivel de satisfacción de los oyentes en correspondencia con sus necesidades; así como sus criterios acerca de la realización del programa.

También fue empleada, como otra técnica, la audición de programa radial, siendo "Espectros" la seleccionada para el estudio y la revisión documental donde se consultó información sobre los medios de comunicación, la radio, su evolución histórica, realización y audiencia siguiendo un orden de lo general a lo particular.

También se analizaron la realización artística mediante las temáticas que son tratadas, como surge la idea, el guión, la retroalimentación teniendo en cuenta los criterios de la audiencia y dentro de ella, los componentes organizativos, comprobados mediante equipo de trabajo, los trabajos de mesa, las secciones y cortes.

La muestra utilizada es no probabilística intencional y estuvo constituida por 5 realizadores de la revista, entre ellos el director (fundador), un periodista, la locutora, la persona que atiende supervisión y control de la calidad y el realizador de sonidos los que fueron entrevistados. También se aplicó una encuesta a 232 personas, de ellas 174 mujeres y 58 hombres que laboran en la Fábrica de Tabacos "Bauzá" hoy "Alfredo López Brito" de Cabaiguán donde se oye asiduamente la revista por lo que la selección fue intencional no probabilística.

La novedad de este trabajo consiste en que estudia las necesidades, gustos, preferencias y expectativas de la audiencia a la que va dirigido el mensaje radiofónico. Precisamente la satisfacción de estas necesidades es el objetivo final, por ello, los resultados de las entrevistas, encuestas y exploraciones de audiencia para conocer su opinión, son instrumentos de gran valor al planear la programación y medir la calidad de ésta.

Sin los resultados de las investigaciones socioculturales se rompería la interrelación sistémica entre los instrumentos de planeamiento, ejecución y control de la calidad de la programación y se le privaría del rigor científico que requiere.

La estructura de la Tesis está compuesta por dos capítulos. En el primero se abordaron los presupuestos teóricos relacionados con la evolución y desarrollo de los medios de comunicación, haciendo énfasis en la radio y el estudio de la audiencia en general. Un segundo capítulo dejó claro los resultados generales del presente estudio.

CAPÍTULO I. REFERENTE TEÓRICO.

1.1 Los medios de comunicación. Surgimiento y desarrollo.

La comunicación humana tiene su origen en el propio surgimiento del hombre como ser social. La necesidad de vivir en comunidad, como solución a los continuos retos naturales, y el desarrollo del trabajo como actividad social fueron los detonantes del surgimiento y evolución de la palabra y el pensamiento respectivamente.

Kaplún (citado en Saladrigas, 2005), sostiene que “etimológicamente, el término comunicación proviene del latín communis: poner en común algo como otro. Es la misma raíz de comunidad, de comunión: expresa algo que se comparte, que se tiene o se vive en común”.

En el propio texto, Kaplún (2005), hace referencia a la coexistencia de dos formas de entender la comunicación. La primera de ellas considerada como el “acto de informar, de transmitir, de emitir. Verbo. Comunicar”. La segunda, como referencia al verbo comunicarse, precisando el “diálogo, intercambio; relación de compartir, de hallarse en correspondencia, en reciprocidad”.

La comunicación es quizá el proceso fundamental que permitió el desarrollo social del hombre a través de los signos y el lenguaje, el estudio de ella es relativamente nuevo. Aunque ya los griegos hablaban de la retórica y planteaban un modelo de comunicación muy elemental, las investigaciones más profundas se elaboraron durante el siglo XX.

Puede apreciarse que Kaplún declara con certeza que en el acto de la comunicación, además de informar o emitir mensajes, resulta imprescindible el intercambio, la relación de compartir, participar y asumir posiciones.

Con frecuencia la comunicación es caracterizada, y practicada, como un proceso de transmisión de significados que transcurre desde un emisor a un receptor utilizando algún tipo de canal. Se considera como un proceso vertical, unidireccional que tiende fundamentalmente al control y la manipulación. En este caso, el receptor constituye un sujeto pasivo en el proceso.

“Según su contenido, el proceso comunicativo ha sido conceptualizado históricamente desde una perspectiva de transmisión de información (paradigma informacional): aquí se ubican diversos modelos como los de Lasswell, Shannon, Schramm y Berlo” (Alonso y Saladrigas, 2006).

Los estudios comunicativos tienen sus inicios en Lasswell y su teoría hipodérmica. Sin embargo, según Sanz de la Tajada, “no se puede hablar realmente de una verdadera ciencia de la comunicación, hasta finales de la década del 40 del siglo XX, cuando se hacen públicas las obras N. Wiener y C. E. Shannon” (1994).

Sobre el tema, Alsina, señala: “El modelo de Shannon desempeñó un papel semejante al de Lasswell en el afianzamiento de la teoría de la comunicación...en él se estudia el fenómeno de la comunicación a partir de la metodología de las denominadas ciencias exactas”. (Citado en Saladriga, 2005).

La teoría matemática de la comunicación o teoría de la información de Shannon, tenía como finalidad principal hacer pasar a través del canal, la máxima información con las mínimas interferencias y la máxima economía de tiempo y energía.

El modelo de Schramm, por otra parte, apunta al desarrollo de la investigación dentro de la “Mass Communication Research” y recoge la teoría de los efectos limitados de los medios de comunicación.

Alsina, plantea que para Schramm:

Comunicar significa compartir, establecer una cierta participación con alguien; para que se produzca esta comunicación, es necesaria la existencia de tres elementos:

- a) Una fuente, que puede ser una persona o una organización informativa.
- b) Un mensaje, que puede utilizar distintas formas expresivas: la escritura, la imagen.
- c) Un destino, que corresponde a una persona o auditorio. (Citado en Saladriga, 2005).

Este modelo, aunque tiene puntos de contacto con los anteriores, aporta nuevos elementos como la retroalimentación (feedback) y el reconocimiento de la relación dialógica entre fuente y destino.

Actualmente, se proponen modelos de comunicación participativa. Estos modelos, según Alonso y Saladrigas, (2006), se refieren a “hacer común, compartir experiencias: ubicamos aquí un conjunto de modelos de más actualidad, como el semiótico, el de la acción participativa y el paradigma cultural latinoamericano”.

Es evidente que, la comunicación en esta perspectiva constituye un proceso de interacción por el cual los seres humanos comparten experiencias en igualdad de condiciones para acceder al diálogo y la participación. Es decir, los sujetos sociales se reconocen en su diferencia, construyendo activamente una nueva realidad social.

Teniendo en cuenta el intercambio y diálogo entre los participantes en el proceso de comunicación, Martín (1987), plantea que “...comunicar es hacer posible que unos hombres reconozcan a otros hombres, y ello en doble sentido: les reconozcan su derecho a vivir y pensar diferentemente y se reconozcan como hombres en esa diferencia. Eso es lo que implica y lo que significa pensar la comunicación desde la cultura”.

Por otra parte, Goldhaber, aborda que el proceso de comunicación se puede manifestar de tres formas diferentes: “como un proceso transaccional, personal o seriado”:

El primer caso implica que la comunicación es un proceso recíproco donde los interlocutores se afectan mutuamente. La comunicación como proceso personal, involucra las particularidades de las personas. Cada una de ellas es diferente al resto, por tanto, la forma de percibir las cosas que le rodean también. De acuerdo a sus percepciones, conducta y forma de manifestarse, las interpretaciones que cada individuo le da a los mensajes también serán diferentes. (Citado en Trelles, 2004)

En la comunicación como proceso seriado, una o más personas emiten y reciben mensajes, que reproducen a través de canales hasta que llegan a su destinatario. Durante este proceso los mensajes pueden sufrir tergiversaciones.

Si bien se reconocen diferentes tendencias en cuanto a la comunicación, resulta necesario decir que existen espacios, contextos y canales que favorecen más a la unidireccionalidad, o sea a la transmisión de información, mientras otros al diálogo. Los espacios grupales e interpersonales son los ideales para establecer el diálogo,

mientras que los medios masivos resultan más unilaterales y lineales, aunque presentan otras ventajas asociadas ineludibles.

Muriel y Rota clasifican los canales en mediatizados y directos. Los primeros “son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes, y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo, como la radio, la televisión, el teléfono, el télex y otros”. (Citadas en Trelles, 2004).

A su vez, al referirse a los canales directos plantean: “dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. Por ejemplo, hablar, escuchar, indicios no verbales”.

La comunicación se presenta como un proceso que articula los marcos de atención colectivos de las poblaciones post industriales. Se establece, de este modo una estructuración del flujo comunicativo a partir del concepto de conductibilidad, ya sea ésta total o mínima. En este punto, la gran preocupación del Funcionalismo comunicativo no deja de ser el tema de la recepción y del receptor. No es extraño que gran parte de los estudios funcionalistas vayan a girar sobre la elaboración de modelos comunicativos en los que las técnicas de persuasión social tengan una relevancia básica.

La complejidad del mundo contemporáneo, marcado por el desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación, las prácticas globalizadoras y la consecuente redefinición de los procesos identitarios, el creciente predominio de conglomerados transnacionales y otras muchas tensiones entre las que hoy se debaten las sociedades, ha potenciado significativamente la legitimación social e importancia de la comunicación. (Alonso y Saladrigas, 2006).

Los efectos de los medios de comunicación constituyeron durante mucho tiempo el objeto de estudio central de la joven Teoría de la Comunicación. El desarrollo de los medios masivos en las primeras décadas del siglo XX, sobre todo en Estados Unidos, marcaría el inicio de los estudios en el campo de la comunicación. Desde entonces firmas comerciales y publicitarias demandarían del conocimiento de los

efectos de los mensajes en el público para así aumentar los beneficios en un mercado que se tornaría cada vez más competitivo.

A tales exigencias comerciales se añadió pronto el interés político: se precisaba medir los efectos de la propaganda y la persuasión política en pos de ganar cohesión interna y resistencia nacional a la vez que potenciar la guerra psicológica externa. La naturaleza de estas investigaciones condicionó los métodos y técnicas utilizados para detectar los efectos de los medios. (Alonso y Saladrigas, 2006).

En la misma medida en que los medios masivos de comunicación fueron expandiendo sus horizontes y desarrollándose tecnológicamente, surgieron otras interrogantes que buscaban respuesta en investigaciones de estructura metodológica similar a la de la escuela norteamericana, pero que irían incorporando los aportes de disciplinas como la psicología, la sociología, la antropología, la semiótica, la etnografía y las ciencias políticas.

Si bien, en la actualidad la comunicación ha adquirido una nueva dinámica porque atraviesa todas las esferas de la vida individual y colectiva de los hombres, al abordar el papel que tienen los medios de comunicación en la sociedad actual, más allá de entrar en realizar aquí una caracterización de los mismos o describir sus funciones, implicaciones o aspectos vinculados a lo que denominamos el ámbito social, cultural y educativo conviene subrayar que una de las cuestiones que está en juego y motiva su estudio, desde la educación, es el poder que, de hecho, tienen estos medios para vehicular contenidos, percepciones y referentes de todo tipo que van a ser muy tenidos en cuenta por los ciudadanos. (Fernández, 2011)

Así, hoy, más que nunca, se hace necesario entrar en el mundo de la comunicación desde una postura crítica, que conlleva a la vez, reflexión y escepticismo y que nos hace estar en duda permanente sobre la función que ejercen los medios de comunicación y cómo tenemos que interrogarnos sobre los productos mediáticos que están siendo consumidos por la población infantil, juvenil y mayores.

Esto no está en contradicción con el hecho de que la construcción social de la determinación de la influencia de los medios de comunicación masiva en la vida particular y pública de sus receptores y en los procesos que operan en el nivel de las

macro estructuras sociales ha resultado, hasta hoy, un asunto harto difícil; sobre todo cuando se trata de consensuar los modos, los tipos y el “volumen” de esas influencias en personas y procesos sociales concretos. Por ello, “este terreno ha sido siempre – según se constata en la bibliografía recopilada al respecto – prolijo en indagaciones empíricas y fecundo en controversias teóricas” (Fonseca, 2007).

La comunicación de masas muestra en su naturaleza y funciones, diversos rasgos que le hacen un instrumento único al servicio de la sociedad para la solución de distintas tareas; ya que mediante la misma resulta posible proveer al pueblo de un conocimiento real, provocar actitudes hacia objetos relacionados con sus intereses, conformar opiniones y evaluaciones, y servir de estímulo para la descarga emocional producto de los acontecimientos actuales. El análisis de la audiencia y recepción es una corriente teórica de las ciencias de la comunicación que ofrece interesantes posibilidades para la investigación, desde el principio, los investigadores estuvieron preocupados por los efectos que los medios empezaban a surtir sobre las audiencias (Serrano, 2006).

Una panorámica de etapas en las investigaciones comunicológicas especialmente vinculadas con la recepción de sus mensajes, permite no sólo observar el desarrollo en el campo estrictamente teórico, sino de las urgencias prácticas del desarrollo de los medios de comunicación masiva su evolución, tanto de la base tecnológica como de las demandas sociales a ellos formuladas por las sociedades que los enmarcan en cada momento histórico de ese desarrollo. (Fonseca, 2007).

En sentido general, la comunicación no se reduce a una simple relación entre sujetos, situados en un contexto determinado. Más que ello, implica intercambio y diálogo, que propician la participación. Si se pretende intervenir en el contexto comunitario para estimular un cambio social, estos elementos no pueden descuidarse.

1.1.1 La radio como medio de comunicación.

Según la presencia que el medio tiene en la sociedad, es preciso afirmar en primer lugar, que la radio goza de una alta penetración social, temporal, espacial y de una amplia difusión popular. Se trata de dos fenómenos íntimamente relacionados. La alta penetración social de la radio se refleja en el elevado número de receptores que puede atrapar, que son sólo un reflejo numérico de la presencia constante que el medio tiene en la sociedad.

Esta destacada penetración social va acompañada, además, de una elevada penetración temporal que se traduce en la capacidad que tiene un canal radiofónico para emitir ininterrumpidamente las veinticuatro horas del día a lo largo de todo el año. Además, la penetración espacial de la radio confiere al medio una gran versatilidad y diversidad de ámbitos físicos, tanto de emisión como de recepción. La Radio no se clasifica solamente como medio de más fácil acceso para la población es un medio en sí y cumple funciones ideológicas y persuasivas. (Herrera 2011).²

La radio por ser un medio de comunicación tiene, además, la habilidad de intervenir en la formación de hábitos y gustos mediante la socialización, proceso del cual forma parte. En la socialización aprendemos lo que somos y seremos es por ello que este medio puede contribuir a la difusión de problemáticas relacionadas con diversos factores de la vida.

En la búsqueda y obtención de la calidad en la radio es necesaria la utilización de instrumentos que permitan planear, ejecutar y controlar todas las acciones que se acometen antes y después de la emisión de programas. Estos instrumentos actúan en relación sistémica, por lo que tienen una estrecha conexión entre sí. Ellos son:

Estudio del Espectro Radiofónico del Territorio. Se denomina espectro, en el universo radiofónico, al conjunto de señales de emisoras que habitual o sistemáticamente se captan o sintonizan en un territorio determinado y que resultan opciones permanentes para la audiencia. Éste permitirá ofrecer opciones diferentes y por lo tanto satisfacer un mayor número de necesidades, gustos y preferencias de los radioescuchas. A partir del estudio del espectro de la provincia, el territorio o

² La radio como medio para la participación. Disponible en [http:// www.infoamerica.org](http://www.infoamerica.org)

municipio, es que se hace posible determinar características generales inherentes a la radio en su conjunto, horarios y frecuencias en relación con funciones, temas priorizados, intencionalidad de destinatarios, formas, entre otros elementos.

Equipo de Trabajo. Es el equipo primario, la organización base indispensable de cuya interrelación depende en gran medida la calidad de cada emisión radial. Está compuesto fundamentalmente por el escritor (desarrolla un tema o adapta una obra para el medio radial), el asesor (recomienda, valora, sugiere) y el director (de quien depende la realización radial) Los demás integrantes del equipo son: locutor, actores, especialistas con secciones fijas, periodistas, realizadores de sonidos, musicalizador, efectista y editor y todas las personas que, de una forma u otra, compongan el equipo de realización.

Los locutores o actores. Los locutores deben poseer un amplio manejo de la información de actualidad; objetividad; una adecuada formación cultural, científica y capacidad de improvisación. Su estabilidad y permanencia en el programa son indispensables para lograr habitualidad. En ocasiones se incluyen otras voces (locutores) de apoyo, para determinados trabajos, que se insertan como parte integrante de un programa. Estas voces de apoyo deben estar compensadas y al ritmo que mantienen los locutores principales.

El realizador de sonidos, efectista o musicalizador deben mantener un stock de efectos, spots, música incidental y todos los elementos necesarios que conforman la sonoridad de los programas, para que el espacio tenga un sello que los distinga y que a la vez se inserten dentro de la sonoridad general de la emisora.

La propaganda directa debe estar en correspondencia con los contenidos y con la estructura planificada, por lo que es necesario que estén al tanto de los contenidos que se incluirán semanal o mensualmente en los programas. Los periodistas o reporteros que redacten informaciones, o reporten "in situ", deben tener contacto permanente con el director para seleccionar los temas, y su tratamiento y duración al aire. Si se utilizan colaboradores, corresponsales o especialistas, estos igualmente deben tener una relación permanente con el director.

Pueden ser utilizados otros especialistas como productores musicales, asistentes de programas, fonotecarias, etc. Cada uno de ellos tendrá asignada una función o varias que el director es quien las determina, previa coordinación con estos en el momento que se diseña el espacio antes de salir al aire por primera vez.

El Colectivo de Programa. Es quien garantiza el planeamiento de los contenidos del espacio según su objetivo y perfil. Valora críticamente los diversos aspectos que integran la realización del programa, desmontándolos en los mismos elementos que se utilizan en el monitoreo. La responsabilidad de la celebración de los Colectivos de Programas es del Subdirector o Jefe de Programación, según corresponda y los Jefes de Redacción y Directores de Programas que serán los que regirán directamente esta actividad. En el Colectivo de Programa deben participar todos los especialistas que intervienen en su realización. La participación en el Colectivo de Programa es parte del contenido de trabajo del personal de realización y por lo tanto se tendrá en cuenta en la planificación del trabajo del mismo.

La frecuencia con que debe celebrarse varía teniendo en cuenta las mayores o menores dificultades que presente el programa y sus resultados cualitativos. Se recomienda que en los programas en vivo, se debe hacer más a menudo que en el caso de los grabados; al menos una vez al mes. Pueden ser invitados a los Colectivos, especialistas o colaboradores que puedan contribuir con sus criterios y opiniones a elevar la calidad del programa. Debe dejarse constancia escrita de lo tratado y de los acuerdos tomados.

El Consejo de Programación. Es el instrumento teórico-metodológico con que cuentan las áreas de programación de las entidades radiales. En él se reúnen periódicamente sus diferentes representantes: Jefe de Redacción, Especialistas, Asesores, Directores de programas y cuantas personas sea necesario integrar al mismo, de acuerdo a los temas a debatir. Este espacio de trabajo debe realizarse de forma mensual.

El Trabajo de Mesa. Un instrumento metodológico eficaz y necesario que posibilita, al equipo que interviene en la realización del programa, un amplio dominio de lo que va a salir al aire. Ofrece, además, la posibilidad de subsanar errores, precisar ideas,

ampliar conceptos, enfatizar en determinados temas, etc. Permite evaluar críticamente al espacio y proponer, si es preciso, modificaciones a los elementos que lo conforman a fin de que la emisión tenga el máximo de calidad.

La trascendencia del Trabajo de Mesa hace necesario establecer su carácter obligatorio antes de la salida al aire del programa, o la grabación del mismo. De igual forma es obligatoria la participación, en él, de todos y cada uno de los miembros del colectivo de realización.

El Consejo Artístico. Es el encargado de realizar, periódicamente, la evaluación de las especialidades artísticas en las emisoras radiales. Contribuye a la distribución de carga de trabajo del personal artístico en la emisora. Otorga categoría artística a los evaluados y propone los cursos de capacitación para solucionar las dificultades que señala, así como recomienda en cuanto a la idoneidad de los evaluados. Estos se constituyen en las emisoras nacionales y provinciales.

Los Talleres Técnico Artísticos. Contribuyen a perfeccionar la calidad de la programación, así como elevar el universo teórico de todos los que participan en la labor radial. Existen tres fuentes para la instrumentación de los Talleres Técnico – Artísticos:

1. Las Fuentes Teóricas que están constituidas por conferencias, ponencias y documentos especializados. Pueden o no requerir de la audición de programas o fragmentos de éstos.
2. Las fuentes opináticas son las que de manera representativa reflejan los criterios y opiniones especializadas o populares, encuestas, radio – debates, críticas especializadas y fundamentalmente, la consolidación y resultados de monitoreos sistemáticos realizados por especialistas. Esta fuente también requiere como segundo paso la audición del programa seleccionado o un fragmento representativo de éste.
3. Las Fuentes Prácticas parten de la audición de uno o varios programas seleccionados por su alta o baja calidad técnico – artística o por su temática o por su novedad, etc. Según sean los objetivos que se han trazado para el taller.

En todos los casos que lo requiera pueden combinarse las fuentes, siempre que redunden en el logro del propósito del Taller. La periodicidad de los talleres estará dada por las dificultades que presenten determinados programas, o tiras de programación, o el personal artístico o técnico de la emisora.

El Expediente de programa o Ficha Técnica. Cada espacio debe tener un expediente donde se incluyen todos los elementos, formales y de contenidos, explicados de manera más específica, que en la Ficha Técnica. Se debe reflejar en detalles las secciones que incluye, los objetivos secundarios, las formas de locución, técnicas de dirección que se emplean, temas a tratar en general, planes temáticos, y todos los elementos que se requiera incluir.

Este trabajo se debe hacer de conjunto director – escritor – asesor, como lo plantean los Artículos décimo primero y décimo segundo de la Instrucción 2 del 2001 del Vicepresidente del ICRT. Los expedientes también deben contener las actas de reuniones de trabajo, colectivos, monitoreos, además de premios obtenidos en concursos nacionales e internacionales, participación en forums de ciencia y técnica y otros.

El expediente del programa constituye en su conjunto, más que un instrumento de trabajo diario, la historia del desarrollo y evolución del espacio.

Los Monitoreos. Es escuchar atentamente un programa directamente del radiorreceptor y aplicar un método o técnica de desarrollo específico para detectar virtudes o defectos cualitativos. Examina un programa, estudia sus cualidades, averigua su idoneidad, indaga si cumple o incumple los requisitos de calidad establecidos. De este análisis se desprenden las medidas que son necesarias para resolver los aspectos negativos y reforzar los positivos.³

Los indicadores que a continuación aparecen son aplicables a todo tipo de programas, por lo que el especialista en monitoreo utilizará aquellos que se ajustan a los formatos de los espacios que son objeto de su análisis:

³ Tomado de Manual de la Calidad Radial

1. Guión. Estructura Adecuada. Frontis. Órdenes de sonido (incluyendo los nombres de los números utilizados como música incidental; créditos musicales; planos sonoros; cortinas; efectos; curva de interés). Complejidad atendiendo a la categorización del guión.
2. Órdenes de Locución: Acotaciones para pausas, tono, ritmo, intencionalidad.
3. Actualidad o intemporalidad de los temas.
4. Presentación y despedida: Correspondencia con la Función, Forma y Destinatario y con el diseño sonoro del programa y la emisora.
5. Locución: Correspondencia del tono ritmo e intencionalidad con los temas que trata. Balance de voces. Nivel de relación afectiva con el público (empatía). Calidad de los diálogos: coherencia, relación con el o los temas, utilidad de los mismos para el enriquecimiento del programa. Utilización adecuada del idioma. Nivel de improvisación: lenguaje directo, claro. Tono: (Feriado, alegre, triste, pesimista, optimista, sobrio, conversacional, didáctico, intimista, romántico, etc.). Correspondencia con los temas que trata, la función, la forma y el destinatario del programa. Interpretación correcta de la línea melódica del idioma en nuestro país. Conocer las normas básicas del habla. Ritmo: (Dinámico, intermedio, lento). Correspondencia con los temas que trata, la función la forma y el destinatario del programa. Intencionalidad: Valor de ésta en el enriquecimiento y reafirmación del mensaje. Correcta articulación, pronunciación clara y precisa, atropello, omisiones o cambios de fonemas. Seguridad y confianza. Identificación con el mensaje para lograr credibilidad y confianza. Nivel de originalidad en el estilo (sin imitaciones).
6. Utilización de los recursos técnicos artísticos del lenguaje radial: Correspondencia orgánica entre la palabra hablada, la música, los efectos, ambientes y silencios. Nivel de correspondencia entre el mensaje y la música, los efectos y demás elementos sonoros para apoyarlo o reafirmarlo. Papel que desempeña la música utilizada dentro de la dramaturgia o curva de interés del espacio. Organicidad en el uso de las cortinas musicales, efectos y silencios. Respeto a los planos sonoros en la utilización de los recursos del lenguaje radial.

7. Escenificaciones: Funcionalidad de éstas en el programa. Coherencia con el tema del espacio. Calidad de las actuaciones: características psicológicas de los personajes, desarrollo y solución del conflicto. Efectos: Correspondencia de éstos con los temas, con el momento del programa en que se utilizan o con el momento dramático y su aporte e integración a la trama. Musicalización: Correspondencia de ésta con los temas, época de que se trate y situación dramática. Papel que desempeña dentro de la trama o programa. Cortinas musicales y/o sonoras: coherencia con el momento en que son utilizadas y función que realizan con respecto al tema que trata el programa. Planos de voces: Correspondencia de la utilización de los planos de voces con la situación dramática de que se trate. Correcta utilización de los planos de voces con respecto a la música incidental, la ambientación y los efectos sonoros. Cambios de ambiente: Coherencia y armonía de éstos con respecto a la trama o los temas del programa. RR-Fade-Filtros-Cross: Utilización oportuna y armónica de éstos dentro de un programa, un tema o una dramatización.

8. Géneros Periodísticos: Diversidad de éstos. Dosificación de los mismos dentro del programa. Relación con los temas o el tema del programa. Cumplimiento de la Política Informativa. Balance Geográfico. Selección de titulares. Seguimiento de la noticia. Valores de la Información (Originalidad, proximidad, intensidad, interés humano). Manejo de la información, fundamentalmente noticiosa. Aplicación de la yuxtaposición dialéctica. Participación de las Corresponsalías: Representatividad, actualidad, cercanía geográfica y emocional de la información con el oyente.

9. Narraciones Deportivas. Utilización adecuada de términos técnicos del deporte que describe. Ajuste al tema deportivo de que se trate. Dosificación de elementos paralelos a la narración como estadísticas, saludos a peñas deportivas, etc.

10. Secciones: Nivel de relación de éstas con el tema central del programa. Correspondencia con la función, forma y destinatario del espacio. Originalidad, creatividad, intencionalidad, tono, ritmo e integración al estilo del programa.

Utilización de la Música. Correspondencia orgánica entre la palabra hablada, los recursos sonoros del lenguaje radial y la música. Cumplimiento de la política musical y del diseño de utilización de la música de acuerdo al perfil del espacio y de la emisora. Balance de géneros, épocas, áreas geográficas, voces y formatos. Calidad y actualidad de los textos. Nivel de profundidad y valor cultural de los temas especializados en música y de los comentarios relacionados con las obras musicales que se difunden.

11. Utilización de los Elementos Sonoros en Función de la Imagen del Programa: Jingles. Correspondencia de la música utilizada en éstos con el diseño sonoro del programa y de la emisora. Efectos para dar la hora, identificación del programa y la emisora: Autopromociones. Menciones y mensajes cortos. Correspondencia con la función, forma, perfil y destinatario del programa. Elementos sonoros reiterativos.

12. Relación Oyente-Programa: Utilización de la vía telefónica y la correspondencia. Tratamiento y atención que se le da al oyente por estas vías. Nivel de profundidad, calidad y valor cultural de las preguntas de participación y concursos.⁴

1.1.2 La programación radial, características fundamentales.

Cada emisora radial cuenta con una programación que responde a los intereses políticos, institucionales y sociales, así como a las necesidades del contexto social existente.

El planeamiento de la programación radial comienza desde que se estructuran las diferentes tiras horarias que la conforman, atendiendo a un adecuado balance de funciones, objetivos, destinatarios y temas, a fin de cumplir los objetivos de la emisora con la mayor variedad de programas posibles.

⁴ Tomado de Manual de la Calidad Radial

Se debe iniciar este acápite explicando que el concepto de programación radial está pobremente trabajado por especialistas de la radio en todo el mundo.

No obstante se pueden citar los más acertados que en la búsqueda de pistas para esta investigación, se hallaron.

Sobresale primeramente el del prestigioso investigador colombiano Juan Guillermo Buenaventura quien definió a la programación radial como “el conjunto finito de textos escogidos y combinados que se ofrecen a las audiencias por un medio electrónico de comunicación, en este caso la radio”. (Buenaventura, 1988)

También resulta propicio citar en la presente investigación, a otra importante especialista en el tema, la mexicana Dora María Cruz Salazar, quien en su tesis de licenciatura se refiere a la programación como “un conjunto que posee unas lógicas discernibles y que se somete a ritmos temporales determinados.

Tanto esas lógicas como esos ritmos evidencian visiones culturales particulares, que circulan en una formación social dada. La programación radial se podría entender, desde esta perspectiva, como un texto donde podemos leer diversas escrituras y por tanto, diferentes lecturas”. (Cruz, 1988).

Y por supuesto que Cuba es una de las naciones donde más se ha escrito sobre programación radial, destacándose investigadores de talla internacional como López Vígil, Josefa Brasero y el pionero de los estudios sobre programación radial, Oscar Luís López; el cual al referirse al concepto antes mencionado expresó: “es la planeación concertada de todos los gustos, expectativas, de cuanto grupos existan y por consiguiente es la construcción colectiva de un gran mosaico sonoro e imaginativo. Aunque también podemos decir que la programación radial es la ordenación coherente de los distintos programas”. (Buenaventura, 1988).

A pesar de estos elementos, la autora de la presente investigación se acoge al concepto de programación, programación radiofónica y programación habitual que se ofrece en el “Manual de la Calidad”, documento rector de la política del ICRT en Cuba, por considerarlos como los más abarcadores y ajustados al entorno de la radio cubana. Programa: “Es el conjunto de contenidos emitidos a una unidad lead,

estructura y tipo para ser difundidos por radio y que se integran en la programación global”. (López, 1981).

Programación radiofónica: “Es la previsión de los programas que van a ser emitidos durante un tiempo determinado a través de una emisora de radio”. (López, 1981).

Programación habitual: “es la precisión de los programas que van a ser emitidos durante un tiempo determinado a través de una emisora, son el conjunto de espacios que conforman las opciones que tendrá un receptor y que está organizado con un horario fijo y una frecuencia determinada”. (López, 1981).

Atendiendo a estos elementos los programas de radio se agrupan bajo diferentes características:

1. Funciones

Las funciones de los programas radiales están constituidas por los elementos formales y de contenido para alcanzar objetivos determinados. Un programa puede cumplir varias funciones pero una de ellas debe ser la que prime, por tanto la función principal de cada espacio estará dada por el objetivo principal que nos hemos planteado. La Radio Cubana cumple como medio de Comunicación seis funciones que deben estar presentes en cada uno de los espacios.

Educativa.

Contribuye al desarrollo de la capacidad intelectual del hombre, en el contexto de las necesidades de instrucción que demanda la sociedad, a la vez que trabaja en el aspecto gnoseológico de los problemas. Se puede apoyar en métodos e instrumentos didácticos y pedagógicos.

Informativa.

Proporciona con sentido selectivo, los elementos básicos explicativos para difundir hechos, acontecimientos, teorías y previsiones de todas las esferas de la vida, ofrecidos a través de los géneros periodísticos.

Cultural.

Estimula al desarrollo de valores no conocidos y reafirma el conocimiento de otros, en relación con los logros y aspiraciones espirituales del hombre. A su vez promueve y sirve de acicate creativo a los que descubren nuevos horizontes, fórmulas o técnicas no conocidas y llegan a encontrar placer o satisfacción en las ciencias, las artes o la literatura, incrementando el acervo cultural del ser humano.

Recreativa.

Contribuye a complementar parte del tiempo libre de la población a través del esparcimiento, la distracción, la diversión, el entretenimiento y el recreo. Puede a su vez contribuir al disfrute estético.

Orientación.

Contribuye a crear en el hombre un sistema de valores, actitudes y modelos de conducta positivos en consecuencia con los principios de la sociedad, a la vez que a la preservación y reafirmación de ellos. Logra además llevar a la conciencia del ser humano patrones de conducta, hábitos y costumbres.

Divulgativa.

Difunde actividades de todo tipo de instituciones de las diferentes esferas del quehacer humano y da a conocer otros aspectos de la vida cotidiana que resultan útiles a la población. Así mismo contribuye a propagar usos, hábitos, costumbres y consumo.

2. Origen

El Origen es el lugar de donde proceden los programas que se transmiten en las emisoras de Radio. En nuestro país el origen de los programas se ha limitado fundamentalmente a la producción propia debido a los valores creativos y al talento con que cuentan nuestras emisoras. La Producción Propia son todos los programas que se producen íntegramente en una emisora.

La Producción Nacional No Propia son los producidos íntegramente en una emisora del territorio nacional y que se transmiten en otra. También estarán en este acápite, aquellos programas que se producen en una emisora y a través del encadenamiento se transmiten en otras. Los programas producidos por Radio Arte,

también son programas de producción nacional no propia, pero como tienen una alta incidencia en la programación del país, se toman como un origen distinto.

Éstos son los dramatizados producidos íntegramente, o que los factores que intervengan sean principalmente de la Productora de Programas Radio Arte. La Coproducción, son los programas producidos en una emisora determinada y donde intervienen factores de otra u otras emisoras del territorio nacional o del exterior. Las coproducciones pueden ser entre emisoras del territorio nacional o con emisoras de otros países. También existen los de Intercambio que son los que se reciben mediante el trueque con otras emisoras del territorio nacional o del exterior sin que medie alguna forma de pago directo, y los Importados que se adquieren mediante pago directo en el exterior. Estos dos últimos casos no se utilizan en nuestras emisoras.

3. Tema

Los Temas son aquellos aspectos fundamentales que se tratan en un programa. Existen gran variedad de temas pero en los controles sólo se empleará un tema como principal de cada uno de los espacios. Cada Tema puede tener implícito varios temas que son afines o sugieren elementos propios de los que se utilizarán como fundamentales de acuerdo a la función del programa recreando el tema básico.

Los programas que asuman como tema principal la categoría “Temas Varios”, deben tratar las más disímiles temáticas en sus contenidos por lo que no es necesario especificar otros.

4. Intencionalidad de Destinatarios.

Se llama Intencionalidad de Destinatarios al grupo de edades, ocupacional, o de otro tipo a quien va dirigido un mensaje determinado, con el fin de influir sobre su conducta, hábitos, costumbres y movilizarlo hacia los objetivos deseados. Para que este fin se logre es necesario utilizar todos los recursos radiales tales como lenguaje apropiado, argot especializado o utilizado por el grupo siempre que se inscriba en las normas del lenguaje, música en función de las temáticas para este grupo, ritmo, tono y timbre de locución, entre otros aspectos. Según

los estudios que se han realizado a nivel mundial el Destinatario que se emplea es el General, sólo se diferencia de este el receptor infantil por tener características psicológicas muy especiales que lo diferencian del resto.

Es por eso que podemos decir que los programas deben estar dirigidos hacia todo tipo de público haciendo énfasis en un destinatario específico. A esto llamamos Intencionalidad de Destinatario.

En este caso, se refiere a la familia como célula fundamental de la sociedad, y al papel de la mujer dentro de la misma, y no a la mujer como especificidad, pues la mujer al igual que el hombre, forman parte de la población General. El tema de la mujer en ningún caso debe ser excluyente, ya que implicaría discriminación o segregación.

1.2 Los estudios de recepción y audiencia. Caracterización general.

La definición de la audiencia ha variado conforme al desarrollo de su estudio multidisciplinario, ejemplo de ello es la definición de Ien Ang⁵ (1996), quien se refiere a ella como a un objeto cuyos atributos pueden ser descritos dentro de la investigación y ser dados a conocer ya sea desde términos de preferencias, de usos, de efectos, de decodificación y demás estrategias interpretativas.

A los intereses de la investigación es más acertada la definición de Abercromble y Longhurst, quienes prefieren ubicar a las audiencias como algo complicado, pero las definen de la forma más sencilla al describirlas como a grupos de personas activas ante los cuales se presentan diferentes tipos de discursos (performances). Así mismo, agregan que sus características no pueden darse por sentadas de forma fija para siempre. “Las audiencias de televisión, música, libros y revistas están en constante cambio junto con los cambios sociales y culturales de la sociedad” (Abercromble y Longhursts, 1998).

⁵ Ien Ang. Nacida en Surabaya, Indonesia. Profesora de Estudios Culturales y directora del Instituto de la Investigación Cultural. Australia.

A partir de los postulados anteriores considera la *audiencia* como un concepto construido por el discurso social y académico para designar el público que supuestamente interactúa con un medio de comunicación, ya sea cine, televisión, radio, etc. el cual es, a su vez, constructor de las diferentes tipologías de audiencias que dependen de ciertas variables tanto sociológicas como psicológicas del individuo "participativo" de dicha audiencia: edad, sexo, nivel socioeconómico, hábitos individuales, horarios, aficiones, signos de identidad, rol social, etc.

La investigación de la recepción de audiencias, como disciplina académica, asume a la audiencia como un objeto que cobra relevancia como objeto de estudio por sus características, las que pueden ser siempre observadas, descritas, agrupadas, sistematizadas y explicadas. Y sobre todo, porque "el proyecto tiene como principio el ser capaz de producir un conocimiento completo y objetivo" (Ang, 1996)

Los Medios de Comunicación Masiva han sido definidos desde diversas opiniones y posturas. Los también llamados Mass Media, su influencia en la sociedad y sus funciones, se han perfilado con la propia evolución de los enfoques acerca de la comunicación.

Como se explica anteriormente, las teorías han transitado desde una visión transmisiva en sus inicios, conductista, que reducía la comunicación al paso de información mediante el esquema emisor-receptor, hasta comprender la comunicación desde la cultura y a partir de allí los procesos de consumo de los medios y el reconocimiento de las mediaciones sociales en las relaciones entre los componentes del proceso comunicativo. Por lo anterior, es necesario tener en cuenta dos puntos esenciales en cuanto a la medición de audiencia: uno, las muestras representadas y dos, su aceptación, personificada a través de los profesionales y académicos de los medios, los medios de comunicación y la sociedad en general.

En un principio, cuando se comenzó a considerar a la audiencia dentro de los estudios de los medios de comunicación, desde un punto de vista conceptual o teórico, su naturaleza permanecía como algo que no se había cuestionado. Es a partir de mediados de los ochenta, que se empezó a producir una especulación sobre algunas teorías alternativas de la audiencia.

El inicio del estudio de las audiencias se dio bajo concepciones sobre los efectos que se producían en ellas y los usos de las mismas sobre el medio. Sobre esta línea, Frank y Greenberg⁶ propusieron una definición de audiencia primitiva como “grupo con diferentes estilos de vida, identificables por medio de análisis de factores estadísticos”.

Los medios de comunicación dan mucha importancia a los datos de audiencia, puesto que quieren saber cuánta gente los escucha (caso de la radio). Pero no sólo eso, sino que, además, necesitan conocer qué tipo de personas están al otro lado del aparato receptor.

Es lo que se llama el perfil de la audiencia. Este término engloba un determinado tipo de información sobre el público como el sexo, la edad, el estado civil, el nivel cultural, la clase social o el lugar de residencia, entre otros aspectos.

Los índices de audiencia tienen gran importancia pues según Julián Bravo, presidente ejecutivo de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación en México: “todos los medios de comunicación persiguen la audiencia, y su maximización. La audiencia como un número, que, cuanto mayor, mejor indicará la influencia y hasta la calidad del medio.

El número de la audiencia quita y pone figuras y programas de radio y televisión, sostiene o hunde revistas y diarios”. Efectivamente, el nivel de audiencia tiene una enorme influencia porque puede ser definitivo en la vida de un programa por una cuestión de prestigio y porque cuanto mayor éxito tenga, mayores beneficios tendrán.

De manera global, las agencias de investigación, centrales de medios y de medición de audiencia, investigan específicamente si la audiencia puede recordar el nombre de una marca, programa o producto, a qué cualidades la asocian y qué características de la marca, programa o producto han retenido en la mente. Estas

⁶ Expresado en 1974 y citado por Alonso, 2006: 7.

mediciones son comúnmente utilizadas como mediciones o niveles de audiencia (Nieto, 2005)⁷

La intención de obtener información de sesiones de grupo y entrevistas fue provocar en los participantes los esquemas interpretativos que supuestamente tienen dentro de su mente. La audiencia es considerada en su contexto político, lo que implica una concepción novedosa porque la información puede servir de retroalimentación a legisladores. No se trata de criticar hechos sino de explicitar el estado de las cosas y posibles aplicaciones potenciales del conocimiento que los talleres a futuro producen. Una forma de conocimiento producido que se presta a que los sujetos hagan uso social y político de ella (González, 2004).

En este ámbito se ha producido un progresivo acercamiento –algunos autores hablan de convergencia entre las tradiciones de investigación la funcionalista, también llamada sociológica o liberal y la crítica, junto a los estudios etnográficos de audiencia o conceptos como “comunidad interpretativa”, de esta procedencia.

A partir de los años ochenta del pasado siglo, se desarrolla lo que se califica en la literatura como una nueva corriente –o, por lo menos, que tiende a definirse como tal, aunque solo lo sea relativamente—en el análisis de audiencia.

De forma general, esta corriente estudia los procesos a través de los cuales la audiencia construye significado a partir de la exposición a los medios. Justamente, uno de los puntos centrales de los estudios de recepción es el carácter activo que se otorga a la audiencia; la capacidad de actuación que se le reconoce en su relación con los medios.

El investigador danés Klaus Bruhn Jensen (1992), que trabaja en este campo desde la perspectiva de la semiótica social de la comunicación de masas, lo ha sintetizado así: “La investigación cualitativa reciente indica que las audiencias tienen la capacidad de asignar su propio sentido a los medios de comunicación y además, que

⁷ Jorge Nieto Malpica, Profesor de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Tampico, Tamaulipas, México.

en el proceso de recepción los medios satisfacen una fama de intereses y placeres legítimos de la audiencia” (Jensen, 1992).

La Mass Communication Research, surge en los EEUU, impulsada por universidades ha pedido de instituciones públicas o privadas tales como empresarios mediáticos, organismos de defensa gubernamentales y partidos políticos. Muchas de estas investigaciones buscaban el desarrollo de instrumentos que permitieran actuar sobre la población de manera eficaz, esto es, afectar la conducta de los individuos, en este sentido, esta línea de investigación se diferencia de la Escuela de Frankfurt en que habría de abordar el fenómeno mediático desde la problemática que implicaría para la sociedad en su conjunto y no en función de comportamientos individuales.

1.2.1 Mediciones de audiencia.

El sector de los medios de comunicación se modifica por la expansión de Internet, la aparición de múltiples canales y la implantación acelerada de las tecnologías digitales. Las mediciones de audiencia deben adaptarse a esta transformación rápidamente, por tanto se impone la aplicación de novedosos métodos de medición de audiencia que se apropien a esta realidad, cada día más compleja y variada.

Va pasando el tiempo y cambia vertiginosamente el sector de los medios de comunicación. El espectacular incremento de la competencia en este sector y la implantación acelerada de las tecnologías digitales han transformado radicalmente el paisaje de la primera década de este siglo, explica el presidente de Corporación Multimedia, Eduardo Matilla, en un artículo publicado en el portal de la Sociedad de la Información de Telefónica.

Es necesario, en consecuencia, saber, no solo cuánto público accede a los diferentes medios, sino también cuándo, cómo y dónde realizan estos consumos y con qué grado de atención siguen los diferentes contenidos. Y también, de qué manera cada individuo combina su exposición a los distintos tipos de medios.

La teoría de la comunicación es homologada como la semiótica de primer orden. En cada componente constitutivo Jensen propone un acercamiento metodológico, que

en su conjunto es multidimensional y complejo: sobre el contexto, la audiencia, los medios y los discursos. La actividad de la audiencia supone contener esquemas de interpretación conformados por procesos subjetivos relacionados con los niveles de interacción dinamizados en sectores culturales mediante vínculos con estructuras de significación. (González, 2004).

1.2.2 Análisis de audiencias.

Según la literatura consultada, el análisis de audiencias consiste en conocer el número de personas que han consumido un producto audiovisual, ya sea textual, sonoro, fotográfico o multimedia. El fin básico de dichos análisis es descubrir el número de personas que escuchan un programa de radio o ven una película en un canal de televisión, pero también pueden aportar información más específica y segmentada sobre una franja horaria determinada, la edad o el sexo de los consumidores.

Estos estudios principalmente se ejecutan para los medios de comunicación y las empresas de publicidad. Los medios de comunicación conocen, a través de la medición de audiencia, el éxito o el fracaso de sus programas, pero no solo eso, pueden descubrir si un cierto tipo de formato podrá tener éxito en el futuro basándose en sus experiencias pasadas, pueden planificar su parrilla del mejor modo posible gracias a la información obtenida.

Este último modelo, también llamado investigación crítica de audiencias, entiende que el receptor es activo y asume que cualquier análisis de medios no se puede dar fuera de un análisis cultural, trata de aunar aportes de diversos campos superando sus límites conceptuales, un examen de las constantes de algunos trabajos sobre este modelo nos permiten percibir la tributación que otros como los de *Usos y Gratificaciones* y los estudios semiótico-textuales, además de las concepciones de los *Estudios Culturales* hacen al mismo.

También por los conceptos dimanados de la tradición crítica a través de los trabajos de Michel de Certeau y John Fiske, sobre las estrategias de resistencia de las audiencias a las lecturas preferenciales propuestas por los emisores

Sin embargo, este modelo se distingue porque no hace un análisis cultural, sino uno de recepción de medios de comunicación, en donde lo importante es la interacción entre medio, mensaje, audiencia y el producto de esa misma interacción. Considera a la audiencia activa y se plantea que lo importante del proceso de la comunicación no es la cantidad de exposiciones, como en el caso de los efectos, sino la manera de interactuar, no de exponer.

Alonso (2001), reseña un conjunto de rasgos que hacen de los estudios y análisis de recepción uno de los modelos más ricos y contemporáneos. La referida autora señala que:

- Parten de reconocer que el conocimiento de la interacción audiencia-medios trasciende la relación entre ambos a la cultura y los diversos contextos respectivos.
- Conciben las audiencias como sujetos colectivos estructurados de acuerdo con criterios culturales, políticos y económicos.
- Pretenden aprehender el proceso de recepción, más que detectar usos y efectos de los consumos mediáticos.
- Reconocen al público como agente productor de sentido.
- Involucran en la recepción, además de lo transmitido por los medios, sus contextos de producción y recepción, así como las mediaciones aparejadas a proceso.
- Sus trabajos adoptan casi exclusivamente la perspectiva metodológica cualitativa.
- Subrayan la importancia de los géneros en el conjunto de reglas de producción, que se institucionalizan para organizar las competencias comunicativas de emisores y destinatarios.

Dentro de los problemas de este modelo está la articulación entre los niveles micro y macrosociológicos en los procesos de recepción. La mayoría de sus investigaciones se han movido siempre en el entorno inmediato de los sujetos, quienes inmersos en las influencias de su entorno cotidiano donde reciben los mensajes mediáticos,

también forman parte de organismos e instituciones que los hacen participar en las interacciones sociales.

Esto nos remite a la añeja polémica en relación con el grado de subordinación de la actividad del sujeto a las estructuras fundamentales de la sociedad. Algunos estudiosos desde el modelo sin negar ese nexo dándole al individuo considerables grados de autonomía, pero posiciones más constructivas apuntan hacia concepción de que las estructuras básicas condicionantes del hombre, son creadas y recreadas continuamente por la acción de las personas, en un proceso de interacción continua.

A manera de colofón de este epígrafe parafraseamos una valoración a propósito del autor Guillermo Orozco⁸. quien refiere que la pertinencia del uso de uno u otro modelo viene dada por las necesidades expresadas en el problema de investigación y del grado de satisfacción que se procura alcanzar; habida cuenta que en los aspectos estrictamente metodológicos no se puede hablar de la existencia de preferencias por metodologías específicas de manera categórica en todas estas corrientes, pues tanto la cualitativa como la cuantitativa pueden acompañar a estos modelos, aunque si se percibe que en los estudios clásicos de cada modelo se percibe el predominio de alguno de los paradigmas dominantes en los estudios de comunicación.

1.2.3 Objetivos del estudio de audiencia.

Los estudios de audiencia históricamente se han caracterizado por tener varios objetivos entre los que se destacan contener esquemas de interpretación conformados por procesos subjetivos interrelacionados con los niveles de interacción fortalecidos en sectores culturales mediante vínculos con estructuras de importancia.

⁸ Guillermo Orozco Gómez (1954).Guadalajara, México. Se graduó en Ciencias de la Comunicación (ITESO). Doctor en Educación por la Universidad de Harvard. Catedrático de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Guadalajara. Autor de numerosos trabajos sobre comunicación y medios, ha centrado su línea de pensamiento e investigación en los estudios de la recepción y la alfabetización audiovisual.

Por otra parte varios investigadores del tema coinciden con que el sistema de medición de audiencia, más conocido como “rating”, es el porcentaje estimado de hogares que sintonizan un programa determinado en un tiempo dado con relación al total de hogares o personas entrevistadas. En otras palabras de él depende que un determinado programa, seriado o telenovela, sobreviva en los medios.

Los aportes de Jensen son claves para conocer la interacción entre los sistemas comunicativos y la audiencia; ya que esta como productora de significado implica pensar la recepción como un proceso social y cognitivo ubicado contextualmente. El modelo puede denominarse como factores de recepción (mediáticos, situacionales, de la audiencia, analíticos), y tiene una compatibilidad sorprendente con el modelo de la mediación múltiple de Guillermo Orozco.

Se formula que los medios son instituciones que determinan en gran medida la producción social de significado, sus discursos sirven de recursos culturales para las audiencias.

1.2.4 La audiencia en la radio.

El radio como equipo transmisor de ondas sonoras, únicamente se aprecian las palabras y la música que pueda incluirse en mensajes publicitarios. La señal de la radio se escucha hasta en los lugares de trabajo u oficina, ya que acompaña a todo tipo de personas. Su variada programación y su presencia universal en receptoras que van desde el poderoso equipo de sonido hasta la modesta radio a pilas o al juvenil "personal", permiten que la Radio sea el medio más cercano a las personas. Dentro de sus ventajas está la rapidez de la comunicación, la forma que incentiva de la imaginación, su fuerza noticiosa, es un medio amigable y frecuencial (durante el día) que permite realizar otras actividades.

Su desventajas están marcada por la alta movilidad (distracción), compromete un sólo sentido, tiene fidelidad relativa y sólo sugiere, no muestra. En los últimos tiempos la radio disminuye su audiencia en algunas emisoras, a pesar de seguir siendo un medio vivo, eficaz, dinámico y movilizador. No dejar morir la radio implica

creatividad y la creatividad implica acción. La radio de acción está muy de moda en el mundo como alternativa para conquistar a la audiencia, lograr objetivos políticos, sociales y hasta de fidelidad de la audiencia a la emisora en cuestión.

En los medios de comunicación es de vital importancia conocer en primer lugar el número de personas que forman su auditorio potencial. En el caso de la radio esto resulta particularmente difícil y complejo dada la dispersión física de los oyentes.

Hay que tener en cuenta que la audiencia puede contar con una retroalimentación muy limitada o incluso nula, lo que mantiene la condición de “lazo abierto” para la mayor parte del tiempo.

Dependiendo de las premisas que se tengan en cuenta para realizar la investigación sobre la audiencia, se obtiene resultados muy diferentes, en otras palabras estos van a estar en dependencia de los basamentos teóricos que se utilicen.

A inicios de los años ochenta el desarrollo acelerado de la investigación de audiencias dentro del campo académico comienza a hacerse notar. Empieza a practicarse cotidianamente la investigación cualitativa, por lo que se observa la audiencia de otra manera, interesándose los estudios por conocer detalladamente cómo piensa, selecciona e interactúa cada individuo destinatario de sus mensajes.

En la radio hay asimetría (hay emisores y receptores), no hay copresencia física (aunque en los orígenes de la radio había copresencia física entre familiares y amigos, cuando era un objeto casi de lujo), hay una retroalimentación controlada por el emisor (ha ido aumentando en el tiempo la posibilidad de intervenir). El tamaño de la audiencia en la radio puede llegar a ser muy grande, y como tecnología en su conjunto es enorme, sobre todo cuando se crean cadenas de emisoras.

La información que proporciona estos estudios de audiencia es de vital importancia para conocer el lugar que ocupa la emisora, así como la toma de decisiones para realizar cambios o introducir nuevos espacios.

Los datos que ofrecen los análisis de las audiencias permiten saber el grado de impacto que generan en sus oyentes y medir los beneficios que alcanzan. Para ello se tiene en cuenta factores esenciales y otros más específicos.

CAPÍTULO II. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

2.1 Estrategia Investigativa.

El objetivo de la emisora "La Voz de Cabaiguán" es reafirmarse como la radio de la comunidad porque trabajan para informar, educar y entretener a los más de 67 mil habitantes del territorio, cuyos intereses se ven reflejados en este medio de comunicación.

Con el paso de los años la emisora cambió en su estructura calificándose el personal y especializándose en cada tarea, en estos momentos incluye la redacción digital y se radian 18 programas con diferentes perfiles.

Dentro de ellos, se escogió la revista informativa "Espectros" por ser uno de sus programas fundadores y mantenerse vivo hasta la actualidad con la aceptación de la audiencia.

La investigación se desarrolló durante distintos momentos en los que se emplearon determinados métodos y técnicas. Después de seleccionado el programa de radio a estudiar, lo siguiente fue llegar a la emisora y familiarizarse con las actividades que en ella se realizan. Posteriormente, se estableció contacto con el Director, especialista y fundador quien manifestó su aprobación para hacer el estudio y brindó apoyo en el trabajo que se pretendía realizar. También se estableció contacto con el Jefe de Programación quien demostró gran interés por la investigación a realizar, pues en la emisora no se contaba con un trabajo de este tipo, considerándolo de gran importancia para el desarrollo y mejora de la revista.

El análisis documental (anexo 1) transcurrió en un período de búsqueda (enero-febrero 2013) donde se consultó información sobre la radio, su evolución histórica y realización, audiencia, comunicación. Los documentos consultados siguieron un orden de lo general a lo particular, se comenzó la búsqueda de la teoría de la comunicación relacionada con los medios de comunicación y su influencia hasta llegar a la radio como medio específico de análisis continuando los estudios sobre la audiencia. También se consultaron diferentes documentos relacionados con la

revista y se diseñaron los diferentes instrumentos a aplicar siguiendo la metodología escogida.

En otro momento, se utilizó la observación participante (anexo 2), específicamente en el trabajo dentro de la emisora (marzo-mayo 2013). El objetivo principal fue conocer cómo se produce la realización técnico-artística del programa, indagando sobre los componentes técnicos centrado en el equipamiento tecnológico, en la preparación y el control técnico. También se analizó la realización artística mediante las temáticas que son tratadas, como surge la idea, el guión, la retroalimentación teniendo en cuenta los criterios de la audiencia. Dentro de ella los componentes organizativos, trabajos de mesa, secciones y cortes.

En el periodo junio-agosto 2013 comenzaron las audiciones de la revista (anexo 3), comprobándose la variedad en las temáticas abordadas y los aspectos de facilitación social que fueron tratados.

En el recorrido septiembre-diciembre 2013 se realizaron las entrevistas (anexo 4 y 5) al personal seleccionado y las encuestas a la audiencia. De su aplicación se derivaron datos de suma importancia para esta investigación, pues el cuestionario esclareció el nivel de satisfacción de los oyentes de la revista y sus criterios acerca de su realización.

La encuesta (anexo 6), apropiada para “obtener el conocimiento del punto de vista de los miembros de un grupo social o de los participantes de una cultura” (Saladrigas, 2000), desempeñó un papel protagónico pues a través de él, se pudo obtener información sobre la revista informativa “Espectros” de la emisora La Voz de Cabaiguán, las opiniones, tanto de directivos como de realizadores de la radio y el público en cuanto a la programación y sus necesidades socioculturales.

En el período de enero-abril 2014 se analizaron los resultados obtenidos con la aplicación de los diferentes instrumentos diseñados y se elaboró el informe final de la investigación.

2.1.1 Conceptualización y operalización de las variables.

En consecuencia, se operacionalizaron las variables traduciendo los conceptos y nociones teóricas a operaciones de investigación definidas. El objetivo fue conocer los gustos, preferencias y niveles de aceptación, en la transmisión de mensajes o productos durante este programa radial; así como en su realización por lo que se asumieron las siguientes:

VARIABLES DEPENDIENTES: Criterios de la audiencia y necesidades socioculturales.

VARIABLE INDEPENDIENTE: Realización de la revista.

CONCEPTUALIZACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES DEPENDIENTES:

Criterios de la audiencia:

Según la acepción de la Lengua Española en el Diccionario Enciclopédico Ilustrado Grijalbo, un criterio es una condición/regla que permite realizar una elección, lo que implica que sobre un criterio se pueda basar una decisión o un juicio de valor o una norma para acceder a la verdad. En filosofía tradicionalmente se ha considerado que la evidencia es el criterio para valorar un enunciado como verdadero, bien sea evidencia epistemológica o evidencia formal.

Por otra parte, audiencia es un concepto construido por el discurso social y académico para designar el público que supuestamente interactúa con un medio de comunicación, ya sea cine, televisión, radio, etc. el cual es, a su vez, constructor de las diferentes tipologías de audiencias que dependen de ciertas variables tanto sociológicas como psicológicas del individuo "participativo" de dicha audiencia: edad, sexo, nivel socioeconómico, hábitos individuales, horarios, aficiones, signos de identidad, rol social, etc.

Para operacionalizar esta variable fue necesario determinar sus dimensiones en las cuales ella se manifiesta, las que constituyen los rasgos que permiten la división estructural dentro del concepto, o sea, audiencia y criterios, en correspondencia con estas dimensiones se determinaron los indicadores que a modo general quedaron de la siguiente manera:

Audiencia. Comportamiento por edades, sexo y nivel escolar

Criterios sobre la revista.

Indicadores y subindicadores:

- Motivos por los que escucha la revista (Porque le gusta, porque le interesan los temas que se tratan en ella, porque a esa hora no tiene más nada que hacer, porque le gustan los conductores, porque le informa, porque se ve identificado(a) en él, porque satisface sus necesidades, por otros motivos).
- Criterios sobre el horario de transmisión (Excelente, Bueno, Malo, Regular, otro).
- Criterios sobre el tiempo de duración (Bueno. Dura muy poco, Muy extenso, otro).
- Criterios sobre los temas tratados (Interesantes, educativos, variados, instructivos, reiterativos, aburridos, otros).
- Temáticas que más prefieren (Facilitación social, educación y cultura, salud, secciones, segmentos informativos, otros).
- Criterios sobre la conducción de la revista (Excelente, Bueno, Regular, Malo, otro).
- Como le resulta la revista (Interesante, poco interesante, novedosa, profunda, reiterativa, amena, aburrida, superficial, otro).
- Valoración de la programación (Excelente, Buena, Regular y Mala).
- Calidad de la recepción (Muy bien, Bien, Regular, Mal, Muy mal, No sabe).
- Nivel de satisfacción (Totalmente, medianamente, en poca medida, Insatisfecho)

Necesidades socioculturales.

Primeramente analizamos que necesidades, es el estado psicofísico que nos marca lo que nos falta para obtener, lo que deseamos. Las necesidades no se crean, sino que son propias de cada individuo. Estas están determinadas, además, por varios factores externos como lo son, el nivel cultural de cada individuo, la situación económica-social en que vive, así como el contexto sociocultural en el que se desarrolla.

Para analizar el significado de sociocultural es necesario partir de la palabra "cultura", la que ha sido objeto de muchas definiciones y su uso se generalizó a múltiples esferas del hacer humano.

Edward B. Tylor define el término de la siguiente manera:

“Cultura es aquel complejo que incluye del conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en cuanto es miembro de la sociedad” (Tylor, 1995).

El sabio cubano Fernando Ortiz expresa que: “no hay una cultura sino varias. Todo individuo tiene una cultura, más o menos poderosa, para su lucha por la vida. Todo pueblo tiene...su cultura propia en la cual están insertadas y vinculadas las culturas individuales y las relaciones sociales” (Báez, 2008).

Partiendo de ahí, autores cubanos como José Neira, definen lo sociocultural como la simplificación del devenir histórico de la sociedad construido por los hombres para mantenerla y desarrollarla posesionados sobre una (varias) práctica (s) cultural (s) determinada (s). Es la vía de rehacer la acción inculturadora postergada o no, a la cual se destina una sociedad y que necesita revitalizarse para acceder a una actualización respecto a la idea del cambio que vive la sociedad global.

Lo sociocultural apunta a aspectos cualitativos, a características definitorias de fenómenos que imbrican las esferas social y culturales recíprocamente y por tanto, no podemos referirnos al término sociocultural como algo con existencia independiente, sino como cualidad que se adjudica, o dicho en otras palabras: no es sustantivo, sino adjetivo.

Las necesidades del hombre están dadas por reconocerse a sí mismo como individuo, reconocer su obra, la producción de bienes materiales que él va generando, reconocer el valor que ella tiene para su sociedad y que, en el sentido más amplio de la palabra, tenga un reflejo en su vida espiritual.

Para operacionalizar esta variable fue necesario determinar las dimensiones en las cuales ella se manifiesta, las que constituyen los rasgos que permiten la división estructural dentro del concepto, o sea, social y cultural. Para medirla se utilizaron una

serie de indicadores que están presentes en el cuestionario y que se muestran a continuación:

Sociales:

- Información especializada (salud, culinaria, modas y otras).
- Tratamiento a los problemas sociales (divorcios, matrimonios, adolescencia, adicciones y otros).
- Superación profesional (Ofertas de trabajo, propuestas de cursos de superación).
- Facilitación social (Compras, ventas, permutas, ofertas, horarios, entre otros).

Culturales:

- Información sobre hechos culturales, eventos distintivos de la localidad.
- Referencialidad a personalidades y hechos de relevancia en el territorio.
- Promoción dada a las presentaciones de los artistas del territorio. (Preferencias musicales).
- Datos históricos.

Conceptualización y operacionalización de la variable dependiente.

Realización de la revista.

La conceptualización acerca de la realización técnico-artística en la radio, no aparece de manera explícita en la bibliografía consultada. Es por ello que se recogen varias designaciones tanto de documentos clásicos, artículos científicos, y consulta a expertos para construir el más adecuado a los intereses de esta investigación.

Según la acepción de la Lengua Española en el Diccionario Enciclopédico Ilustrado Grijalbo establece que la realización es una acción y efecto de realizar o realizarse algo. Designa también una obra sobresaliente digna de aprecio, siendo para el cine, la radio y la televisión la puesta en escena de un guión.

En correspondencia con ello los aspectos técnicos serán aquellos relativos a las aplicaciones de la ciencia para conseguir resultados prácticos; que puede ser

enriquecido con elementos artísticos como el texto y su contenido, la dramaturgia, la dicción, sonorización y musicalización, entre otros.

A criterio de expertos la realización técnico-artística es aquella en la que se logra la complejidad del producto que se desea obtener. Por una parte se encuentran los elementos de conocimiento acerca de una temática o fenómeno, siendo el caso del Guión Escrito, la Esquema Temática o las Informaciones “en vivo” construidas por periodistas o conductores de programas; de otra parte los Recursos Técnicos y Tecnológicos como las máquinas mezcladoras de sonidos, los software empleados para la digitalización, las redes de conexión, los transmisores y repetidores.

La fusión de ello tiene lugar en un espacio tecnológicamente idóneo para que la creatividad y las manifestaciones de las bellas artes tengan valor, es decir, sean posibles a partir de actos creativos como escoger un corte musical apropiado, la voz de locución balanceada, los efectos sonoros oportunos, creando procesos de atención en torno a una idea, superobjetivo o mensaje específico. La unión de estos elementos se lleva a cabo en una cabina de radio, donde se entrelazan los elementos técnicos con los artísticos haciendo posible la salida al aire del producto construido.

Para operacionalizar esta variable fue necesario determinar sus dimensiones:

- Realización técnica.
- Realización artística.

Y como indicadores y subindicadores los siguientes:

Realización técnica:

- Equipamiento tecnológico (Transductores eléctrico-acústicos, transductores acústico-eléctricos y equipos periféricos).
- Referentes bibliográficos.
- Control técnico (Realizador de sonido, Director del programa, Asesor de programa, Especialista del grupo metodológico).

Realización artística:

- Temáticas (Plan temático e investigaciones sociales)
- Idea, guión, retroalimentación.
- Componentes organizativos (Equipo de trabajo o realización, trabajo de mesa, secciones, cortes, propagandas).
- Componentes artísticos (Construcción del guión, creación de mensajes artísticos).

2.2 Resultados en la aplicación de los métodos y técnicas utilizados.

2.2.1 Análisis de documentos.

Se revisó, a través de una guía (anexo 1), la mayor parte de la bibliografía actualizada sobre medios de comunicación y la radio, los estudios de audiencia y las necesidades socioculturales asociadas a ellas. En el caso específico del lugar objeto de estudio

Con la aplicación de esta técnica, se conoció entre otros datos, que la revista sale por primera vez al aire el 29 de septiembre de 2004. Su horario era desde las 8.00 hasta las 10.00 am, después se fueron incorporando otros programas y pasó a una hora y media desde las 8.00 hasta las 9. 30 am, más adelante con la presentación de otros espacios en la parrilla de programación solo cubrió una hora en el éter.

Durante el tiempo de salida al aire se ha mantenido por espacio de ocho años ya que constituye un referente informativo y de facilitación social, el cual cumple con un plan temático por orientaciones de la provincia y responde a las necesidades de la comunidad. Ella se nutre de los trabajos de periodistas y corresponsales que le tributan.

En cuanto a la facilitación social el espacio presenta segmentos relacionados con avisos, ventas, compras, cambios, permutas, objetos perdidos, ofertas comerciales, gastronómicas y agropecuarias, salidas de los ómnibus y en su contenido se presentan colaboraciones con especialistas como cultura económica, cultura jurídica, educación y familia, sanidad vegetal, se han trabajado temas relacionados con la ley

tributaria, plaguicidas y medidas fitosanitarias de los cultivos, producción y salarios, formación vocacional y orientación profesional, el lenguaje, medio ambiente, diferentes ciclos con especialistas del derecho como la consultoría jurídica, el registro de la propiedad, el registro civil, bufete colectivo, notaría y derecho penal.

Con respecto a otras colaboraciones y secciones presenta variedad, entre ellas, una dedicada a los Cinco Héroes, a la ciencia y la técnica, a la orientación social, a lugares y símbolos de Cabaiguán y a personalidades del territorio. En su ficha técnica se incluyen otros segmentos como estado del tiempo, deportes, dos boletines y reportes de sintonía.

Durante la indagación se conocieron algunos datos curiosos sobre la revista los que se mencionan en el anexo 7.

Así también se conoció que el planeamiento de la programación radial comienza desde que se estructuran las diferentes tiras horarias que la conforman, atendiendo a un adecuado balance de funciones, objetivos, destinatarios y temas, a fin de cumplir los objetivos de la emisora con la mayor variedad posible. Para ello es necesario que los realizadores posean un amplio y profundo dominio del Clasificador Nacional de Programas de Radio, sin él sería imposible planear y poner al aire una programación coherente y armónica.

2.2.2 Resultados de las observaciones.

Se aplicó una guía de observación (anexo 2) en busca de contenidos particulares. En cuanto al equipamiento técnico, pudimos observar que para la realización de la revista se utilizan los siguientes: 3 micrófonos unidireccionales, sistema de transmisión B.P.M, sistema de grabación Adobe Audition 3.0 (anexo 3), audífonos, consola-mezclador AIR-MATE, transmisor de sonidos, antena (anexo 4) y como soportes, grabadoras digitales. Coincidimos con su Director en que el equipamiento es el necesario para poder realizar un producto con la calidad requerida, aunque puede mejorarse.

Después de conocer al personal que incide en el programa: equipo de realización,

grupo metodológico, periodistas, locutor y colaboradores, se constató que está compuesto por cinco personas, de ellas, 2 mujeres y 3 hombres. La dirección del programa estuvo a cargo del MSc. Hugo Crespo, persona dedicada a la radio con gran experiencia. (anexos 8, 9, 10).

El proceso de construcción del programa se realiza siguiendo los pasos: el director y asesor se sientan con el plan temático y analizan los temas teniendo en cuenta las secciones habituales del programa, los intereses de los especialistas y las propuestas de los escritores y periodistas seleccionando los temas a tratar en el mes. Luego se elabora el guión y cuando se termina, el director se encarga de revisarlo, evaluarlo y aprobarlo.

Después que el guión está elaborado y aprobado se lo dan a los conductores, para que lo lean y aclaren dudas, ellos no dan opiniones para cambiar nada en él, solo se llama a que se informen sobre el tema por si es necesario improvisar, esta observación no se les hace a menudo, pues como conductores es su responsabilidad. Junto al realizador de sonido se construyen los momentos en que debe salir un corte, una promoción, etc. En ocasiones, el guión del programa se da horas antes de la salida al aire, e incluso algunas intervenciones, secciones o parlamentos, son arreglados o cambiados.

Todas estas reuniones son denominadas trabajos de mesa, en estos encuentros generalmente no se reúne todo el equipo de trabajo del programa, casi siempre están presentes tres o cuatro miembros. El horario en que más se reúnen es a la dos de la tarde del día anterior a que salga al aire, tiempo suficiente para hacer cambios de decisiones, corrección de errores y la evacuación de dudas.

En cabina para la salida al aire del programa, se unen el realizador de sonido, los conductores y el director. Es un programa en vivo que requiere de la presencia y puntualidad de sus miembros. En la cabina el director guía a los conductores y al realizador de sonido.

El ambiente generalmente es tenso, pues el director está atento a todo lo que va sucediendo, guiando y requiriendo en caso de que se cometan errores y atendiendo las llamadas telefónicas que se hacen frecuentes en la sección de

facilitación social. Todos consideran que son una parte importante en la realización del programa y manifiestan disfrute en la función que realizan. Las relaciones personales entre los miembros son amistosas, conversan y se protegen.

Son un equipo que tiene conocimiento sobre la fuerza de la unidad para obtener los mejores resultados en el producto radial, cada uno está ajustado a sus funciones y la presión por obtener calidad en el programa.

2.2.3 Resultados de las audiciones.

Se realizaron un total de 4 audiciones mediante una guía que aparece en el anexo 8, las que resultaron importantes para el análisis de los mensajes transmitidos en la revista radial posibilitando evaluar el producto terminado, que es el programa al aire. En las audiciones se evidenció variedad en las temáticas que llevan a la reflexión, se radian en ella, crónicas, reportajes, comentarios, entrevistas e informaciones que reflejan la realidad del territorio, enaltecendo lo bien hecho y criticando todo lo que afecte el buen desarrollo con la veracidad y valentía que caracteriza su equipo de realización. Se pudo apreciar además, que es un espacio dinámico donde coexiste todo tipo de clasificado en las secciones de facilitación social.

Tiene un excelente equipo de transmisión con los recursos a su alcance en cuanto a dispositivos digitales, consola, micrófonos, sistema de grabación, edición y fonoteca.

En varias ocasiones se observa al director, haciendo requerimientos a la conductora y al realizador de sonidos. En oportunidades los oyentes intervienen desde sus casas lo que hace más dinámico el programa, cualquier equivocación es manejada muy bien lo que denota la alta profesionalidad de su equipo de realización. En ocasiones se observan limitaciones para comunicarse con los centros del territorio por la nueva tarifa telefónica de 20 centavos el minuto.

Durante la transmisión del programa participan especialistas que son invitados para tratar diversos temas de acuerdo a las temáticas abordadas cada día. Los especialistas del programa habitual profundizan más los temas, tienen más tiempo de intervención en las diferentes secciones.

2.2.4 Resultados de la entrevista.

Se entrevistaron 5 realizadores de la revista, entre ellos el director, un periodista, la locutora, la persona que atiende supervisión y control de la calidad y el realizador de sonidos. (anexo 5).

Son graduados universitarios y solo uno de ellos (director) es fundador, sin embargo en todos los casos se manifiesta una estabilidad en la posición que ocupan dentro del programa. De los entrevistados, 4 se superan en cursos afines con la labor que realizan y a través de las preparaciones que ofrece el grupo metodológico de la provincia mientras que 1 de ellos no lo está haciendo pero piensa matricular próximamente.

Los entrevistados coinciden en que la vía más utilizada para retroalimentarse de la audiencia en orden de prioridad son: las llamadas telefónicas que los oyentes realizan, asimismo se mencionan las investigaciones sociales en un solo caso, reportes de sintonía, recorridos por la ciudad, cartas recibidas y encuestas. Todos coinciden en plantear que si se tienen en cuenta los criterios de la audiencia para la realización de la revista.

Se pudo comprobar además que el programa estudiado es una revista informativa y de facilitación social donde todos coinciden en que es muy aceptada y escuchada por la población; así como que ha crecido debido al acercamiento del pueblo para su empleo y la objetividad que ha causado en el pago de los equipos electrodomésticos, la campaña tributaria, el hallazgo de objetos perdidos, la confirmación de permutas y ventas de casas, la orientación laboral, enalteciendo la labor de los trabajadores, en cartas recibidas agradeciendo a cualquier tema resuelto, en la crítica que se realiza a lo mal hecho en la sociedad, en los reconocimientos recibidos por diferentes organismos y la obtención del Gran Premio en el Festival Municipal de la Radio y Mención en el Provincial.

Cuando se les pregunta ¿qué es para usted el acto de realizar un programa?, todos responden de forma diferente ya que se enfocan en la parte que les toca pero

coinciden en la seriedad y responsabilidad que es necesario mantener para obtener logros satisfactorios.

En cuanto a las limitaciones del programa existe diversidad de criterios, 3 de ellos se enfocan en que no se puede abarcar todo el municipio en cada emisión porque no se cuenta con los medios de transporte para dirigirse a todas las comunidades, limitaciones en la comunicación telefónica con los centros del territorio por la nueva tarifa de 20 centavos, escasez de equipos de recepción de FM en la red comercial y el resto en que no cuentan con móvil-radio. Todos coinciden en plantear que la mayor fortaleza es el equipo de realización, su preparación y unión.

Coinciden también en que el programa cumple con sus expectativas, su ficha técnica, su realización técnico-artística, los planes temáticos orientados y es muy bien recibida según han constatado con la audiencia.

2.2.4.1 La revista informativa "Espectros" desde la mirada de sus realizadores

Su equipo de realización está compuesto por Director, Locutor, Redactor y Reportero de Prensa, un especialista en supervisión y control de la calidad del programa y uno en la realización de sonidos, grabaciones y ediciones.

El espacio se realiza en coordinación de todo este equipo basado en las temáticas a trabajar por días en el mes según plan temático (anexo 11) y se nutre de los trabajos de periodistas, corresponsales y escritores que tributan a ella.

Sus realizadores opinan que la facilitación social es el espacio más dinámico ya que presenta segmentos relacionados con avisos, ventas, compras, cambios, permutas, objetos perdidos, ofertas comerciales, gastronómicas, agropecuarias, salidas de los ómnibus y en su contenido se presentan colaboraciones con especialistas como cultura económica, jurídica, educación y familia, sanidad vegetal y se han trabajado temas relacionados con la Ley Tributaria, plaguicidas y medidas fitosanitarias de los cultivos, producción y salarios, formación vocacional y orientación profesional, el lenguaje, medio ambiente, diferentes ciclos con especialistas del derecho como son

la consultoría jurídica, el registro de la propiedad, el registro civil, bufete colectivo, notaría y derecho penal.

Con respecto a otras colaboraciones y secciones la revista opinan que presenta variedad, ya que entre ellas se encuentra una dedicada a los Cinco Héroes, otra a la ciencia y la técnica, también a la orientación social, a lugares y símbolos de Cabaiguán y a personalidades del territorio. Así también, en su ficha técnica se incluyen otros segmentos como estado del tiempo, deportes, dos boletines y reportes de sintonía.

Según su director, la palabra *espectro*, que identifica la revista puede referirse a diferentes conceptos:

En matemáticas, el *espectro* de un operador es el conjunto de valores λ para el cual el operador no tiene inversa continua, mientras que en medicina se usa la palabra para referirse a la amplitud de la serie de especies microbianas sobre las que es terapéuticamente activo un medicamento.

Por otra parte, en política, el *espectro* es una forma de representar las distintas corrientes políticas y finalmente, un *espectro* o fantasma es una representación de algo sobrenatural o aterrador.

Desde el punto de vista físico el análisis espectral o *espectro* energético es la imagen o registro gráfico que presenta un sistema físico al ser excitado y posteriormente analizado.

El *espectro* de frecuencias es el gráfico que muestra cómo es la descomposición de una señal ondulatoria (sonora, luminosa, electromagnética) en el dominio frecuencial. También, el *espectro* de respuesta es un valor utilizado en ingeniería sísmica, que mide la reacción de una infraestructura ante una vibración.

Por otra parte, en las conversaciones realizadas con sus realizadores fundadores se obtuvieron diferentes datos curiosos (anexo 7)

Expresan también, que la revista ha tenido un gran impacto en los oyentes y muestra de ello han sido las cartas, notas y mensajes dirigidos al espacio y de forma personal en la propia emisora y que a lo largo de todos estos años han sido varios los

ejemplos de personas que han agradecido, al espacio radial, su existencia ya que mediante él se ha facilitado su vida y se informaron de lo que ocurre en nuestra comunidad.

Al respecto Hugo Crespo expresa: *“Ha sido muy reconfortante, el hecho de personas que se acercan para agradecer por un objeto encontrado, por la venta o permuta realizada, por la compra oportuna que pudo hacer en los mercados del agro, por la plaza que pudo obtener radiada por el espacio, por un saludo, cumpleaños, por escuchar una crónica, un reportaje o una entrevista a alguien que se aprecia mucho o alguna crítica valiente que exprese el descontento de los que habitamos en esta demarcación o la difusión de los valores que enaltecen nuestra sociedad y cómo hacer para rescatarlos”*.

Por otra parte según expresa María Elena Perna, entre los casos más atractivos se encuentra la crónica al campesino Abel Sánchez vecino de la carrilera de palma, de la carretera de Santa Lucía que se encontró en el bulevar de Cabaiguán una cartera con 400 CUC y documentos, la que devolvió mediante la revista a la compañera Deysi González de la CPA Aramís Pérez, siendo gratificado con 100 CUC, a pesar de no querer aceptarlo.

Así también los casos del matrimonio de Zoila e Irenaldo los que devolvieron una cartera a su dueño con \$ 600.00 que contenía. Por otra parte, Julia una vecina del barrio “El Jobo” entregó pertenencias y una suma considerable de dinero a sus dueños. También se han entregado documentos, carteras, zapatos, sombrillas, llaveros, celulares y otros objetos. A estas personas se les realizaron trabajos periodísticos como crónicas, reportajes y comentarios que reflejan los valores en la sociedad.

La revista además ha ayudado a la solución de problemas críticos en los pobladores, según María Elena Pernas, se destaca el caso de los espejuelos especiales para un ciudadano que estaba quedándose ciego por falta de gestión de la óptica y mediante un trabajo crítico éste pudo tenerlos en menos de 20 días, también, la situación con el ómnibus de Potrerillo el cual estaba en estado pésimo, provocando rasguños, roturas en el vestuario y suciedad en los pasajeros. Debido a la intervención de la

prensa, sondeos y entrevistas, el caso se solucionó, quitando el ómnibus de circulación y mandándolo a reparaciones por más de 6 meses.

Así también el caso de los registros de agua del acueducto en la avenida Sergio Soto que provocaron fracturas a personas ancianas y otros ciudadanos se solucionaron por la intervención de la prensa con los compañeros de acueducto y alcantarillado y la divulgación en esta revista.

Otro de los casos relevantes fue el relacionado con los pinos del parque en el Consejo Popular de Santa Lucía los que fueron golpeados por los vientos durante un ciclón y debido a su altura corrían el riesgo de caer y afectar el tendido eléctrico y a los transeúntes del lugar. Después de 2 meses de intenso trabajo en busca de los responsables de derribarlos, se resolvió la situación mediante la intervención de la prensa y la divulgación en esta revista.

A modo general todos opinan, que es uno de los programas radiales que más radioescucha tiene y que interviene directamente en la satisfacción de las necesidades socioculturales de la audiencia.

2.2.5 Resultados de la encuesta aplicada a la audiencia.

Desde sus inicios, al constituir el programa que abrió las transmisiones en la emisora, la revista informativa "Espectros" se ha caracterizado por una audiencia que se corresponde más con los intereses de amas de casa y trabajadores.

Por tal motivo decidimos encuestar una parte representativa de la población de manera intencional ya que escuchan asiduamente el programa por laborar en la Fábrica de Tabaco "Bauzá" de Cabaiguán, lugar donde todos los días se sintoniza por la frecuencia modulada.

La tabulación de los datos del cuestionario aplicado a la muestra arrojó como resultado que de 232 personas encuestadas el 75 % pertenece al sexo femenino mientras que el 25 % son hombres como aparece en la tabla y el gráfico del anexo 12.

Al analizar el nivel de audiencia entre los diferentes grupos etáreos, según tabla, podemos apreciar que predominan los mayores de 30 años, es decir 143 personas, lo que representa un 61.6 % de la muestra; así como los que se encuentran dentro del rango de edades comprendido entre los 45 a 60 años, pues la frecuencia de recepción es de 49 personas representando así el 21.1 % de los encuestados, existiendo un 17.3 % restante distribuido en los grupos de edades de 20 a 30 años y mayores de 60 con preferencia por el programa radial. (anexo 13)

Los resultados en cuanto al nivel de escolaridad muestran que los encuestados, en su mayoría son graduados de institutos preuniversitarios (43.10 %) y de Secundaria Básica (35.80 %) y Técnico Medio (18.10 %), de lo que se infiere la existencia de centros educacionales y un nivel de vida adecuado de los encuestados. (anexo 14)

En cuanto al por qué la escucha, la mayoría responde que le gusta o que le informa, el resto de las respuestas están expresadas en la tabla que aparece en el anexo 15.

Con respecto al horario de transmisión, las respuestas se comportan de la siguiente manera:

La mayor parte de los encuestados reconocen que el horario es adecuado pues solo un 3.02 lo hallan regular.

Sobre el tiempo de duración un 62.5 % opinan que es bueno, sin embargo el 35.78 cree que dura muy poco y solo el 1.72 lo tilda de muy extenso. (anexo 16).

En cuanto a los temas tratados se corresponden con las necesidades de la población lo que se demuestra en su calificación como se aprecia en la tabla del anexo 17.

Sobre las temáticas que prefieren los encuestados, se conoció que el 85.34 % prefieren ofertas comerciales y el 83.62 % agropecuarias, le siguen en orden, los temas sobre la sexualidad, deportes, así como valores culturales y patrimoniales.

En otras preferencias se destacan los temas relacionados con el estado del tiempo, la orientación social, avisos, ventas y la salida de ómnibus. Los temas que menos prefieren se relacionan con la sanidad vegetal y la formación vocacional.

Los criterios sobre la conducción, por el locutor (a), del programa se expresan en la tabla que se muestra en el anexo 18.

Aquí se puede apreciar como la mayor parte de los encuestados (185) considera la conducción de la revista como excelente y el resto como buena con respuestas distribuidas en las diferentes opciones que se muestran en la tabla.

Cuando se le preguntó a la muestra cómo consideraban la programación de la revista de forma general, se evidencia claramente que el mayor porcentaje lo constituyen los aspectos positivos, pues, el 73.27 % de los encuestados reflejaron que le resultaban interesantes, el 13.36 % indicaron que eran novedosos, el 9.48 % profundos y el 3.44 % amena. (anexo 19).

La mayoría de los encuestados consideran que la programación es excelente con un 78.87 %, esto demuestra la calidad de la misma y la profesionalidad de su colectivo. También esta muestra arrojó que el 18.11 % de los oyentes le otorgan a la programación la calificación de buena y solo el 3.02 % los consideran como regular.

Como podemos apreciar en la tabla del anexo 19, gran parte de los oyentes encuestados le asignan la evaluación de muy bien (75.00 %) y bien (21.55 %) a la calidad de recepción de la señal.

Del cuestionario aplicado se pudo constatar que la mayoría de ellos se sienten totalmente satisfechos con la programación de la revista, lo que representa el 75.00 %. Otro por ciento expresa sentirse medianamente satisfecho (24.10 %), mientras que los demás se sienten satisfechos en poca medida, y solo el 0.86 % afirma estar insatisfecho por completo, como se observa en la tabla del anexo 19.

Consideraciones finales.

Las técnicas de investigación aplicadas permitieron darle respuesta a las categorías de análisis propuestas en este estudio, de esta forma fue posible conocer que el nivel de audiencia en cuanto a los públicos está caracterizado por un predominio del sexo femenino, con un rango de edad entre 30 a 45 años, graduados en su gran mayoría de la enseñanza preuniversitaria.

Por otra parte la totalidad de la muestra planteó escuchar la revista frecuentemente pues la consideran como un medio para informarse alegando además, sentirse representados en gran medida con las temáticas y secciones que se radian, por lo

concluimos que se encuentran en correspondencia con sus necesidades socioculturales.

Teniendo en cuenta los gustos, preferencias y necesidades de la audiencia encuestada se comprobó que el consumo de la programación de la revista y su nivel de satisfacción están ligados a la calidad de recepción de la señal así como por su buena programación destacándose los espacios culturales, informativos, de facilitación social e históricos que se distinguen por el empleo de un lenguaje asequible. Todo lo anteriormente expuesto trae como consecuencia que la mayoría de los oyentes encuestados se sientan totalmente satisfechos con la programación que se radia durante la revista informativa.

Esta investigación constituye un punto de partida para una reflexión sobre la realización y audiencia de los programas radiales, lo que ha sido posible por la colaboración de la dirección y el resto del equipo de realización de la revista informativa "Espectros"; así como de los trabajadores de la Fábrica de Tabacos "Bauzá" de Cabaiguán asiduos oyentes.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos evidencian que el consumo de la programación de la revista informativa "Espectros" y su nivel de satisfacción están ligados a la calidad de la recepción en la señal; así como, por su buena programación, destacándose los espacios culturales, informativos, históricos y de facilitación social que se distinguen por el empleo de un lenguaje asequible.

Esta revista constituye un referente informativo que, desde la mirada de sus realizadores, ayudada a resolver diferentes situaciones y problemáticas de gran importancia para la población que la escucha.

El equipo de realización de la revista tiene presente los criterios sobre la audiencia, asociados a sus necesidades socioculturales, pero requiere de estudios que enriquezcan la información al respecto.

A pesar de contar con los recursos necesarios para su realización, aún tiene algunas carencias como la ausencia de un móvil radio, transporte adecuado para dirigirse a lugares alejados y limitaciones para comunicarse con los oyentes por la red telefónica.

RECOMENDACIONES

Continuar la investigación de esta temática profundizando en el trabajo de campo, incorporando un número mayor de audiciones y de personas entrevistadas, más especialistas y personal dentro y fuera del medio que incide en la construcción y estrategia comunicativa del programa.

A la dirección de la Emisora "La Voz de Cabaiguán", gestionar un transporte adecuado para poder realizar los trabajos periodísticos en lugares alejados del territorio y la adquisición y acondicionamiento de un móvil radio por la importancia que esto tiene en la inmediatez de la noticia y el mejor desenvolvimiento de revista en su conjunto.

Utilizar los resultados obtenidos en esta investigación como referente teórico y práctico para elevar los conocimientos que, sobre las necesidades socioculturales de la audiencia, posee el colectivo de realización de este programa radial.

BIBLIOGRAFÍA

- Abercrombie, N y Longhurst, B. (1998). *Audiencias*. Londres, Inglaterra: Sage Publications. En línea. Disponible en: <http://www.icono14.net/revista/num9/articulos/3.pdf> Consultado: 17/01/2013.
- Alonso, M y Saladrigas H. (2006). *Teoría de la Comunicación, una introducción a su estudio*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Ang, I. (1996). *Cultura y comunicación: por una crítica etnográfica del consumo de medios en el sistema mediático trasnacional*. En: Causas y Azares no. 1, Buenos Aires. Versión digital.
- Báez, L. (2008). *La cultura no es un lujo, sino una necesidad*, en: Granma, 8.4.
- Buenaventura, J. G. (1988). *Radio, Televisión y Estado en Colombia durante la administración de Belisario Betancur*, Universidad Iberoamericana, Departamento de Comunicación, Maestría en Comunicación.
- Cruz, D. M. *Los cambios habidos en la prensa escrita, televisiva y radiofónica en los últimos diez años en México*. Universidad Iberoamericana, Departamento de Comunicación, Licenciatura en Comunicación.
- Diccionario de la Real Academia Española, *En línea*. Disponible en: www.drae.rae.es
- Fernández, L. (2011). *Pensando en la personalidad*. La Habana: Editorial Félix Varela. (Compiladora).
- García, A. (2005). *CMGL Radio Sancti Espíritus. Radio que pinta sin necesidad de pinceles*. Disponible en: <http://www.radiosanctispiritus.cu>. Consultado 30/01/2013.
- González, G.; Urrutia, L. (2000). *Metodología de la investigación social I*. Editorial Félix Varela. La Habana.

- González, D. (2004). *El Sueño Americano en México. Televisión Estadounidense y Audiencias juveniles en Tijuana* Instituto Tecnológico y de estudios Superiores de Occidente. Tesis de Maestría en Comunicación.
- Guedes, Y. (2009). *Influencia del programa Debate Abierto en la satisfacción de las necesidades comunicativas del Consejo Popular Sansaricq*. Facultad de Comunicación Social. Centro Universitario José Martí. Sancti Spíritus. Trabajo de Diploma.
- Hernández Sampieri, R. (2004). *Metodología de la investigación I y II*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Herrera Damas, S (2005). *La radio como medio para la participación*. Universidad de Piura. Disponible en: http://www.infoamerica.org/articulos/h/herrera_damas.htm. Consultado: 16/02/13
- Jensen, K. B., & Jankowsky, N. (2005). *Metodologías cualitativas de investigación en la comunicación de masas*. Barcelona.
- Jensen, B. y Jankowski, N. (1992). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch. [Ed. original: *Qualitative methodologies for mass communication research*. Londres: Routledge. 1990]
- Kaplún, G. (2005). *Comunicación, educación y cambio*. Colección Educación Popular, No 14. La Habana: Editorial Caminos.
- Kaplum, M. (2000). *Producción de programas de radio, el guión y la realización*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- López, Oscar Luis. (2002). *La radio en Cuba*. Editorial Letras Cubanas. La Habana.
- Martín Barbero, J. (2006) *Euforia tecnológica y malestar en la teoría* En: *Colectivo de Autores. Comunicología. Temas actuales. Selección de lecturas*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Martín Rey, E. (2007). *El enfoque de género en el programa "Conversando en familia" de la Emisora Provincial Radio Sancti Spíritus*. Trabajo de Diploma.

- Méndez Ramos, Y. (2012). *La Televisión y sus públicos, una delicada relación de pareja*. Trabajo de Diploma.
- Mirabales Rodríguez, D. (2011). *Estudio de audiencia en la CMGI "La Voz de Cabaiguán"*. Trabajo de Diploma.
- Nieto, J. (2005). *La Medición de Audiencias Radiofónicas en México. En Razón y palabra*. N.43. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx.html>. Consultado 16/2/2013.
- Nightingale, V. (1999). *El estudio de las audiencias. El impacto de lo real*. Barcelona: Paidós. [Ed. original: *Studying Audiences. The Shock of the Real*. Londres-Nueva York: Routledge, 1996]
- Pérez Roque, P. (2000). *La medición de audiencia: estrategia de comunicación*. En Portal de Radio cubana. Disponible en: <http://www.radiocubana.cu/index.php>. Consultado 10/01/2013.
- Sabrera Ortiz, S. (2002). *Radio comunitaria: alternativa de comunicación y desarrollo en el Distrito de San Martín de Porres de Lima Metropolitana* Disponible en: <http://sisbib.unmsm.edu>. Consultado 11/01/2011.
- Saladrigas, H. (2006). *La epistemología de la comunicación, terreno de urgentes reflexiones y necesarias aportaciones*. En: Colectivo de Autores. *Comunicología. Temas actuales. Selección de lecturas*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Tylor, Edward B. (1995). *Cultura y desarrollo*. Ministerio de Cultura de España, Madrid.
- Vidal, J. R. (2002). *Medios y Públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones*. . La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
- Wolf, M. (2005). *La investigación de la comunicación de masas*. La Habana: Editorial Félix Varela.

ANEXOS.

Anexo1. Guía de análisis documental.

1. Carpeta sobre la historia de la Emisora *La Voz de Cabaiguán*.

Objetivo: Conocer el surgimiento y desarrollo de la revista informativa "Espectros"; así como aspectos relacionados con su audiencia.

Aspectos a considerar:

- Historia de la Revista Informativa "Espectros".
- Público general al que va dirigido.
- Preferencias de la audiencia.

2. Informes del Departamento de Programación.

Objetivo: Caracterizar la programación de la revista informativa "Espectros".

Aspectos a considerar:

- Atención a temáticas priorizadas.
- Parrilla de Programación.
- Tiempo de duración del programa
- Función de los realizadores

3. Manual de Calidad de la Programación Radial

Objetivo. Describir los requisitos de calidad para la realización radial, especialmente en lo referente a los programas informativos.

Aspectos a considerar:

- Instrumentos de planeamiento, ejecución y control de la calidad de los programas de radio.
- Características de los programas de radio.
- Grupos y formas de los programas de radio.

Anexo 2. Guía de observación participante.

Observaciones a la realización técnica:

- Equipamiento tecnológico (Transductores eléctrico-acústicos, transductores acústico-eléctricos y equipos periféricos).
- Referentes bibliográficos.
- Control técnico (Realizador de sonido, Director del programa, Asesor de programa, Especialista del grupo metodológico).

Observaciones a la realización artística:

- Temáticas (Plan temático e investigaciones sociales)

Idea, guión, retroalimentación.

- Componentes organizativos (Equipo de trabajo o realización, trabajo de mesa, secciones, cortes, propagandas)
- Componentes artísticos (Construcción del guión, creación de mensajes artísticos)

Anexo 3. Guía para la realización de las audiciones.

Nombre del programa.

Fecha de transmisión.

Horario de transmisión.

Leyenda

1. PLAN TEMÁTICO.

1.1- Temas que trata

1.2- A quiénes van dirigidos

2. INTERPRETACIÓN

2.1- Interpretación de lo que se quiere decir en el programa.

3. DESARROLLO DEL TEMA

3.1- Qué se dice.

3.2 - Cuando se dice.

3.3- Cómo se dice

Anexo 4. Entrevista a realizadores de la revista informativa "Espectros".

Objetivo: Determinar el conocimiento y preparación que tienen los realizadores de la revista informativa "Espectros" en cuanto a su realización técnico-artística, programación y audiencia.

1. ¿Qué labor desempeña dentro del equipo de realización de la revista?
2. ¿Qué nivel de escolaridad tiene?
3. ¿Es usted fundador/a de este programa?
4. ¿Siempre ha ocupado el mismo lugar dentro del equipo de realización?
5. ¿Usted recibe algún tipo de capacitación en especial para desempeñar esta labor?
6. ¿Con qué frecuencia lo recibe, cómo, dónde, de quién lo recibe?
7. ¿A través de qué métodos usted mide la audiencia de la revista informativa "Espectros"?
8. ¿Se tienen en cuenta los criterios de la audiencia en la realización del programa?
Argumente
9. ¿Considera usted que la radio y este programa específicamente han ganado algo desde su creación hasta el momento?
10. ¿Qué es para usted el acto de realizar un programa?
11. ¿Cuáles son los elementos técnico-artísticos que usted maneja en la realización de la revista?
12. ¿Qué limitantes y potencialidades caracterizan al programa actualmente?
13. ¿Cómo valoraría usted la transmisión del programa?

Anexo 5. Resultados de la entrevista.

Entrevista 1.

Hugo Crespo Crespo.

Pregunta #1: ¿Qué labor desempeña dentro del equipo de realización de la revista?

Respuesta: Soy el director.

Pregunta #2: ¿Qué nivel de escolaridad tiene?

Respuesta: Licenciado en Ciencias Sociales e Historia y Máster en Ciencia.

Pregunta #3: ¿Es usted fundador/a de este programa?

Respuesta: Si.

Pregunta #4: ¿Siempre ha ocupado el mismo lugar dentro del equipo de realización?

Respuesta: Si, y en algunas ocasiones locución adicional.

Pregunta #5: ¿Usted recibe algún tipo de capacitación en especial para desempeñar esta labor?

Respuesta: Si. El curso de dirección de programas informativos y periodismo.

Pregunta #6: ¿Con qué frecuencia lo recibe, cómo, dónde, de quién lo recibe?

Respuesta: La frecuencia se analiza esporádicamente, cada 2 años en Sancti Spíritus por Elsa Ramos, Enrique Ojito, Marilú Borrero.

Pregunta #7: ¿A través de qué métodos usted mide la audiencia de la revista informativa Espectros?

Respuesta: La audiencia de la revista se mide a través de encuestas, reportes de sintonía, diarios, por la inmediatez cuando se emite un aviso u otro clasificado importante, en recorridos por la ciudad, cartas recibidas.

Pregunta #8: ¿Se tiene en cuenta los criterios de la audiencia en la realización del programa? Argumente.

Respuesta: Si se retoman los criterios de la audiencia y se ajusta su contenido a las peticiones de estos, se quitan o agregan secciones y se orientan los trabajos.

Pregunta #9: ¿Considera usted que la radio y este programa específicamente han ganado algo desde su creación hasta el momento?

Respuesta: Si debido al acercamiento del pueblo para su empleo y la objetividad que ha causado en el pago de los equipos electrodomésticos, en la campaña tributaria, en el hallazgo de objetos perdidos, en la confirmación de permutas y ventas de casas, en la orientación laboral, enalteciendo la labor de los trabajadores, en cartas recibidas agradeciendo a cualquier tema resuelto, en la crítica que se realiza a lo mal hecho en la sociedad, en los reconocimientos recibidos por diferentes organismos y el gran premio en el festival municipal de la radio y mención en el provincial.

Pregunta #10: ¿Qué es para usted el acto de realizar un programa?

Respuesta: Es un acto artístico donde se debe cumplir un objetivo y superobjetivo para lograr el resultado final, es además un momento donde se entrega un producto al oyente con toda la seriedad que implica para que llegue con un mensaje claro y preciso al receptor.

Pregunta #11: ¿Cuáles son los elementos técnico-artísticos que usted maneja en la realización de la revista?

Respuesta: Los elementos técnico-artísticos que se manejan para la realización de la revista son la locución adecuada, cortes adecuados, trabajos periodísticos encaminados a cumplir un superobjetivo, sonorización, realización técnica apropiada, puntos de giro, clímax y desenlace.

Pregunta #12: ¿Qué limitantes y potencialidades caracterizan al programa actualmente?

Respuesta: La mayor limitante que presentamos es que no se puede abarcar todo el municipio en cada emisión porque no se cuentan con los medios de transporte para dirigirse a todas las comunidades y además no contamos con móvil-radio. Y como potencialidades es que presenta un equipo bien preparado en el sector artístico con sus correspondientes evaluaciones, contamos con 2 periodistas de academia y el

resto habilitados así como su plan temático mensual y las orientaciones correspondientes.

Pregunta #13: ¿Cómo valoraría usted la transmisión del programa?

Respuesta: El programa cumple con sus expectativas, su ficha técnica, cumple con su realización técnico-artística, con los planes temáticos orientados y es muy bien recibida según hemos constatado con la audiencia.

Entrevista 2.

Alexey Mompeller Lorenzo

Pregunta #1: ¿Qué labor desempeña dentro del equipo de realización de la revista?

Respuesta: Redactor reportero de prensa

Pregunta #2: ¿Qué nivel de escolaridad tiene?

Respuesta: Universitario. Licenciado en Periodismo.

Pregunta #3: ¿Es usted fundador/a de este programa?

Respuesta: No, comencé en septiembre del 2013

Pregunta #4: ¿Siempre ha ocupado el mismo lugar dentro del equipo de realización?

Respuesta: Si

Pregunta #5: ¿Usted recibe algún tipo de capacitación en especial para desempeñar esta labor?

Respuesta: Hasta el momento no.

Pregunta #6: ¿Con qué frecuencia lo recibe, cómo, dónde, de quién lo recibe?

Respuesta: -

Pregunta #7: ¿A través de qué métodos usted mide la audiencia de la revista informativa Espectros?

Respuesta: Cuando alguna persona llama resaltando el papel del trabajo periodístico que se radió algún día en específico.

Pregunta #8: ¿Se tiene en cuenta los criterios de la audiencia en la realización del programa? Argumente.

Respuesta: Algunas veces si se tienen en cuenta pero todavía falta tener en cuenta los gustos de las personas porque algunas veces se radia los mismos materiales y hace falta buscar más retroalimentación con los oyentes, además se debe tener en cuenta los planes temáticos y las sugerencias de los propios periodistas.

Pregunta #9: ¿Considera usted que la radio y este programa específicamente han ganado algo desde su creación hasta el momento?

Respuesta: en estos 10 años la revista ha ganado en calidad porque no es la misma, ya que se han sumado nuevos periodistas, algunas secciones se han dejado de radiar pero han surgido otras. Un ejemplo de la superación de este programa informativo es que obtuvo el gran premio en el festival municipal de la radio 2013 y mención en el provincial.

Pregunta #10: ¿Qué es para usted el acto de realizar un programa?

Respuesta: Elaborar los diferentes géneros que responden al perfil editorial del medio basándome en distintas fuentes de información y las apreciaciones o criterios del director de la revista.

Pregunta #11: ¿Cuáles son los elementos técnico-artísticos que usted maneja en la realización de la revista?

Respuesta: En dependencia del género, ya sea crónica, entrevista, reportajes o testimonios, utilizó diferentes recursos y efectos sonoros que de alguna manera realzan lo que se quiere decir y estos recursos son muy importantes en la radio para que el oyente visualice lo que se quiere decir.

Pregunta #12: ¿Qué limitantes y potencialidades caracterizan al programa actualmente?

Respuesta: Como limitantes es que en una hora de transmisión es bastante poco para divulgar el acontecer informativo del municipio, pero para ser una radio municipal es uno de los espacios con mayor audiencia de la emisora. También deberían incrementar dentro del programa, aunque se hace, nuevos enfoques a la

realidad cabaiguanense. Y como potencialidades es un programa bastante escuchado, es uno de los espacios más dinámicos porque coexisten variedad de género y todo tipo de clasificado que es lo que más le interesa al público.

Pregunta #13: ¿Cómo valoraría usted la transmisión del programa?

Respuesta: La valoraría de bien aunque todavía faltan elementos por perfeccionar como las que mencione anteriormente.

Entrevista 3.

María Elena Perna

Pregunta #1: ¿Qué labor desempeña dentro del equipo de realización de la revista?

Respuesta: Locutora.

Pregunta #2: ¿Qué nivel de escolaridad tiene?

Respuesta: Nivel superior. Licenciada en Marxismo Leninismo e Historia.

Pregunta #3: ¿Es usted fundador/a de este programa?

Respuesta: No.

Pregunta #4: ¿Siempre ha ocupado el mismo lugar dentro del equipo de realización?

Respuesta: Si

Pregunta #5: ¿Usted recibe algún tipo de capacitación en especial para desempeñar esta labor?

Respuesta: Si

Pregunta #6: ¿Con qué frecuencia lo recibe, cómo, dónde, de quién lo recibe?

Respuesta: Lo más reciente fue una preparación en el 2013 para mi evaluación de locutora en la CMGI Radio Sancti Spíritus.

Pregunta #7: ¿A través de qué métodos usted mide la audiencia de la revista informativa Espectros?

Respuesta: A través de reportes de sintonía, llamadas telefónicas, encuestas, colectivos de programas, monitoreo de los especialistas de la emisora nuestra y del equipo metodológico provincial.

Pregunta #8: ¿Se tiene en cuenta los criterios de la audiencia en la realización del programa? Argumente.

Respuesta: Si se tienen en cuenta porque los oyentes son la razón de ser del equipo de realización que responde su mayor por ciento a informar los principales sucesos de la comunidad, la provincia, Cuba y el mundo.

Pregunta #9: ¿Considera usted que la radio y este programa específicamente han ganado algo desde su creación hasta el momento?

Respuesta: Si

Pregunta #10: ¿Qué es para usted el acto de realizar un programa?

Respuesta: Es poner la mayor creatividad y empeño para que los oyentes cada vez aumenten la sintonía.

Pregunta #11: ¿Cuáles son los elementos técnico-artísticos que usted maneja en la realización de la revista?

Respuesta: los elementos técnico-artísticos son contenidos en su forma, objetivo y superobjetivo, realización técnica, todos los requisitos de un comunicador, voz, dicción, interpretación, personalidad, seguridad, entonación y la empatía.

Pregunta #12: ¿Qué limitantes y potencialidades caracterizan al programa actualmente?

Respuesta: La revista trata temas de interés informativo y de facilitación social muy seguidos por la audiencia a través de los tributos de los periodistas. Y la principal limitación que presenta es que no se puede realizar móvil radio por no contar con los medios técnicos, no abarca todas las comunidades porque los periodistas no cuentan con medios técnicos para transportarse aunque se hace pero con esas limitaciones.

Pregunta #13: ¿Cómo valoraría usted la transmisión del programa?

Respuesta: Muy efectiva porque el oyente se ha identificado con su radio comunitaria.

Entrevista 4.

Dayamí Muñoz Domínguez

Pregunta #1: ¿Qué labor desempeña dentro del equipo de realización de la revista?

Respuesta: Supervisión y control de la calidad del programa.

Pregunta #2: ¿Qué nivel de escolaridad tiene?

Respuesta: Universitaria. Licenciada en Educación.

Pregunta #3: ¿Es usted fundador/a de este programa?

Respuesta: No.

Pregunta #4: ¿Siempre ha ocupado el mismo lugar dentro del equipo de realización?

Respuesta: Si

Pregunta #5: ¿Usted recibe algún tipo de capacitación en especial para desempeñar esta labor?

Respuesta: No, pero este año se va a comenzar.

Pregunta #6: ¿Con qué frecuencia lo recibe, cómo, dónde, de quién lo recibe?

Respuesta: -

Pregunta #7: ¿A través de qué métodos usted mide la audiencia de la revista informativa Espectros?

Respuesta: A través de investigaciones sociales que se aplican por nuestra emisora.

Pregunta #8: ¿Se tiene en cuenta los criterios de la audiencia en la realización del programa? Argumente.

Respuesta: Los criterios de la audiencia si se tienen en cuenta puesto que estos solicitan temas de su interés para ser tratados en el programa. También en esta revista se realizan trabajos periodísticos donde se tratan temas críticos sobre problemas que afectan a la población y se le da atención a las quejas.

Pregunta #9: ¿Considera usted que la radio y este programa específicamente han ganado algo desde su creación hasta el momento?

Respuesta: Por supuesto que si se ha ganado mucho en calidad y en cuanto al reflejo de la cotidianidad de nuestro pueblo en la radio.

Pregunta #10: ¿Qué es para usted el acto de realizar un programa?

Respuesta: Un reto y una gran responsabilidad.

Pregunta #11: ¿Cuáles son los elementos técnico-artísticos que usted maneja en la realización de la revista?

Respuesta: Yo no participé en la realización.

Pregunta #12: ¿Qué limitantes y potencialidades caracterizan al programa actualmente?

Respuesta: la principal limitante que presenta es la poca experiencia de algunos periodistas y la potencialidad es la preparación y experiencia del colectivo que lo realiza.

Pregunta #13: ¿Cómo valoraría usted la transmisión del programa?

Respuesta: Como muy bueno.

Entrevista 5.

Dainier Marcelo Sansaricq

Pregunta #1: ¿Qué labor desempeña dentro del equipo de realización de la revista?

Respuesta: Realizador de sonido.

Pregunta #2: ¿Qué nivel de escolaridad tiene?

Respuesta: Licenciado en Estudios Socioculturales.

Pregunta #3: ¿Es usted fundador/a de este programa?

Respuesta: No, empecé en el 2007, tres años después de que comenzó la revista.

Pregunta #4: ¿Siempre ha ocupado el mismo lugar dentro del equipo de realización?

Respuesta: Siempre he sido el realizador, pero he dirigido la revista cuando Hugo ha faltado y he sido locutor también.

Pregunta #5: ¿Usted recibe algún tipo de capacitación en especial para desempeñar esta labor?

Respuesta: Si se recibe cuando viene el grupo metodológico de la Emisora Provincial. También curso de montajes de trabajos periodísticos, reportajes, crónicas y las otras las orienta la provincia cuando quiere superarnos y ahí estamos para eso.

Pregunta #6: ¿Con qué frecuencia lo recibe, cómo, dónde, de quién lo recibe?

Respuesta: Cada 3 meses, eso depende de las orientaciones que nos hagan y casi siempre son en Sancti Spíritus.

Pregunta #7: ¿A través de qué métodos usted mide la audiencia de la revista informativa Espectros?

Respuesta: A través de llamadas telefónicas, cuando la gente te detiene en la calle para hacerte alguna inquietud o alguna sugerencia para que abordes determinado tema.

Pregunta #8: ¿Se tiene en cuenta los criterios de la audiencia en la realización del programa? Argumente.

Respuesta: Se tiene en cuenta a través de las llamadas telefónicas, mediante cartas a los periodistas para que tramiten determinada problemática. También cuando quieren que hagamos algún trabajo periodístico.

Pregunta #9: ¿Considera usted que la radio y este programa específicamente han ganado algo desde su creación hasta el momento?

Respuesta: Si, porque hemos crecido, nos vamos superando constantemente para ofrecer un programa con mayor calidad para el público que se lo merece porque son los que nos evalúan y nos escuchan a diario.

Pregunta #10: ¿Qué es para usted el acto de realizar un programa?

Respuesta: Es un compromiso que tiene uno como realizador de hacer un programa que guste e informe al pueblo, no solo brindándole los elementos que las personas desean escuchar sino también lo que necesitan.

Pregunta #11: ¿Cuáles son los elementos técnico-artísticos que usted maneja en la realización de la revista?

Respuesta: La voz, el silencio, efectos musicales, la utilización de efectos sonoros.

Pregunta #12: ¿Qué limitantes y potencialidades caracterizan al programa actualmente?

Respuesta: Las limitantes que tiene es que no existe transporte para que los periodistas vayan a los consejos populares para reflejar su acontecer. La potencialidad que tiene es que cuenta con un equipo de periodistas que trabajan de manera unida y que cubre todos los sectores del municipio.

Pregunta #13: ¿Cómo valoraría usted la transmisión del programa?

Respuesta: Se realiza con buena calidad, donde cada uno de los integrantes hace todo para que cuando salga al aire quede como se merece el oyente.

Anexo 6. Encuesta aplicada a la población.

Objetivo: Determinar los criterios de la audiencia que se manifiestan en la realización de la revista informativa "Espectros" de la Emisora La Voz de Cabaiguán.

Llene los espacios correspondientes y marque con una X según corresponda.

1. Datos personales:

Edad: _____ Sexo: M _____ F _____

Nivel de escolaridad:

Secundario _____ Medio Superior _____ Técnico Medio _____ Universitario _____ Otros _____

2. ¿Usted escucha la revista informativa "Espectros" de la Emisora La Voz de Cabaiguán? Sí _____ No _____

3. ¿Con qué frecuencia la oye?:

Diariamente _____ Dos o tres veces por semana _____ Una sola vez a la semana _____

Alguna vez _____

4. ¿Por qué la escucha?

Porque le gusta _____ Porque a esa hora no tiene más nada que hacer _____

Porque le interesan los temas que se tratan en ella _____

Porque le gustan los conductores _____ Porque le informa _____

Porque se ve identificado(a) en él _____ Porque satisface sus necesidades _____

Por otros motivos _____ ¿Cuáles?

5 ¿Qué le parece el horario de transmisión?

_____ Excelente _____ Bueno _____ Regular _____ Malo _____ Otro

6 ¿Y el tiempo de duración?

_____ Bueno _____ Muy extenso _____ Dura poco _____ Otro

7. ¿Cómo valora usted la transmisión de la revista "Espectros":

___ Excelente ___ Buena ___ Mala ___ Regular ___

8. ¿Los temas tratados son los que necesita la población?

___ Si ___ No ___

¿Por qué?

9. Los temas de la Revista los califica de:

___ Interesantes ___ Educativos ___ Variados ___ Instructivos

___ Reiterativos ___ Aburridos ___ Otros ¿Cuáles? _____

10. Las temáticas que más prefiero son:

Facilitación social:

___ avisos ___ ventas ___ compras ___ cambios ___ permutas ___ objetos
perdidos ___ ofertas comerciales ___ ofertas gastronómicas ___ ofertas
agropecuarias ___ salidas de los ómnibus.

Educación y Cultura:

___ Cultura política ___ Cultura económica ___ Cultura y consultoría jurídica
___ Educación y familia ___ Valores culturales y patrimoniales
___ Sanidad vegetal ___ Producción y salarios ___ Formación vocacional
___ Orientación profesional ___ El lenguaje ___ Medio ambiente ___ Otros

Salud:

___ Educación sexual ___ Medicina Legal ___ Criminalística.

Secciones:

___ Sobre los Cinco Héroes ___ La ciencia y la técnica ___ Orientación social
___ Lugares y símbolos de Cabaiguán ___ Personalidades del territorio.

Segmentos:

___ Estado del tiempo ___ Deportes ___ Boletines ___ Reportes de sintonía.

11. ¿Qué otros temas le gustaría que fueran tratados en este espacio?

12. ¿Cómo cataloga la conducción, por el locutor (a), del programa?

Excelente ___

___ Porque tiene una dicción excelente ___ Porque es muy amena

___ Porque siempre encuentra la palabra correcta

Buena ___

___ Porque se expresa bien ___ Porque tiene una buena interacción con el invitado

___ Porque tiene un buen timbre de voz.

Regular ___

___ El locutor (a) se equivoca al hablar ___ No tiene buena dicción

___ No logra una buena comunicación con el invitado

Mala ___

___ Porque no sabe expresarse ___ Porque no logra transmitir el mensaje a la audiencia. ___ Porque no tiene las condiciones necesarias para ser locutor de radio.

13. ¿Le gusta la sección de las entrevistas a invitados?

Sí ___ No ___ ¿Cómo las catalogas?

Buenas ___ Porque tienen en cuenta las necesidades del público para elaborar las preguntas. ___ Porque los invitados explican bien el tema abordado. ___ Porque el locutor logra un intercambio adecuado con el invitado.

Regular ___ Porque las preguntas no siempre se corresponde con las necesidades de la audiencia. ___ Porque a veces el invitado no está bien preparado para hablar sobre el tema abordado. ___ Porque la locutora interrumpe con frecuencia al invitado. ___ Porque a veces son muy reiterativas las preguntas.

Malas ___ Porque los temas y las preguntas se seleccionan sin tener en cuenta las necesidades de la audiencia. ___ Porque los invitados no son las personas idóneas para hablar sobre el tema. ___ Porque no se logra un clima ameno entre el locutor y el invitado.

14. De la revista informativa:

¿Qué es lo que más le gusta? _____

¿Qué es lo que menos le gusta? _____

Alguna sugerencia

Anexo 7. Datos curiosos sobre la revista.

- La primera persona que participó en este espacio fue la compañera Enedina Martín ya fallecida y el primer directivo entrevistado fue Orlando Aróstica Hernández en aquel entonces Jefe de Operaciones de Acueducto y Alcantarillado.
- El primer representante del Partido entrevistado fue Félix Pérez Zúñiga, secretario del PCC en Cabaiguán.
- La primera canción que se colocó en el espacio fue "Un canto a Cabaiguán" de Arturo Alonso Díaz.
- El primer colaborador fue Luis Expósito, un vecino de la calle Sergio Soto.
- El primer corresponsal deportivo fue Jorge Sánchez Marín.
- El primer tema polémico abordado fue la situación del abasto de agua a la ciudad de Cabaiguán.

Anexo 8. Sistema de grabación de la revista "Espectros"



En la realización de sonidos, grabaciones y ediciones se encuentra actualmente Dainier Marcelo Sansaricq.



Antena

Anexo 9. Equipo de realización.



Hugo Crespo Crespo, Director y fundador de la revista



Danilo López Chávez, locutor junto a María Elena Perna.

Anexo 10. Colaboradores con el programa.



Redactor de Prensa Alexey Mompeller, junto a María Elena Perna y Yaikel Arias

Anexo 11. Ejemplo de un plan temático de la revista "Espectros".

M-1 PROGRAMACION ESPECIAL CON SECCIONES VARIADAS.

J-2 SITUACION DE LAS PRODUCCIONES AGRICOLAS Y SUSTITUCION DE IMPORTACIONES.

V-3 UN HEROE DEL PUEBLO. JOSE RAMON FUERTE CANO. FALLECIMIENTO.

S-4 SITUACION EPIDEMIOLOGICA. MOSQUITO Y OTROS VECTORES.

L-6 PREPARATIVOS PARA LOS EXAMENES DE INGRESO A LA EDUCACION SUPERIOR.

M-7 IMPACTO DE LOS TRATAMIENTOS FISIOTERAPEUTICOS EN LA SALA DE REHABILITACION.

M-8 TRABAJO DE LOS MIEMBROS DE LA CRUZ ROJA EN CABAIGUAN.

J-9 LAS PRODUCCIONES AVICOLAS EN EL TERRITORIO.

V-10 COMPORTAMIENTO DE ENFERMEDADES DE LA PIEL Y LUPUS EN EL TERRITORIO. PREVENCION.

S-11 EL TRABAJO DEL PERSONAL DE ENFERMERIA EN EL TERRITORIO.

L-13 ATENCION A LA TERCERA EDAD EN EL TERRITORIO.

M-14 VIH-SIDA. SITUACION Y COMPORTAMIENTO EN EL MUNICIPIO.

M-15 LA FAMILIA EN LA EDUCACION DE LOS HIJOS. DIRVORCIOS MAL MANEJADOS Y APOYO A LA ESCUELA.

J-16 EL CAMPISMO POPULAR. OFERTAS PARA ESTA ETAPA Y PARA EL VERANO.

V-17 LAS TELECOMUNICACIONES Y LA INFORMATICA EN LA LOCALIDAD.

S-18 LOS MUSEOS AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD. SALAS E INSTITUCIONES EN CABAIGUAN

L-20 PROCESO DEL CONGRESO DE LOS CDR. AVANCE EN EL TERRITORIO.

M-21 CORRUPCION E ILEGALIDADES EN EL SECTOR DEL COMERCIO Y LA GASTRONOMÍA. MEDIDAS.

M-22 LAS DONACIONES DE SANGRE Y SU IMPORTANCIA PARA SALVAR VIDAS. ESTRATEGIA EN EL MUNICIPIO.

J- 23 PROCESO CONGRESO DE LA FMC. SU AVANCE EN EL TERRITORIO.

V-24 ENTREGA DE TIERRAS Y SU EVOLUCION EN EL MUNICIPIO.

S-25 INDISCIPLINAS SOCIALES. MALTRATO A LA PROPIEDAD SOCIAL. ESTRATEGIAS EN EL MUNICIPIO.

L- 27 INTERNACIONALISTAS CABAIGUANENSES QUE PARTICIPARON EN LA LIBERACION DE ANGOLA. OPERACIÓN CARLOTA.

M-28 CREDITOS BANCARIOS. SITUACION Y MECANISMOS PARA SU ENTREGA.

M-29 ASAMBLEAS XX CONGRESO DE LA CTC. PERSONALIDAD DE LAZARO PEÑA.

J-30 RESULTADOS PRIMERA CONVOCATORIA., EXAMENES DE INGRESO A LA EDUCACION SUPERIOR.

V-31 EL TABAQUISMO. MEDIDAS PARA EVITARLO EN CABAIGUAN.

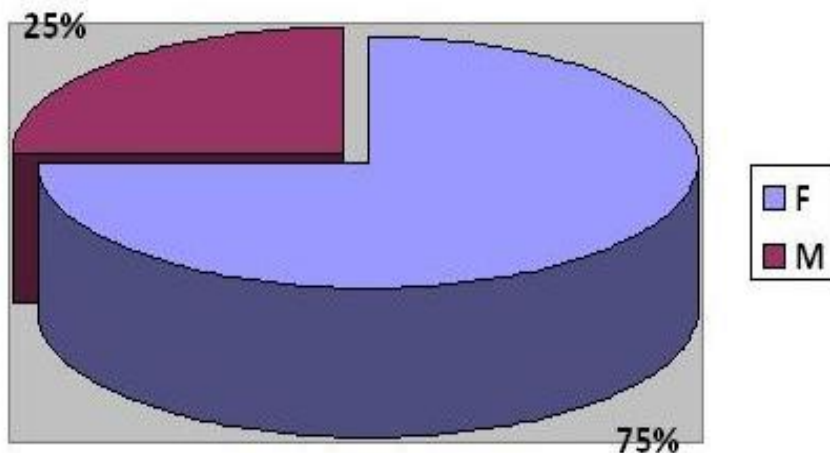
*De cada una de estas temáticas se derivan trabajos periodísticos, entrevistas, reportajes, crónicas, comentarios, informaciones y testimonios.

Anexo 12. Comportamiento de la audiencia por sexos

Tabla 1. Comportamiento de la audiencia por sexo, según la autora 2014		
Sexo	Frecuencia	%
F	174	75.0
M	58	25.0
Total	232	100.0

Fuente: Elaboración propia

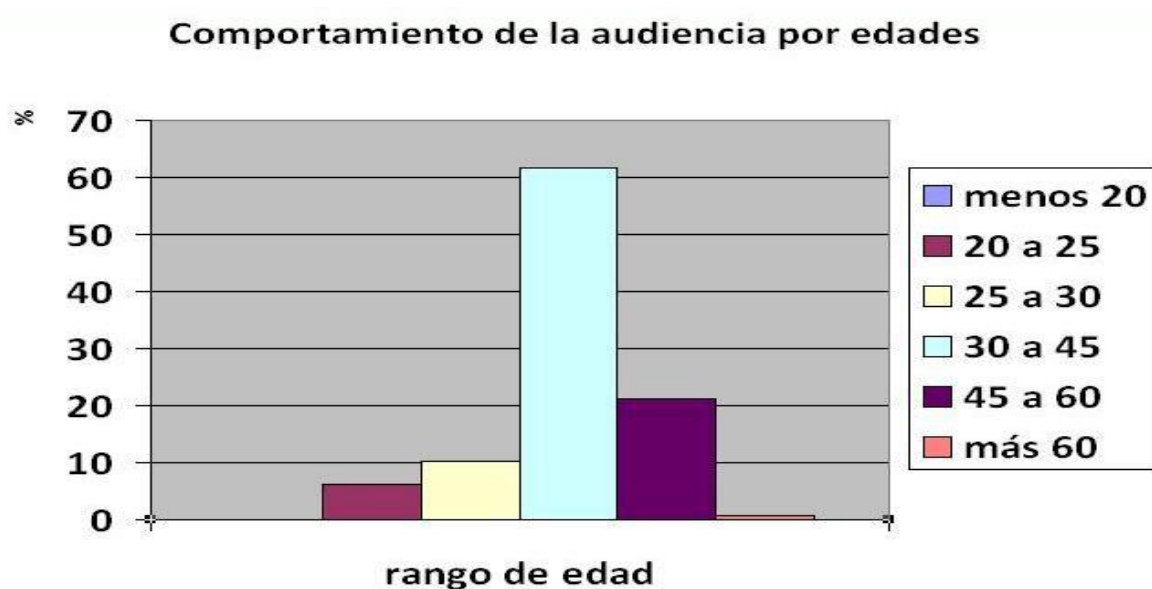
COMPORTAMIENTO DE LA AUDIENCIA POR SEXO



Anexo 13. Comportamiento de la audiencia por edades.

Tabla 2. Comportamiento de la edad, según la autora 2014.		
Rango de edad	Frecuencia	%
Menores de 20	-	-
de 20 a 25	14	6.2
de 25 a 30	24	10.3
de 30 a 45	143	61.6
de 45 a 60	49	21.1
Mayor de 60	2	0.8
Total	232	100

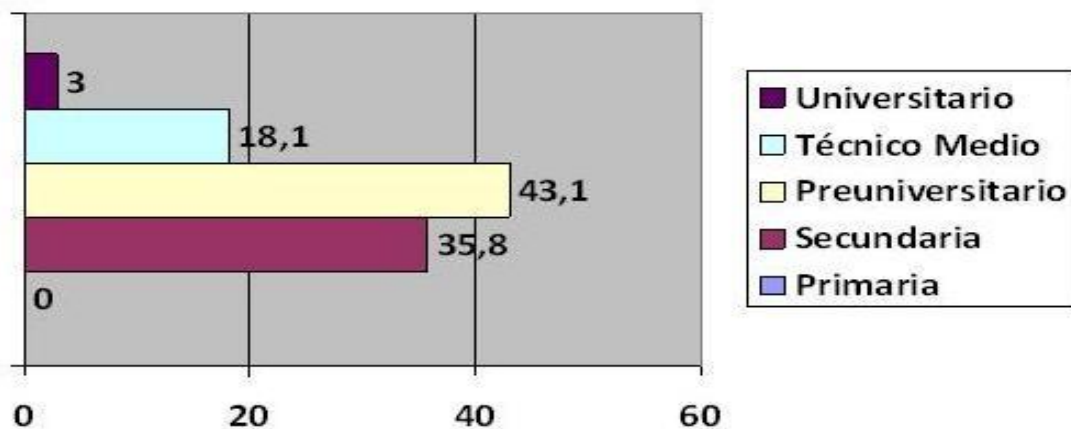
Fuente. Elaboración propia



Anexo 14. Comportamiento de la audiencia por nivel de escolaridad.

Tabla 3. Nivel de Escolaridad, según la autora 2014		
Escolaridad	Frecuencia	%
Primaria	-	-
Secundaria	83	35.80
Preuniversitario	100	43.10
Técnico Medio	42	18.10
Universitario	7	3.0
Total	232	100

NIVEL DE ESCOLARIDAD DE LA AUDIENCIA



Anexo 15. Motivos por los que escucha la revista.

Tabla 4. Motivos por los que escucha la revista, según la autora 2014		
Motivos	Frecuencia	%
Porque le gusta	110	47.41
Porque le interesan los temas que se tratan en ella	24	10.34
Porque a esa hora no tiene más nada que hacer	2	0.87
Porque le gustan los conductores	1	0.43
Porque le informa	93	40.08
Porque se ve identificado(a) en él	-	-
Porque satisface sus necesidades	2	0.87
Por otros motivos	-	-
Total	232	100

Anexo 16. Criterios sobre el horario de transmisión y tiempo de duración.

Tabla 5. Horario de transmisión, según la autora 2014		
Nivel	Frecuencia	%
Excelente	183	78.87
Bueno	42	18.11
Regular	7	3.02
Malo	-	-
Otro	-	-
Total	232	100

Tabla 6. Tiempo de duración, según la autora 2014		
	Frecuencia	%
Bueno	145	62.50
Dura poco	83	35.78
Muy extenso	4	1.72
Otro	-	-
Total	232	100

*fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta

Anexo 17. Criterios sobre los temas tratados y temáticos que más prefieren.

Tabla 7. Clasificación de los temas que trata la revista, según la autora 2014		
Escolaridad	Frecuencia	%
Interesantes	73	31.47
Educativos	45	19.39
Variados	67	28.87
Instructivos	42	18.10
Reiterativos	4	1.73
Aburridos	1	0.44
Otros	-	-
Total	232	100

Tabla 8. Temáticas que más prefieren, según la autora 2014		
Temáticas	Frecuencia	%
Facilitación social		
Avisos	165	71.12
Ventas	179	77.15
Compras	124	53.44
Cambios	96	41.37
Permutas	80	34.48
Objetos perdidos	185	79.74
Ofertas comerciales	198	85.34
Ofertas agropecuarias	194	83.62
Salidas de ómnibus	163	70.25
Otros	-	-
Educación y Cultura		
Cultura política	51	21.98
Cultura económica	42	18.10
Consultoría jurídica	144	62.06
Educación y familia	130	56.03
Valores culturales y patrimoniales	186	80.17
Sanidad vegetal	36	15.51
Producción y salarios	102	43.96
Formación vocacional	42	18.10
Orientación profesional	135	58.18
El lenguaje	152	65.51
Medio ambiente	141	60.77
Otros	-	-
Salud		

Sexualidad	193	83.18
Medicina Legal	55	23.70
Criminalística.	62	26.72
Otras	-	-
Secciones		
Sobre los Cinco Héroes	73	31.46
La ciencia y la técnica	147	63.36
Orientación social	185	79.74
Lugares y símbolos de Cabaiguán	96	41.37
Personalidades del territorio.	170	73.27
Segmentos		
Estado del tiempo	185	79.74
Deportes	190	81.89
Boletines	121	52.15
Reportes de sintonía	132	56.89

Anexo 18. Criterios sobre la conducción de la revista.

Tabla 9. Criterios sobre la conducción de la revista, según la autora 2014		
Nivel	Frecuencia	%
Excelente		
- Porque tiene una dicción excelente	30	12.93
- Porque es muy amena	125	53.87
- Porque siempre encuentra la palabra correcta	20	8.62
Bueno		
- Porque se expresa bien	25	10.77
- Porque tiene una buena interacción con el invitado	12	5.17
- Porque tiene un buen timbre de voz.	20	8.62
Regular		
- El locutor (a) se equivoca al hablar		
- No tiene buena dicción		
- No logra una buena comunicación con el invitado		
Malo		
- Porque no sabe expresarse		
- Porque no logra transmitir el mensaje a la audiencia		
- Porque no tiene las condiciones necesarias para ser locutor de radio		
Otro		
Total	232	100.00

*fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta

Anexo 19. Criterios sobre la revista.

Tabla 10. Cómo le resulta la revista informativa, según la autora 2014		
	Frecuencia	%
Interesante	170	73.27
Poco interesante	-	-
Novedosa	31	13.36
Profunda	22	9.48
Reiterativa	1	0.43
Amena	8	3.44
Aburrida	-	-
Superficial	-	-
Total	232	100

Tabla 11. Valoración de la programación, según la autora 2014		
Criterios	Frecuencia	%
Excelente	183	78.87
Bueno	42	18.11
Regular	7	3.02
Malo	-	-
Total	232	100

Tabla 12. Calidad de la recepción, según la autora 2014.		
Criterios	Frecuencia	%
Muy bien	174	75.00
Bien	50	21.55
Regular	5	2.15
Mal	-	-
Muy mal	-	-
No sabe	3	1.29
Total	232	100

Tabla 13. Nivel de satisfacción, según la autora 2014		
	Frecuencia	%
Totalmente	174	75.00
Medianamente	56	24.10
En poca medida	2	0.86
Insatisfecho	-	-
Total	232	100