



UNIVERSIDAD JOSÉ MARTÍ PÉREZ

Sancti Spíritus

FACULTAD DE HUMANIDADES

Trabajo de Diploma

TESIS EN OPCIÓN AL GRADO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN
SOCIAL

TÍTULO: Estudio de recepción sobre la temática juvenil de
periódico Escambray en los Trabajadores Sociales de
Sancti Spíritus

Autor: Yadiel Vega Álvarez

Tutor: Yainerys Ávila Santos

Curso 2009 - 2010



*"Un axioma: a los jóvenes
no les gusta el teque"*

Fernando Martínez Heredia

DEDICATORIA

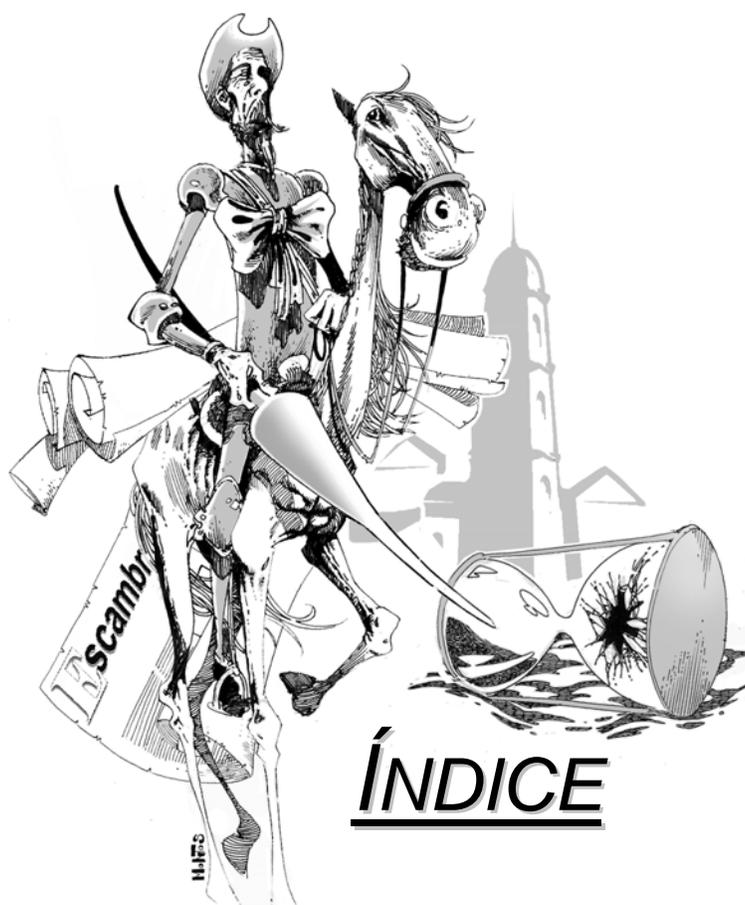
- ✓ A la memoria de mi hermano Yoan, que está y estará por siempre en mí.
- ✓ A mis padres, Lidia y Polo, por el sacrificio, la consagración, el amor, la paciencia y la preocupación durante estos seis años de mi vida. Por estar juntos en los momentos más difíciles.

AGRADECIMIENTOS

- ✓ A Mirelys, por la calma en el temporal, por su fe, su confianza, su tiempo, su paciencia, su preocupación, por darme la mano cuando se me cerraron todas las puertas y por su apoyo.
- ✓ A Yainerys, por su paciencia y aprecio, por saber que es tarde pero seguro.
- ✓ A Gisselle, por el tiempo y la dedicación, por el consejo acertado, por ser parte de esta investigación.
- ✓ A Luz María, por su amor y su compañía, por estar a mi lado en los momentos difíciles, por su comprensión y paciencia.
- ✓ A Borrego, por sus acertadas respuestas, por permitirme realizar este estudio en Escambray.
- ✓ A Liuvys y Vanessa, por ayudarme durante seis años, por ser amigas ante todo.
- ✓ A Yamilé, por la ayuda prestada en el archivo central del periódico.
- ✓ A Yolanda Brito, por su preocupación.
- ✓ A Ángel Pentón, por su ayuda incondicional durante mis estudios, por ser tutor, amigo y compañero.
- ✓ A todos los que de una forma u otra contribuyeron a la realización de esta investigación.

RESUMEN

La presente investigación se propone estudiar, desde una perspectiva cualitativa, en la estructuración de los contenidos de una publicación escrita, el comportamiento de la opinión de los lectores dentro de los Trabajadores Sociales de Sancti Spíritus acerca de los trabajos referidos a la temática juvenil, publicados en el periódico Escambray durante los años 2008 -2009. Se apoya en el análisis de contenido, la investigación Documental y/o Bibliográfica, las entrevistas y encuestas como métodos y técnicas fundamentales. El informe se estructura en tres capítulos y se ofrecen, además, conclusiones y recomendaciones.



INDICE

<i>Introducción</i>		1
Capítulo I	Fundamentos teóricos	6
1.1	<i>Estudios de recepción. Caracterización General</i>	6
1.1.1	<i>Teoría de la recepción y la comunicación de masas</i>	6
1.1.2	<i>La recepción en los estudios europeos</i>	12
1.1.3	<i>La perspectiva latinoamericana</i>	19
1.1.4	<i>El nuevo paradigma de los efectos a largo plazo</i>	28
1.2	<i>Una mirada imprescindible al periódico Escambray</i>	31
Capítulo II	Precisiones metodológicas	34
Capítulo III	Análisis de los Resultados	45
3.1	<i>Trabajos periodísticos</i>	45
3.1.1	<i>Un lugar para la temática juvenil</i>	45
3.1.2	<i>Géneros periodísticos en que se aborda el tema</i>	51
3.1.3	<i>Apoyo gráfico en los trabajos periodísticos</i>	53
3.2	<i>Públicos</i>	55
3.2.1	<i>Edad</i>	55
3.2.2	<i>Actividad que realiza</i>	56
3.2.3	<i>Nivel de escolaridad</i>	57
3.3.4	<i>Acceso al periódico Escambray</i>	58
3.3.5	<i>Familiarización con Escambray y proceso de recepción</i>	58
3.3	<i>Nivel de satisfacción</i>	60
Conclusiones		63
Recomendaciones		64
Bibliografía		65
Anexos		



INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Los estudios sobre la recepción, ligados al análisis de la influencia, se han convertido en los últimos veinte años en uno de los sectores claves del desarrollo de las teorías de la comunicación.

En estos estudios el contexto de recepción permite ver cómo los distintos planos de la vida (el económico, el político, el cultural, etc.) se articulan en prácticas rutinarias regidas por normas, entre las que se encuentra la evaluación encaminada a mejorar la calidad de publicaciones periódicas, en especial, en lo que se refiere a los periódicos.

Los rotativos provinciales constituyen un recurso impreso de elevada importancia en nuestro país en los que el factor predominante es el contenido. Entre estos medios de prensa se encuentra el periódico *Escambray*, de la provincia de Sancti Spíritus que tiene una frecuencia semanal.

Mundialmente, la edad promedio de quienes leen la prensa supera los 42 años, excepto en Internet, donde se visitan cerca de un millón de periódicos y revistas, y el promedio disminuye a 32.

También en Cuba la opción digital gana adeptos. El sitio de *Escambray* recibe alrededor de 1 000 impactos cada 24 horas, muchos de ellos desde las universidades y los Joven Club, pero aún predominan los lectores de la versión impresa, que sale con 30 000 ejemplares cada sábado.

Siempre se ha valorado la importancia de la opinión de los lectores en la estructuración de los contenidos de una publicación escrita. El reto implícito de este estudio es justamente descifrar qué es lo que ese lector quiere encontrar en la publicación de tal manera que permita, no sólo acentuar lo ya ganado, sino reposicionar la publicación, convocando masivamente a nuevos públicos.

El mejor premio a eso es que la gente hable en la calle de lo humano y lo divino poniéndole como sello de garantía el hecho de «qué salió en *Escambray* ». Sin

embargo, mucho queda aún por hacer en los públicos más jóvenes, quienes con frecuencia aluden que el semanario no forma parte de sus lecturas cotidianas. Las causas de esta paradoja son muy variadas: desde fenómenos globales que caracterizan la recepción de mensajes para la juventud hasta imperdonables laberintos de la burocracia y de las urgencias cotidianas.

Constituyó un impulso a este trabajo el hecho de que, a pesar de que existen diferentes estudios de recepción en este medio, no hay ninguno que aborde directamente este tema. Dada la importancia de establecer recuperar estos públicos, específicamente los Trabajadores Sociales, ha de buscarse respuesta al problema de investigación ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los trabajadores sociales de la ciudad de Sancti Spíritus con respecto a los trabajos periodísticos que reflejan la temática juvenil publicados por el periódico *Escambray* en los años 2008 y 2009?

Objetivo General:

1. Determinar cuál es el nivel de satisfacción de los trabajadores sociales de la ciudad de Sancti Spíritus con respecto a los trabajos periodísticos publicados por el periódico *Escambray* en los años 2008 y 2009

Objetivos Específicos:

1. Sistematizar los fundamentos teóricos-metodológicos relacionados con los estudios de recepción en los medios de comunicación.
2. Determinar el lugar que ocupa el periódico *Escambray* en el espectro de opciones de los trabajadores sociales de la ciudad de Sancti Spíritus para informarse.
3. Describir el proceso de recepción de los trabajos de temática juvenil publicados por el Periódico *Escambray*

Para solucionar el problema de investigación han de definirse las categorías: públicos, trabajos periodísticos de la temática juvenil y nivel de satisfacción.

- 1. Trabajos periodísticos**
 - Temáticas abordadas
 - Géneros periodísticos que se aborda
 - Despliegue de los textos
 - Apoyos gráficos
 - Ubicación en las páginas
 - Representatividad de los Trabajadores Sociales
- 2. Públicos**
 - Edad
 - Actividad que realizan
 - Nivel de escolaridad
 - Acceso al periódico *Escambray*
 - Familiarización con *el medio*
- 3. Nivel de Satisfacción**
 - Alto nivel de satisfacción
 - Mediano nivel de satisfacción
 - Bajo
 - Insuficiente

La investigación se desarrolla desde la perspectiva cualitativa. El enfoque teórico adoptado asume métodos como el análisis y la síntesis, la inducción y la deducción, el tránsito de lo abstracto a lo concreto, la unidad de lo lógico y lo histórico y el enfoque de sistema.

El histórico - lógico para recopilar información acerca de los antecedentes de los estudios de recepción y conocer la evolución histórica y los cambios ocurridos, además sirvió para ordenar de forma lógica de los contenidos.

El analítico - sintético se utiliza en todos los momentos de la investigación para la consulta y búsqueda de información en las fuentes bibliográficas y documentos en la construcción del marco teórico y la interpretación de la información recogida por los métodos empíricos.

El inductivo- deductivo se emplea en todos y cada uno de los momentos de la investigación desde su diseño hasta las conclusiones, en específico para la consulta de fuentes y documentos que permitan arribar a conclusiones y generalizaciones lógicas de los datos empíricos acerca del problema investigado.

La investigación fue viable porque todos los trabajadores sociales trabajan en la ciudad por lo que puede aplicárseles los métodos y técnicas de la investigación. No hubo necesidad de trasladarse fuera de los límites de la localidad. Los ejemplares de *Escambray* están disponibles en el Archivo del periódico, local que radica en la propia ciudad.

El estudio aporta juicios de criterio de los trabajadores sociales respecto a la temática juvenil que permitan tanto a directivos del medio de prensa como a los periodistas que atienden el sector conocer sobre los aspectos que les interesa de la juventud, cómo abordarlos y por tanto, cómo elaborar propuestas atractivas y que despierten el interés de este sector poblacional. Además en recientes estudios realizados por el rotativo se conoció que buena parte de los jóvenes espirituanos manifiestan poco interés por informarse con los medios de prensa y escasa participación en los debates públicos, por lo que es importante conocer sus consideraciones respecto al fenómeno.

El estudio permite, entre otros aportes, conocer y valorar desde puntos de vista la opinión del emisor y el receptor, conducir al establecimiento de líneas de trabajo de *Escambray* sobre el tema juvenil e inspira líneas de investigación en la carrera de comunicación social de la provincia de Sancti Spíritus con relación a estudios de los medios de comunicación masiva.

Esta investigación ha de constituir un primer paso en el acercamiento de los Trabajadores Sociales a la Temática juvenil del Periódico *Escambray* y en un segundo momento a la redacción del Periódico para incentivar el análisis de estos temas.

La Tesis de Diploma está estructurada en tres capítulos. En el primero de ellos, se brinda una panorámica sobre las teorías que refleja el receptor, ya sea desde los estudios a corto o a largo plazo, la investigación europea o latinoamericana. En el Capítulo II *Precisiones metodológicas* se exponen la perspectiva, el diseño y tipo de investigación, las definiciones y operacionalizaciones de las categorías, los métodos y técnicas empleados, una explicación breve del trabajo de campo, la selección del universo y la muestra, así como la triangulación. El Capítulo III expone los resultados de la investigación donde se dará respuesta a las categorías de análisis planteadas en el diseño metodológico. Se ofrecen las conclusiones, recomendaciones, la bibliografía consultada y los anexos.



CAPÍTULO I

CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1 Estudios de Recepción. Caracterización General

A partir de los años ochenta se desarrolla lo que podríamos calificar 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 significados 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. Este punto, además, se presenta como novedoso en la investigación.

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 en el proceso de recepción los medios satisfacen una fama de intereses y placeres legítimos de la audiencia”.

Los medios de comunicación se consideran uno de los procedimientos más importantes de los que dispone la sociedad para autorreproducirse. Pero la audiencia no reproduce pasivamente la ideología, sino que interactúa continuamente con los contenidos de la televisión (medio central) y del resto de medios del sistema comunicativo.

1.1.1 Teorías de la recepción en la comunicación de masas

Uno de los hilos conductores de la evolución de la reflexión teórica en torno a la comunicación lo constituye, sin duda, la comprensión del fenómeno de la recepción y el carácter adjudicado al receptor, público o destino. En los finales del siglo XIX y principios del XX la revolución ocurrida en el ámbito comunicativo trajo aparejada la aparición del telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión, el cine, etc. Esto provocó que hacia los años veinte de la centuria pasada surgieran las primeras investigaciones sobre comunicación masiva,

motivadas principalmente por “la necesidad de explicar las relaciones e interacciones comunicacionales del ser humano y de este con su entorno” (Hernández, 2003). La presentación de las primeras teorías y modelos centrados en los efectos que los medios generaban en los públicos surgen en el contexto de la *Mass Communication Research*. Es así que los estudios iniciales de recepción aparecen dentro del Modelo de los Efectos¹.

Con el desarrollo de las investigaciones este modelo sufrió diversos cambios. En un primer momento tuvo dos vertientes: la teoría hipodérmica² o *Bullet Theory* y la teoría de los efectos y, en un segundo momento, los enfoques se centraron en la tematización, la espiral del silencio o la *agenda-setting*, estos últimos conocidos en el mundo academicista como efectos a largo plazo.

Los estudios en torno a la teoría hipodérmica basaban sus postulados en la psicología conductista “y veían toda acción humana a través de la fórmula *estímulo-respuesta*” (Medina, 2000). De esta manera se presentaba el estímulo como una condicionante de la respuesta del público, el cual permanecía aislado, anónimo, separado y atomizado. El modelo también mantenía una relación estrecha entre exposición a los mensajes y comportamientos. En el caso de que una persona fuese alcanzada por la propaganda, podía ser controlada, manipulada, inducida a actuar en correspondencia con el mensaje emitido (Wolf, 2005) Para comprender esta vertiente inicial es imprescindible el concepto de sociedad de masas³.

¹ “Su rasgo principal es la conceptualización de la problemática de la recepción en términos de efectos. Esta perspectiva tiene como preocupación central la respuesta a la pregunta ¿qué efectos tienen los medios de comunicación en la sociedad de masas?” (Alonso, 1999).

² La teoría hipodérmica surgió en el contexto del peligro de las dos guerras mundiales y la difusión a escala global de las comunicaciones de masas. Sus postulados centrales explicaban las características de la sociedad de masas. La *Bullet Theory*, como se conoce en inglés, representó un acercamiento a los medios, indiferente a la diversidad de cada uno de ellos y consideraba a los miembros del público como entes indefensos, vulnerables y atacados de manera directa y personal por los mensajes.

³ Se trata de un término ambiguo que presenta elementos y filones distintos de acuerdo a la ocasión en la que se emplee. Expuesto por primera vez por José Ortega y Gasset (1883-1955), el concepto se refiere a la atmósfera espiritual que se forma en Occidente por la degeneración de la democracia burguesa, por la burocratización de las instituciones públicas, por la extensión de las relaciones monetarias y de cambio a todas las formas de la relación entre los individuos. Se crea un sistema de nexos sociales dentro del cual cada persona se siente representante de un papel que se le impone desde fuera, se siente partícula de un principio impersonal: la incertidumbre.

El abandono de la teoría hipodérmica provocó el surgimiento de la corriente empírico experimental o de la persuasión⁴ desarrollada por Carl Hovland y la Escuela de Yale. Desde entonces se comenzaron a considerar las características psicológicas de los destinatarios y la complejidad de los elementos que mediaban entre emisor y receptor. Ya no bastaban el estímulo y la respuesta, ahora se le atribuían importancia a elementos que hasta ese instante permanecían descuidados o hasta omitidos por los investigadores.

Aunque el esquema causa-efecto de la teoría hipodérmica sobrevivió, se descartó la linealidad del proceso comunicativo. Entre el emisor (causa) y el receptor (efecto) se situaron los procesos psicológicos interpuestos, resultados del aprendizaje y que agrupaban todo el conocimiento adquirido por el ser humano durante su desarrollo.

Los principales estudios emprendidos por la Escuela de Yale se concretaron en el descubrimiento de los elementos que intervienen en la efectividad de los mensajes: factores relativos a la audiencia y al mensaje.

Dentro de los concernientes a la audiencia, resulta insoslayable citar el interés por adquirir información (a mayor exposición al mensaje, más motivación por la búsqueda de noticias); la exposición selectiva (el público se expone a los mensajes que son afines a sus actitudes y evita aquellos discordantes); la percepción selectiva (el receptor asimila los mensajes protegido por predisposiciones existentes acumuladas durante la vida y que llevan a formular un campo de aceptación y otro de rechazo)⁵; y la memorización selectiva (el sujeto tiende a recordar los aspectos que se relacionan con sus opiniones y actitudes mientras que las argumentaciones opuestas se borran con el tiempo).

⁴ Los principales estudios de esta corriente se desarrollaron en la década del 40, estrechamente vinculados a las exigencias políticas y militares de Estados Unidos y con la consabida recomendación de aplicarse siempre en situación de campaña (electoral, informativa, propagandística, etc.) para saber el efecto que surtían los medios en esas condiciones.

⁵ El campo de aceptación puede dar lugar al efecto de asimilación, en tanto el de rechazo conlleva a "la percepción del mensaje como propagandístico e inaceptable" (Alonso y Saladrigas, 2006).

Para desarrollar los estudios de recepción resulta imprescindible conocer y delimitar los factores concernientes al público. Saber si los destinatarios aceptan o rechazan el mensaje, el grado de interés para informarse, o si los mensajes están acordes a sus actitudes representa, en muchos casos, un notable adelanto para los investigadores, pues facilita la aplicación de los métodos y técnicas y el posterior análisis de los resultados.

Los factores relativos al mensaje son: credibilidad del comunicador, aspecto decisivo en la incidencia del mensaje persuasivo en el receptor; orden de las argumentaciones, referida a si los argumentos más importantes deben aparecer al inicio o al final del mensaje; exhaustividad de los planteamientos, que alude a la presentación de uno o dos aspectos en un tema controvertido; y la explicitación de las conclusiones, que valora la pertinencia de exponerlas si el mensaje es complejo o de lo contrario, obviarlas.

A partir de esta teoría comienza a considerarse a la audiencia diferenciada y selectiva en su exposición a los medios, y queda descartada la imagen de un público homogéneo y aislado.

Si hasta ese momento las investigaciones se centraban en la manipulación o la persuasión, los estudios empíricos sobre el terreno o de los efectos limitados abandonaron estos postulados para estudiar no sólo la influencia de los medios, sino también la que ejercen las relaciones comunitarias. Se pasó entonces, bajo la mirada de Paul Lazarsfeld, a una orientación más sociológica y, como consecuencia, se analizaron los procesos comunicativos en el contexto social donde se producían.

Comenzó a hablarse de pautas normativas determinadas por las categorías sociales que median entre el emisor y el receptor. Apareció, además, el reconocimiento de las mediaciones sociales que caracterizan el consumo de medios masivos y los públicos se perfilaron como grupos sociales diversos, diferenciados a través de variables socioculturales.

“Este es un importante avance en la comprensión de la recepción, pues sería el primer reconocimiento de la existencia de mediaciones en los actos de consumo. Se valoriza el papel de los grupos sociales y de los líderes de opinión (*the two steps flow*) en la formación de opiniones y de actitudes hacia los mensajes que se reciben de los medios” (Medina, 2000).

Igualmente se reconoció que la comunicación depende en gran medida de otros procesos acaecidos en la estructura social en la que vive el individuo, y que los efectos de los medios se realizan como parte de un proceso más complejo: el de influencia personal.

Aunque la teoría hipodérmica, los estudios empíricos sobre el terreno y la corriente empírico experimental fueron superados, los paradigmas erigidos en cada uno de ellos marcaron pautas para el estudio y la comprensión de los fenómenos asociados a la comunicación de masas y a los destinatarios.

Un escalón superior en el análisis del receptor apareció con la teoría sociológica del estructural-funcionalismo y la reconocida hipótesis de los usos y gratificaciones⁶. A partir de este enfoque las investigaciones se llevan a cabo en la situación habitual “de la producción y difusión cotidiana de mensajes” (Wolf, 2005).

“En el desarrollo de la Mass Communication Research norteamericana la teoría funcionalista ocupa una posición muy precisa que consiste en definir la problemática de la comunicación masiva a partir del punto de vista de la sociedad y de su equilibrio, desde la perspectiva del funcionamiento global del sistema social y de la contribución que sus componentes le aportan” (Vidal, 2006).

Según esta teoría, el sistema social debe resolver cuatro problemas o imperativos funcionales: conservación del modelo, adaptación al ambiente,

⁶ Surgida en los años cuarenta del siglo pasado tuvo entre sus representantes más fieles a Robert Merton y Charles Wright. El rasgo que distingue a esta teoría de las precedentes es el de centrarse en las funciones del sistema de medios de comunicación a través de la visión global que propicia.

persecución de la finalidad e integración. También el sistema comunicativo puede ser funcional si contribuye a satisfacer sus necesidades, o disfuncional al obstaculizar una o varias de ellas. Estas funciones y disfunciones pueden resultar, a la vez, directas o indirectas; manifiestas, cuando son deseadas y reconocidas, o latentes, en caso contrario (Alonso y Saladrigas, 2006).

El modelo de Charles Wright ha sido el más difundido dentro de esta perspectiva pues describe las relaciones entre medios de comunicación y sociedad. En esencia el esquema se centra en torno a una interrogante: ¿Cuáles son las funciones y disfunciones (latentes y manifiestas) de las transmisiones (periodísticas, informativas, culturales, de entretenimiento) respecto a la sociedad, a los grupos, al individuo y al sistema cultural? (Wright, 1960; citado en Wolf, 2005).

La pregunta tradicional: ¿qué efectos producen los medios en las audiencias? se reemplazó por su inversa, ¿qué hacen las personas con los medios? Por tanto, esta línea teórica indaga sobre la capacidad consciente de la audiencia para elegir frente a las imposiciones mediáticas, limitando la posibilidad de manipulación concedida a los medios de comunicación. “El receptor es también un iniciador tanto en el sentido de dar origen a mensajes de retorno, como en el sentido de realizar procesos de interpretación con un cierto grado de autonomía” (McQuail y Windhal, 1984: 149; citado en Medina, 2000).

La hipótesis de los usos y gratificaciones está articulada en cinco puntos principales: se concibe al público como activo; al público corresponde la iniciativa en la vinculación de las necesidades y la elección de los medios; los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades; los destinatarios son capaces de dar cuenta de sus intereses y motivaciones o al menos reconocerlos en caso de ser expuestos en forma verbal familiar y comprensible para ellos; y los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación masiva deben quedar en suspenso mientras se exploran en sus propios términos las orientaciones del público (Wolf, 2005.).

De igual forma “relaciona el consumo, el uso y por tanto, los efectos de los medios, con la estructura de necesidades que caracteriza al destinatario” (Alonso y Saladrigas, 2006). Es a los medios de comunicación a quienes corresponde la satisfacción de cinco necesidades básicas: cognoscitivas (relacionadas con el reforzamiento y adquisición de conocimientos); afectivo-estéticas (referidas a la experiencia estética y emotiva); necesidades integradoras a nivel de personalidad (seguridad, estabilidad, incremento de la credibilidad y del estatus); integradoras a nivel social (refuerzo de contactos interpersonales, con la familia, con los amigos) y necesidades de evasión que se identifican con la relajación de tensiones y conflictos (Wolf,2005.).

El reconocimiento del papel activo del receptor y el rechazo a la teoría de la información convirtieron a la hipótesis de los usos y gratificaciones en un paso de avance, aunque obvia un tanto las condiciones sociales en que son producidas esas necesidades de los sujetos y mantiene una concepción lineal, unidireccional y transmisiva de los procesos comunicativos (Medina, 2000; Vidal, 2006; Wolf,2005.).

Las teorías hasta aquí analizadas prácticamente sólo han pretendido conciliar los efectos de los medios con las necesidades de las personas a las que se dirigen. “De manera general, todavía durante mucho tiempo habrían de predominar los matices informacionistas y las aproximaciones parciales al problema de los sujetos. A veces como efectos, a veces como usos, la comprensión de la actividad de «ser receptor» ha sido insuficientemente tratada por los teóricos de la comunicación” (Medina, 2000).

1.1.2 La recepción en los estudios europeos

Un salto cualitativo en las investigaciones se produce al surgir los estudios sobre la semiótica en Europa⁷ y de esta forma se inician las investigaciones en ese continente en torno al destinatario de los mensajes. Conceptos como

⁷ Los programas internacionales auspiciados por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, por sus siglas en inglés) y la fundación en 1957 de la Asociación Internacional para el Estudio y la Investigación de la Información (o la Comunicación) propiciaron el desarrollo de las investigaciones en el campo comunicativo en Europa.

significación y construcción de sentido marcaron pautas en los fenómenos asociados a los receptores.

Los teóricos reconocen dos fundaciones de la semiótica. La primera está representada por Ferdinand de Saussure y estudia la lengua como el más importante de los sistemas sígnicos. Los sondeos iniciales conllevaron al planteamiento de una teoría del signo, entendido este como una entidad constituida por dos elementos: el significado y el significante. Hasta aquí la semiótica se ocupó del estudio de los procesos, principios y reglas generales mediante las cuales se lleva a cabo la producción del sentido.

En tanto, la segunda escuela reflexionó en torno a la concepción del signo. La base principal en la que se sustentaban estos estudios, elaborados por Charles Sanders Peirce, era el lenguaje verbal. Estas investigaciones no surgieron ni se desarrollaron al servicio de la producción de mensajes, sino que interpretaban la cultura de masas y servían de instrumento contra la dominación.

Dos modelos clásicos aparecieron al interior de la teoría italiana: el semiótico-informacional⁸ y el semiótico-textual⁹.

El primero de ellos, transformó el panorama descrito hasta ese momento: la comunicación ya no se entendía como mera transferencia de noticias, sino como transformación de un sistema en otro. Y precisamente el código garantizaba este salto. Los investigadores insertaron de forma *sui géneris* la problemática de la significación, rescatando de esta manera su pertinencia, por lo que comenzaron a superarse las deficiencias de los estructuralistas iniciales.

Por vez primera se reconoció que el receptor poseía sus propias construcciones de sentido y que realizaba la interpretación definitiva del texto. “La propia multiplicidad de los códigos y la indefinida variedad de los contextos y circunstancias hace que un mismo mensaje pueda codificarse desde puntos de vista diferentes y por referencia a sistemas de convenciones distintas. La

⁸ Común y aplicable a la comunicación interpersonal y masiva.

⁹ Este modelo posee rasgos estructurales específicos de la comunicación de masas.

denotación básica puede entenderse como el emisor quería que se entendiera, pero las connotaciones cambian simplemente porque el destinatario sigue recorridos de lectura diferentes a los previstos por el emisor” (Eco, 1980).

Se introdujo además el concepto de *competencias* explicadas por Eco como el conjunto de códigos y subcódigos conocidos por el receptor y utilizados en la interpretación y actualización de los textos. No necesariamente las competencias comunicativas de los emisores tienen que coincidir con las de los receptores porque éstas pueden ser lingüísticas, enciclopédicas o circunstanciales.

Nora Gámez, investigadora cubana, reconoce que las elaboraciones de la semiótica sobre la actividad de la lectura y de producción de sentido dieron lugar a las concepciones más modernas sobre el proceso de recepción (Gámez, 2005; citado en Alonso y Saladrigas, 2006).

“La articulación de los signos dentro de los mensajes, y su interrelación en el contexto en el que se generan, y el análisis de las implicaciones culturales que condicionan el uso y la significación de los mensajes que incluyen a los signos como otro modo de estudiarlos, permitió aclarar que no hay reglas generales que garanticen la eficacia de mensajes, pero sí reflexiones que puedan contribuir en las estrategias productivas” (Gessa, 1996).

Según refiere Mauro Wolf, uno de los aportes de la semiótica consiste en indicar a la investigación mediológica que es indispensable englobar, en la estrategia de análisis, la mediación de los mecanismos comunicativos sobre la determinación de los efectos macrosociales. “La mediación simbólica es también el resultado de diversos dispositivos que operan en el núcleo fundamental constituido por la relación comunicativa, y que dan formas, contenidos y resultados distintos a dicha relación” (Wolf, 2005).

Sin embargo, aún no se ha producido la conexión necesaria con los efectos y así ha quedado la semiótica informacional relegada al plano del análisis de los mensajes, de sus códigos y leyes.

Mientras, el segundo de los modelos, el semiótico-textual, reflejó el papel que corresponde al destinatario en la construcción y en el funcionamiento comunicativo de un texto. A partir de estas investigaciones se conoció que el emisor anticipa la comprensión del receptor, elige la forma adecuada para lograr la aceptación del mensaje por parte del destinatario y toma en cuenta los conocimientos, las capacidades, el estado de ánimo de este último.

Tanto emisor como receptor tienen la imagen creada uno del otro, imagen que modifican y a la que le atribuyen marcada importancia. Pero entre ellos existe una significativa desigualdad: las funciones del primero radican en saber hacer; las del segundo, en saber reconocer, en la construcción del texto (Alonso y Saladrigas, 2006).

Los estudios realizados para elaborar el modelo arrojaron que el destinatario vive en una cultura textualizada, donde rigen y se difunden las prácticas textuales y, a la vez, se constituyen como modelos y géneros. Este receptor se inserta en una situación socio-histórica concreta, aun cuando comprende todas las determinantes sociales como si fueran textos. Ya no reciben los mensajes y permanecen pasivos, ni tan siquiera usan los medios indistintamente.

En el propio continente europeo surgieron los estudios culturales, que tienen como máximos exponentes a la teoría culturoológica francesa y la perspectiva de los *Cultural Studies*, en Inglaterra.

La teoría francesa estudia la cultura de masas dentro del contexto general del movimiento cultural, social y político contemporáneo y la relación que dentro de esta sociedad se establece entre el consumidor y el objeto de consumo¹⁰. Edgar Morin trata de alejarse de los objetos massmediáticos para así analizar

¹⁰ Esta teoría fue expuesta por primera vez en 1960, por George Friedman, en la Universidad parisina de la Sorbona. Entre sus representantes destaca, además, Edgar Morin. Sus postulados se oponen a las líneas investigativas mantenidas por la *Mass Communication Research* y en ella encontramos influencias de los paradigmas de Lasswell y Lazarsfeld y del enfoque semiótico estructuralista.

la comunicación de masas dentro del hecho social en su totalidad y no en forma fragmentada como hasta entonces acontecía.

Entre los objetivos propuestos por Morin resaltan la elaboración de una sociología de la cultura contemporánea y la descripción del campo semántico de la cultura de masas, a través de la búsqueda de las leyes que su organización industrial le imponen.

A juicio de Mauro Wolf “la cultura de masas forma un sistema de cultura, constituyéndose con un conjunto de símbolos, valores, mitos e imágenes referidos tanto a la vida práctica como a lo imaginario colectivo: sin embargo no es el único sistema cultural de las sociedades contemporáneas” (Wolf, 2005). Por su parte, Morin apunta: “Creo que debemos intentar ver lo que llamamos «cultura de masas» como un conjunto de cultura, civilización e historia. (...) No es la única cultura del siglo XX. Pero es la corriente realmente de masas y más nueva del siglo XX” (Morin, 1996).

“En la cultura de masas se presenta una contradicción entre las exigencias técnico-productivas de estandarización y la naturaleza individualizada e innovadora del consumo cultural. (...) La necesidad de eliminar esta contradicción¹¹ da lugar a un rasgo característico de la cultura de masas: la fórmula sustituye a la forma” (Alonso y Saladrigas, 2006).

Una de las preocupantes de Morin se refiere a la dialéctica entre el sistema de producción cultural y las necesidades culturales de los consumidores. Pero además se necesita dominar un término común a un espectador medio porque la producción se destina al consumo de las masas. Aparecen entonces dos dinámicas concurrentes: la sincretización, proceso a través del cual los productos de la cultura masiva tratan de satisfacer los gustos más variados; y

¹¹ Para tratar de eliminar esta contradicción los estudiosos se apoyan en la estructura de lo imaginario donde están los temas míticos, los arquetipos, etc; mas la cultura de masas reduce los arquetipos (aquellos que sirven de ejemplo y modelo original de un arte o una cosa), a estereotipos (imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable).

la homogeneización, que intenta reducir la diversidad de contenidos a pautas comprensibles para todo tipo de público.

No obstante la descripción enriquecedora y reveladora que del fenómeno de la cultura de masas hace la teoría culturológica francesa, tampoco escapa a la comprensión trasmisiva y centrada en efectos mágicos del proceso comunicativo. “No logra, por limitaciones teóricas, una comprensión adecuada de las leyes que determinan las conexiones que en el ámbito semántico y gnoseológico tiene con el nivel económico y político” (Vidal, 2006: 54).

Aunque sirve como punto de contacto entre los diferentes estratos sociales y revela el valor de la identidad epocal, el único poder que le otorga al ser humano es el de consumir o no el producto, en otras palabras, el poder que brinda el propio mercado.

La perspectiva de los *Cultural Studies*¹² forma parte de las teorías centradas en los rasgos culturales y a partir de ellos, es que analizan a los receptores. El aspecto social adquiere gran trascendencia en estas investigaciones, así como “las estructuras sociales y el contexto histórico en cuanto factores esenciales para comprender la acción de los media” (Wolf,2005).

El objetivo central de la Escuela de Birmingham consistió en el estudio de la cultura propia de la sociedad como el lugar idóneo para un análisis importante, pertinente y fundado teóricamente. Su principal interés radicaba en detallar una forma específica de proceso social que se correspondiera con el desarrollo de la cultura, de un área común de significados, con la atribución de sentidos. “La cultura no es una práctica, ni es simplemente la descripción de la suma de los hábitos y costumbres de una sociedad. Pasa a través de todas las prácticas

¹² Los *Cultural Studies* se originaron en torno al Center for Contemporary Cultural Studies de Birmingham, en Inglaterra, a mediados de los años cincuenta y principios de los sesenta de la pasada centuria. Entre los representantes figuran Raymond Williams, Richard Hoggart y Stuart Hall. Las principales áreas de estudio de esta perspectiva comprenden el proceso de producción, concebido como un sistema complejo de prácticas determinantes para la cultura y la imagen de la realidad social, y los estudios sobre el consumo de los medios, entendido como lugar de negociación (Alonso y Saladrigas, 2006).

sociales y es la suma de sus interrelaciones” (Hall, 1980: 60; citado en Wolf, 2005.: 62).

Se incluyen dentro de la cultura a los significados y los valores que surgen y se difunden entre los diferentes grupos sociales como prácticas realizadas para expresar esos valores y significados. Y son precisamente los medios de comunicación los que contribuyen a formular estas elaboraciones.

Los *Cultural Studies* plantean la necesidad de argumentar la dialéctica existente entre el sistema social, su continuidad y las transformaciones sufridas. Por ello, deben explicarse los procesos a través de los cuales los medios de comunicación sostienen y reproducen la estabilidad social y cultural.

Al analizar el papel de las prácticas culturales de la audiencia en la producción social de sentido a partir de los medios de comunicación, las investigaciones inglesas constituyen un hito importante en los estudios de recepción.

Esta perspectiva aborda “la articulación de los públicos con el contexto social, económico y político en el que se inscribe su acción, concibiendo a la recepción en tanto proceso activo e interpretativo” (Alonso y Saladrigas, 2006). A pesar de que los mensajes son portadores de determinadas lecturas, en la decodificación influyen las condiciones materiales y sociales de los lectores. Es así que los límites de la actividad interpretativa del público provienen del contexto en donde se inscribe el receptor.

Un aporte de los estudios culturales radica en haber descifrado la relación que se establece entre los procesos de recepción y las estructuras de la sociedad. De acuerdo a este contexto en el que se sitúa el lector pueden surgir tres modalidades de decodificación de textos: la preferida, en la que los códigos del mensaje son entendidos sin dificultad alguna por el receptor; la negociada, que implica una reelaboración del mensaje acorde al contexto en el que se sitúan los lectores y a la posición ocupada en la organización social del poder; y la de oposición, donde la interpretación es totalmente opuesta al significado emitido.

Diversos investigadores de la comunicación coinciden en que las líneas planteadas en la perspectiva de los *Cultural Studies* se oponen al ámbito economicista, reconocen la libertad del individuo, la relativa autonomía presente en el mundo espiritual y desafían la dualidad marxista que existe entre estructura y superestructura (Alonso, 1999; Wolf, 2005.).

“Los culturologos británicos se interesan por significaciones históricamente situadas antes que por tipos generales de comportamientos; se orientan hacia los procesos más que hacia los resultados, son interpretativos más que explicativos” (Ang, 1994: 53; citado en Medina, 2000).

1.1.3 La perspectiva latinoamericana

Las teorías sobre la recepción desarrolladas en Latinoamérica ocupan un significativo lugar dentro de la reflexión internacional sobre el tema, alcanzando un reconocimiento que trasciende los marcos del continente. El conjunto de enfoques sobre la recepción son diversos en sus énfasis teóricos, grado de conceptualización y niveles de aplicación empírica, pero se distinguen por algunos rasgos comunes, entre los que pueden mencionarse (Martín Barbero, 1991)

1) Inserción del proceso de recepción en una historia cultural que contextualiza las prácticas de lectura y consumo.

2) Importancia de los géneros en tanto articuladores entre las prácticas de recepción y las lógicas de la producción.

3) Rescate de los actores sociales concretos que participan en el proceso de recepción en cuanto proceso de producción e intercambio de sentidos.

4) Interés por las mediaciones económicas, políticas, culturales y sociales que intervienen en el proceso de recepción.

5) La cultura como agente mediador esencial o instancia desde la que se produce la construcción social del sentido.

6) Comprensión de la dialéctica entre lo popular y lo masivo. Lo popular en su carácter de heterogeneidad, hibridación, mestizaje y, por ello, lugar clave desde donde investigar las prácticas interpretativas. Reconocimiento de la diversidad y heterogeneidad de los sujetos populares.

7) Compromiso con la realidad social expresado en el interés por incrementar los niveles de participación cultural y política de los receptores.

8) Consideración de la problemática de la hegemonía como reflexión central para entender los procesos de recepción y consumo cultural.

La prensa, y posteriormente la radio, perfilaron los estudios de comunicación en América Latina durante la primera mitad del siglo XX, investigaciones centradas mayormente en los aspectos descriptivos y documentales del proceso comunicativo. Las transformaciones provocadas por la introducción de la Televisión y el desarrollo de la actividad publicitaria, consolidaron los estudios de audiencia y opinión pública¹³.

No es hasta las décadas del 80 y el 90 que aparece un pensamiento verdaderamente latinoamericano, donde se revaloriza el papel de los receptores como sujetos activos al hacerle demandas a los medios de comunicación e incidir en la trasmisión de los mensajes, y en el que se sitúan los procesos comunicativos en el entorno de la cultura, lugar desde el que se generan y acontecen.

Las contribuciones más significativas fueron realizadas por el colombiano Jesús Martín Barbero, el argentino Néstor García Canclini, los mexicanos Guillermo Orozco, Raúl Fuentes, y el chileno Valerio Fuenzalida, aportes que a juicio de José Ramón Vidal “conceden a la producción latinoamericana contemporánea una vitalidad creativa que la eleva a los primeros planos mundiales” (Vidal, 2006).

Los puntos centrales del enfoque latinoamericano resaltan la importancia del sujeto, brindan una respuesta a las modificaciones en el sistema comunicativo que se desarrolla como parte del fenómeno de la globalización, presentan el análisis cualitativo como el más pertinente para las investigaciones y ubican a

¹³ En 1960 se crea en Quito, Ecuador, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), y desde ese momento se vislumbran dos caminos diferentes en torno a la investigación en comunicación: las relacionadas con la morfología y el contenido de la prensa, la radio y la televisión, y los estudios sobre el comportamiento del público consumidor. Ambas líneas se inspiran en la *Mass Communication Research*.

los procesos y los productos de la cultura de masas en su relación con las propias culturas. Se produce de esta forma un giro en los estudios al incluir la dinámica de los elementos heterogéneos que median en la comunicación y la negociación en que se reelabora su sentido.

Algunas de las cuestiones planteadas por los principales teóricos latinoamericanos y que permite agruparlos en esta tendencia de la recepción activa consisten en el estudio de la recepción, insertada en una historia cultural vinculada a las prácticas de lectura y consumo; el análisis de los géneros como elementos conectivos entre la recepción y el espacio, por un lado y, por otro, las lógicas de producción; el reconocimiento del papel de lo emocional, del placer; y el rescate de los actores sociales que intervienen en el proceso de recepción.

Según Escoteguey, 2005 citado por Morales G. y Ávila Y. , 2007: “La problemática de la recepción (...) está vinculada a un cuadro amplio de relaciones sociales y culturales, esto es, abarca el estudio de diferentes mediaciones sociales y culturales que están más allá de la exposición inmediata y uso de los medios”

Influenciado por la lectura de autores como Manuel Martín Serrano (1991), Michel de Certeau y Raymond Williams, Jesús Martín Barbero concluye en torno a la necesidad de cambiar el concepto de comunicación por el de cultura. “Un concepto de cultura que nos permita pensar los nuevos procesos de socialización. (...) Lo cual implica –y esto es fundamental– empezar a pensar los procesos de comunicación no desde las disciplinas, sino desde los problemas y las operaciones del intercambio social. Esto es, desde las matrices de identidad y los conflictos que articula la cultura”

Así mismo Medina (2000) plantea que estudiar los fenómenos reales de comunicación significa estudiar la mediación cultural que se interpone entre los medios y los públicos, significa estudiar cómo esas mediaciones intervienen en los procesos de recepción y apropiación que los públicos hacen de lo masivo, y significa ubicarse en el estudio de la cultura popular”

La mediación es el lugar donde el receptor recibe la información y, por tanto, donde se le otorga sentido al proceso de comunicación. “Son los lugares de los que provienen construcciones y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión” (Martín, J., 1987: 233). Para Barbero la gran mediadora de todo proceso de producción comunicativa es la cultura.

“Fue así como la comunicación se nos tornó cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimiento sino de reconocimiento. Un reconocimiento que fue de entrada, operación de desplazamiento metodológico para re-ver el proceso desde su otro lado: el de la recepción, el de las resistencias que ahí tienen lugar, el de la apropiación, desde sus usos. Pero en un segundo momento, y justamente para que aquel desplazamiento no quede en mera reacción o pasajero cambio teórico, se está transformando en reconocimiento de la historia” (Martín, J., 1987).

Las principales consideraciones del investigador colombiano parten del estudio de lo popular, entendido este como “mestizaje y no como superación, continuidades en la discontinuidad, conciliaciones entre ritmos que se excluyen, como se están haciendo pensables las formas y sentidos que adquiere la vigencia cultural de las diferentes identidades: lo indígena en lo rural, lo rural en lo urbano, el folclor en lo popular y lo popular en lo masivo” (Martín, J., 1987:).

Tres líneas de investigación distinguen los postulados de Barbero: de lo popular a lo masivo, de lo masivo a lo popular y de los usos populares de lo masivo. En su paso de lo popular a lo masivo descubre que la cultura de masas es la deformación de la cultura popular y no de la culta, como se planteaba hasta ese momento. “Lo que sucede es que lo masivo no es algo exterior que viene a corromper lo popular, sino que es la evolución y la transformación de ciertas matrices culturales, arraigadas en lo popular a través de los siglos” (Medina, 2000). Matrices populares que se adecuan al lenguaje de la industria cultural mediante los procesos de homogeneización y estilización.

“La homogeneización oculta la diversidad del origen, lo masivo se apropia de lo popular venido de todas partes sin importar lugar o época, lo mistifica, lo

combina, lo saca de contexto (...). La estilización aspira a transformar al pueblo en público, apunta a borrar las diferencias entre los grupos populares” (Vidal, 2006).

De lo masivo a lo popular, estudia cómo la cultura de masas nunca menciona aquellos conflictos que le posibilitan a las clases populares la construcción de su identidad, los dispositivos de masificación, de desmovilización.

En la última línea de investigación, Barbero sustituye el término *estudios de recepción* por *estudios sobre los usos populares de los medios*, y así concibe a la recepción como un proceso activo, pues el sujeto busca en los mensajes reconocimiento e identificación; pero, a la vez, como oposición, conflicto y resistencia, no como lucha abierta sino solapada.

Comprender los procesos de recepción significa darse cuenta de cómo los subalternos rechazan o legitiman la hegemonía¹⁴ desde sus estrategias cotidianas. Es así que propone tres mediaciones principales: la cotidianidad familiar, la temporalidad y la competencia cultural.

En los estudios sobre recepción activa cobra importancia la dominación ejercida por la cultura nacional sobre la regional, que ha aparecido para hacer resistencia a la homogeneización. El valor de un mensaje radica, más que en su contenido, en las emociones que sea capaz de suscitar en los receptores.

Interesado en la cultura, Néstor García Canclini analiza los fenómenos comunicativos y dentro de ellos, el proceso de recepción. Un nuevo concepto aparece en la concepción cultural del argentino: la hibridación. Ya no es posible en Latinoamérica separar lo moderno y lo tradicional, lo culto y lo masivo de lo popular, lo nacional de lo transnacional.

¹⁴ Barbero retoma el concepto de Gramsci de hegemonía, entendida esta como la capacidad que un grupo social tiene de ejercer la dirección intelectual y moral de la sociedad, su capacidad de construir en torno a su proyecto un nuevo sistema de alianzas sociales, un nuevo bloque histórico (Medina, 2000).

En el enfoque del investigador la recepción se asume como consumo cultural, que no es más que “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (García, N., 1992).

En aras de comprender mejor el fenómeno del consumo, García Canclini propone seis modelos complementarios en los que se tiene en cuenta la racionalidad económica, la sociopolítica, la estética y la comunicativa (Medina, 2000; Alonso, 1999). Con la propuesta de estos esquemas se deja entrever el carácter sociocultural del consumo que para él no es un acto pasivo, sino creativo, donde los sujetos reflexionan en torno a sí mismos, al orden social y a sus relaciones con los demás.

Otras nociones ineludibles que se manejan se refieren a los pactos de lectura y a los escenarios de descodificación¹⁵ y reinterpretación.

“Los pactos de lectura (...) se establecen entre productores, instituciones, mercado y público para hacer posible el funcionamiento de la literatura. En la medida en que se logren esos pactos, se reduce la arbitrariedad de las interpretaciones, los desencuentros entre la oferta y la recepción” (García, N., 1990:). En tanto, los escenarios de descodificación y reinterpretación intervienen en la actividad decodificadora de los públicos y se encuentran mediados por las instituciones macrosociales. Aquí se destacan la familia, las culturas barrial y grupal y otras instancias.

Mezclando estos elementos, Canclini propone su concepto de público que “en rigor es una suma de sectores que pertenecen a estratos económicos y educativos diversos, con hábitos de consumo cultural y disponibilidad diferentes para relacionarse con los bienes ofrecidos por el mercado” (García, N., 1990).

¹⁵ Canclini emplea el término descodificación para referirse al concepto comúnmente conocido como decodificación.

A diferencia de Barbero, Canclini estudia la interacción y mezcla entre las culturas popular, masiva y culta, y hace hincapié en las culturas populares¹⁶. A partir de la propuesta de Néstor García Canclini sobre los estudios socioculturales del consumo, la perspectiva latinoamericana de la recepción activa cobra solidez y veracidad.

Por su parte, Guillermo Orozco se interesa por la operacionalización del proceso de las mediaciones desde la investigación empírica de audiencias. Las reflexiones acerca de la influencia de la televisión en los procesos globales de cultura y, de cómo se produce la recepción por parte del televidente posibilitaron la conformación de un enfoque integral de la audiencia.

La recepción consiste para este autor en un proceso, una interacción, para nada un momento, que no se reduce a lo que sucede mientras ocurre el contacto entre emisor y receptor, no es sólo el hecho de ver la televisión, sino todo lo que antecede y prosigue al acto de verla. Para Orozco, la audiencia es sujeto y objeto frente a la pantalla, “no más masa amorfa y homogénea” (Medina, 2000).

“La audiencia a la que me refiero es una audiencia multisegmentada, según clase social, edad, sexo, etnia o región, y según otros muchos criterios y condicionamientos situacionales, contextuales y estructurales. Por tanto (...) muy heterogénea, a la vez que contradictoria; una audiencia objeto y sujeto de mediaciones de diverso tipo (...) que debido a su permanente exposición a los medios de comunicación ha perdido credibilidad en ellos” (Orozco, 1992g).

En su conceptualización de la audiencia el investigador introduce el término *comunidad interpretativa* que opera en el juego de la mediación y se refiere a “un grupo de sujetos sociales unidos por un conjunto particular de prácticas

¹⁶ Canclini considera a las culturas populares como “el resultado de una apropiación desigual del capital cultural, una elaboración propia de sus condiciones de vida y una interacción conflictiva con los sectores hegemónicos” (García, N., 1982: 49; citado en Medina, 2000: 41).

sociales de las cuales surgen televidencias¹⁷ específicas a lo largo de una combinación específica de mediaciones” (Orozco, 1996citado en Vidal, 2006:).

Estas mediaciones se refieren al proceso en el que se estructuran la interacción de los públicos con los medios y la creación del sentido de dicha interacción por parte de los receptores. Entonces Orozco propone cuatro tipos de mediaciones: la individual, la situacional, la institucional y la videotecnológica (Medina, 2000).

“Buscando unas nuevas maneras de democratización que tengan en cuenta los verdaderos sujetos de la democracia, es que Orozco legitima y justifica la «vuelta al receptor», y comprende la necesidad de la investigación de las mediaciones, no como un fin en sí misma, sino como una manera de llegar a una nueva y diferente educación para la recepción” (Medina, 2000). Sin embargo, el estudioso mexicano no menciona lo popular, proceso que en Latinoamérica distingue las reflexiones sobre el sujeto.

El chileno Valerio Fuenzalida completa este panorama de teóricos insertados en el paradigma de la recepción activa. Su enfoque se centra en los análisis de la televisión al considerarla como el más importante de los medios de comunicación. En estas teorizaciones destaca la riqueza del lenguaje televisivo, así como la polidiscursividad de la televisión, determinada por la variedad de géneros mediante los cuales el público “va realizando un proceso diacrónico de aprendizaje y tipologización de la realidad” (Medina, 2000).

El investigador del Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA) resalta el carácter lúdico, emotivo, placentero de la relación espectador-televisión. “La explicación de esta relación sustantivamente emocional es el lenguaje audiovisual concreto, dinámico, afectivo, asociativo, sintético y holístico de la TV, diferente del lenguaje verbal que es abstracto, racional, analítico, lineal, diferenciador” (Fuenzalida, 1993:; citado en Medina, 2000:).

¹⁷ Las televidencias constituyen los procesos de recepción de la televisión.

Así rescata la ficción, la fantasía, el entretenimiento, olvidados por la modernidad. Y esta revalorización se traduce en el aumento de la preocupación en torno al hogar, la familia, las relaciones afectivas. “Esto revela un acercamiento a lo popular muy desprejuiciado, nada aristocrático, y es de todos los autores estudiados, el que más desenfadadamente se acerca a las emociones de la gente, a las rutinas cotidianas, al plano sencillo y familiar, salvando las barreras que casi siempre separan a los investigadores del hacer y el sentir de la gente común” (Medina, 2000).

Decisiva influencia ejerce el contexto sociocultural en la recepción. El nuevo concepto explicitado por Fuenzalida incluye a las instituciones, a las características de los sujetos y, especialmente, a las condiciones económicas.

Otro de los postulados básicos de los estudios del chileno es la determinación del carácter culturalmente situado y socialmente constituido del receptor, que se traduce en una serie de relaciones socioculturales. Gran importancia le atribuye Fuenzalida a los grupos sociales y a sus prácticas como constructoras por excelencia de significación.

A diferencia de Barbero o Canclini, el principal representante del CENECA, concibe a la recepción como un proceso constructivista, dialéctico y conflictivo. Al escudriñar datos descubre que en la apropiación de la televisión por parte del público confluyen tres procesos: reconocimiento, toda vez que el sujeto busca en los mensajes semejanzas o diferencias con respecto a su persona; identificación, ya que el televidente se identifica emocionalmente con personajes y conflictos; y proyección, cuando se apropia del mensaje y se proyecta en consecuencia durante su vida.

Sin demeritar los argumentos de los demás teóricos latinoamericanos, la propuesta elaborada por Jesús Martín Barbero emerge entre lo más significativo que sobre recepción activa se ha estudiado en el continente. Para este teórico, los procesos de recepción no constituyen mera aceptación de los mensajes sino apropiación y reconocimiento, y lo popular representa el punto

de partida para razonar en torno a las prácticas culturales. No obstante, en algo sí concuerdan Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, Guillermo Orozco y Valerio Fuenzalida: superan el subdesarrollo; aumentan la participación cultural y activa de los sujetos en las prácticas de sus países; reconocen la diversidad, la heterogeneidad de las clases populares y la mediación social que actúa entre consumidores y medios.

1.2.4. El nuevo paradigma: los efectos a largo plazo

Un segundo momento en el Modelo de los efectos, surgido hacia 1920 concierne a los efectos a largo plazo¹⁸. “Los nuevos enfoques asumen como prioridad la influencia de los medios en condiciones normales de funcionamiento, y desde una perspectiva temporal diferente tienen en cuenta las características individuales y sociales del público, y se fundamentan en metodologías y marcos teóricos integrales y complejos” (Alonso, 1999). El paradigma tradicional evoluciona: las comunicaciones ejercen influencia en la forma en que el destinatario organiza su propia imagen del ambiente; los estudios se extienden a la cobertura global de todos los medios y se reconstruye el proceso a través del cual el individuo modifica su representación de la realidad social.

Entre el viejo y el nuevo paradigma se produce un cambio. Surgen así los efectos cognoscitivos, reconocidos como “el conjunto de las consecuencias que sobre los conocimientos públicos compartidos por una comunidad, se deduce de la acción mediadora de los medios de comunicación de masas” (Saperas, 1978: 9; citado en Vidal, 2006). El marco temporal sufre modificaciones también, pues comienza a hablarse de efectos acumulativos, sedimentados en el tiempo y cuya presencia implica el abandono del modelo trasmisor de la comunicación a favor de un modelo centrado en el proceso de significación.

¹⁸ No es hasta 1970 que investigadores como el alemán Niklas Luhman, los norteamericanos Phillip Tichenor, George A. Donohue y Clarece N. Olien, y posteriormente Maxwell E. Combs y Donald L. Shaw, publican simultáneamente las obras fundacionales de los efectos a largo plazo.

Cinco son las vertientes esenciales de los efectos a largo plazo: la *agenda-setting function*, la tematización, la espiral del silencio, la gap hipótesis y la producción de las noticias como construcción social de la realidad.

De todas ellas, la *agenda-setting*, como se conoce comúnmente, es la que mejor aborda la problemática de los receptores. Constituye un proceso en el que los medios establecen los temas a discutir socialmente y que influyen luego en la conformación de la agenda pública. De ahí que los medios de comunicación desempeñen un papel determinante sobre qué se piensa y cómo se piensa a propósito de la realidad. No se trata de describir ese entorno, sino presentarlo para que el receptor elabore una opinión y posteriormente, la discuta en su círculo social.

El planteamiento central de Combs y Shaw, principales investigadores de esta corriente, se articula en torno a tres líneas fundamentales: la gente tiende a incluir o excluir de sus conocimientos lo que los medios incluyen o excluyen de sus contenidos; cuanto mayor es el énfasis de los medios sobre un tema, mayor es la importancia que los miembros de la audiencia le atribuyen; y existe, por lo tanto, una relación entre la agenda de los medios, iniciadora del proceso, y la agenda pública (Vidal, 2006).

En opinión de diversos estudiosos los mensajes, imágenes y estereotipos que los medios transmiten crean a diario el marco referencial informativo adecuado para completar el mapa cognitivo de las personas. “La hipótesis por tanto plantea el problema de una continuidad a nivel cognoscitivo, entre las distorsiones que se originan en las fases productivas de la información y los criterios de importancia, de organización de los conocimientos, que los destinatarios de dicha información absorben y hacen propios” (Wolf,2005).

Además de los medios existen otras fuentes de orientación del receptor entre las que sobresale la experiencia personal. Sin embargo, los teóricos subrayan cómo se incrementa cada día el sector de la realidad que sólo llega a los públicos a través del sistema de comunicación y no por la experiencia vivida o por los contactos personales.

Esta línea investigativa de los efectos a largo plazo implica un impacto directo en los destinatarios, ya que el orden de los temas, argumentos presentes en la agenda y la manera de presentarlos de acuerdo a su importancia y prioridad deciden la conformación de la opinión. Sucede también que cada medio tiene la capacidad diferenciada para explicitar las ideas importantes para el público.

Los estudios de la hipótesis demostraron que, por ejemplo, las polémicas van en detrimento de la información valiosa y que, en otros casos, se omiten o se dejan de cubrir determinados temas por interés del medio. Asimismo, se verificó que para conformar la agenda de los receptores, “la televisión parece ser menos influyente que la información impresa” (Wolf, 2005).

El gran problema para la *agenda-setting* radica en configurar un modelo fiable y complejo que explique cómo la información obtenida de los medios se incorpora al caudal de conocimientos del destinatario¹⁹.

Una valoración general de la *agenda-setting* permite concluir que no se trata de una teoría articulada, sino de una hipótesis enunciada, todavía no se han superado los instrumentos de análisis de los efectos a corto plazo y, a pesar de que se esbozan postulados en torno al receptor, hay un desconocimiento sobre los atributos de este y de su papel en la conformación de la agenda (Mena, 2004; Vidal, 2006; Wolf, 2005.).

Desde la presentación del Modelo de los Efectos, los teóricos han manifestado un creciente interés por los receptores y su papel en los esquemas comunicativos. A pesar de que los estudios dejan entrever algunos señalamientos negativos, cada una de las teorías ha tratado de superar a la anterior, con la discreta finalidad de favorecer la posición del destinatario. El público ya no permanece aislado, atomizado como lo describieron los representantes de la teoría hipodérmica, sino que emerge como un ente capaz

¹⁹ Para una mayor especificidad de la *agenda-setting*, merecen especial atención los actuales estudios de psicología cognitiva y de análisis del discurso (Wolf, 2005).

de asumir una postura activa en los procesos de apropiación del mensaje transmitido por los medios de comunicación.

1.2. Una mirada imprescindible al periódico *Escambray*

El periódico *Escambray*, Órgano Oficial del Comité Provincial del Partido en Sancti Spíritus, surgió el 4 de enero de 1979 como respuesta a la necesidad de que existiera en el territorio una publicación con características locales capaz de divulgar el esfuerzo del pueblo, contribuir al trabajo político e ideológico, y reflejar para la historia los éxitos y reveses de los espirituanos. Impulsado por tales objetivos se materializó, en el año XXVI del asalto a los cuarteles Moncada y Carlos Manuel de Céspedes, el viejo anhelo de contar con un diario en la joven provincia que surgió al calor de la división político administrativa de 1976. A pesar de los 34 años de fundado *Escambray*, no ha perdido su matiz sentencioso que lo calificó desde los propios inicios. Ya lo sentenció Joaquín Bernal, primer secretario del Partido cuando se constituyó el medio de prensa: “Si no hay periódico no hay provincia” (Bernal; citado en Sotolongo, 2007).

El nombre del periódico surgió de una consulta popular de donde afloraron varias propuestas; entre estas sobresalieron *Siga la marcha* y *El espirituario*. Finalmente el Comité Provincial del Partido aprobó denominarlo *Escambray*. Para ello se consideró, esencialmente, el simbolismo de esta región montañosa, escenario de importantes acontecimientos históricos en la última etapa de la guerra de liberación nacional, y de la Lucha Contra Bandidos (LCB). Fe Dora Fundora, Juan Ruch, Pastor Guzmán, Raúl García, Lilia Sánchez y José Camellón fueron los responsables de aquellos titulares e informaciones iniciales en los que se anunciaba el nacimiento de la Policía Nacional Revolucionaria, los alegrones de la zafra en el central Melanio Hernández y el quehacer de los apicultores.²⁰

La llegada del período especial obligó a la búsqueda de otras alternativas. La salida una vez por semana, aunque desilusionaba a aquellos reporteros

²⁰ Inicialmente el periódico sólo contaba con cuatro páginas grandes y se editaba de martes a domingo.

acostumbrados al cierre diario, se erigía como única opción para mantener el periódico en las calles.

Sin embargo, pese a la escasez de recursos, cambios novedosos apreciaron los receptores: a partir de 1996 las ediciones comenzaron a hacerse computarizadas y se sustituyeron las viejas rotativas de principios del siglo XX por la impresión *offset*, técnica todavía utilizada y que permite renovar fotos y textos. Asimismo, por esas fechas se introdujo en sus páginas el **Ojo Crítico**, sección que obligó a la polémica, y los lectores recuperaron su espacio con las cartas remitidas a la Dirección.

Pero un nuevo nacimiento en el 2000 clamó los cuidados de los cerca de 40 trabajadores de *Escambray*: la versión digital del órgano. Otra vez el 4 de enero volvía a ser noticia en las tierras del Yayabo con el surgimiento de la web. Los profesionales de la palabra acudieron presurosos a llenar las páginas digitales que aún recorren el mundo cada día, transmitiendo la realidad de los habitantes de esta villa cuatro veces centenaria al resto del mundo. (Sotolongo, 2007)

La web se ha enriquecido desde entonces considerablemente con seis nuevos espacios, “uno de ellos dedicado a los **Cinco Héroes Prisioneros del Imperio**, además de los sitios **Che entre nosotros**, **Bandidismo en Las Villas**, **Camilo**, **el Señor de la Vanguardia**. Se han incorporado, además, como elementos de interactividad un Foro de Opinión y un Servicio de Noticias directo al Correo Electrónico” (Rodríguez, C., 2004: 5).

Los Festivales Nacionales de la Prensa Escrita llegaron para premiar a los mejores en los inicios del milenio. A la vuelta de estas ocho ediciones, *Escambray* –tanto en su versión impresa como digital– acumula 26 distinciones, premios y reconocimientos, lo que demuestra el rigor en el quehacer de sus profesionales.

“Aquella inmediatez informativa que mandaba en la mayoría de las páginas del diarismo quedó desplazada por materiales generalmente más reflexivos y elaborados, que demandan mayor investigación, un uso más acabado del

lenguaje, creatividad superior, temas más universales. A nuestros precursores los aguijoneaba la cantidad, a los contemporáneos, la calidad” (Borrego, M. L., 2004: 8).

En carta de Esteban Lazo Hernández, miembro del Buró Político, a propósito del aniversario 25 del órgano de prensa, reconocía: “Orgullosos nos sentimos de la labor de *Escambray* que ha sabido ganarse en los últimos años un lugar de honor en el Periodismo Revolucionario Cubano”.

Dos suplementos surgieron: **Vitrales**, en 1987, en el que se refleja el devenir artístico del territorio, y que ya se erige entre los primeros del país; y **El Arriero**, dirigido a los montañeses.



CAPÍTULO II

CAPÍTULO II. PRECISIONES METODOLÓGICAS

Imprescindible resulta mencionar los fundamentos metodológicos de la presente investigación, a fin de orientar a quienes estudian y a los que hacen suyas estas pesquisas. La perspectiva, el diseño y tipo de investigación pueden hallarse en este capítulo, así como las definiciones y operacionalizaciones de las categorías, los métodos y técnicas empleados, una explicación breve del trabajo de campo, la selección de la población y la muestra, y la triangulación metodológica.

Se pretende dar respuesta al problema de investigación *¿Cuál es el nivel de satisfacción de los Trabajadores Sociales de la ciudad de Sancti Spíritus con respecto a los trabajos periodísticos que reflejan la temática juvenil, publicados por el periódico Escambray en los años 2008 y 2009?*

Objetivo General:

- Determinar cuál es el nivel de satisfacción de los trabajadores sociales de la ciudad de Sancti Spíritus con respecto a los trabajos periodísticos publicados por el periódico *Escambray* en los años 2008 y 2009.

Objetivos Específicos:

1. Sistematizar los fundamentos teóricos - metodológicos relacionados con los estudios de recepción en los medios de comunicación.
2. Determinar el lugar que ocupa el periódico *Escambray* en el espectro de opciones de los trabajadores sociales de la ciudad de Sancti Spíritus para informarse.
3. Describir el proceso de recepción de los trabajos de temática juvenil publicados por el Periódico *Escambray* por parte de los trabajadores sociales de Sancti Spíritus.

El estudio se desarrolla desde una perspectiva cualitativa, la más idónea para cumplimentar el objetivo de la tesis, sobre todo si se tiene en cuenta que “la epistemología cualitativa define el proceso de construcción del conocimiento como un proceso abierto, orientado en todo momento hacia formas más

complejas de comprender el fenómeno estudiado” (Alonso y Saladrigas, 2002: 34). Desde el punto de vista de la forma como se lleva a cabo la investigación, los estudios de recepción también se caracterizan por la confluencia entre las dos grandes tradiciones, ya que utilizan tanto las metodologías cuantitativas como las cualitativas.

La presente tesis es un estudio de recepción que tiene el propósito de conocer cómo se aborda la temática juvenil en el Periódico *Escambray* y busca saber el nivel de satisfacción del público en el programa de trabajadores sociales, al cual está destinado. Esta investigación presenta un panorama de la situación de dichos receptores.

Caracterización de la unidad de análisis: Reconocido hoy como el periódico de la provincia de Sancti Spíritus, en el centro de Cuba, *Escambray* fue fundado el 4 de enero de 1979 con circulación diaria, característica que mantiene hasta 1992, cuando se convierte en semanario. Tiene además dos suplementos: **Vitrales**, surgido en 1987, en el que se refleja el devenir artístico del territorio, y que ya se erige entre los primeros del país; y **El Arriero**, dirigido a los montañeses. El 4 de enero del año 2000 la publicación comenzó a circular en Internet.

Selección del universo y la muestra: Para la selección del universo y la muestra se ha de tener en cuenta que la presente investigación es un estudio de recepción del periódico *Escambray* entre los trabajadores sociales del Municipio Sancti Spíritus.

En el período comprendido desde enero 2008 hasta diciembre 2009, de los 104 periódicos editados, salieron a la luz 35 trabajos sobre la temática juvenil. Debido a que han sido publicados bajo iguales normas de redacción, la muestra a analizar corresponde con el 100 % de las publicaciones.

Estas ediciones son:

Año 2008

1. Festejos con Aire Juvenil. 27/12/2008. Edición 52 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 1.
2. Lunas... ¿de miel? 11/12/2008 Edición 41. Gisselle Morales Rodríguez y Dayamis Sotolongo Rojas pág 8.
3. Crecen las Universidades. 04/10/2008. Edición 40. Delia Proenza Barzaga. Pág 1.
4. El nuevo curso de la Bienvenida. 30/08/2008 Edición 35 Delia Proenza Barzaga. Pág 1.
5. Más cerca del pizarrón. 23/08/2008. Edición 34. Delia Proenza Barzaga. Pág 1.
6. Regalo Espirituano al Comandante. 09/08/2008 Edición 32 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.
7. Más oportunidad para los Jóvenes. 19/07/2008 Edición 29 Delia Proenza Barzaga. Pág 3.
8. Novedades de una Graduación. 12/06/2008 Edición 28 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 1.
9. Derroteros para el mañana. 28/06/2008 Edición 26 Dayamis Sotolongo Rojas. Pág 1.
10. El mejor ejemplo. 21/06/2008 Edición 25 Pastor Guzmán Castro. Pág 4.
11. Jóvenes de Ley. 21/06/2008 Edición 25 Israel Hernández Álvarez. Pág 4.
12. Maestro en la Gloria. 03/05/2008 Edición 18 Dayamis Sotolongo Rojas. Pág 5.
13. Estudiantes en el surco. 19/04/2008 Edición 16 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3
14. Crecen las plazas universitarias. 05/04/2008 Edición 14 Delia Proenza Barzaga. Pág 3.
15. Antesala de la cultura. 22/03/2008 Edición 12 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.
16. ¿Desafíos en la piel?. 22/03/2008 Edición 12 Dayamis Sotolongo Rojas y Gisselle Morales Rodríguez. Pág 8.
17. Un niño con talla de hombre Elcire Pérez González. 15/03/2008 Edición 11 Israel Hernández Álvarez. Pág 8.

18. Jóvenes de ciencia. 09/02/2008 Edición 6 Dayamis Sotolongo Rojas. Pág 8.
19. Empleo Juvenil: Sin punto final. 02/02/2008 Edición 5 Dayamis Sotolongo Rojas. Pág 8.

Año 2009

20. Jóvenes de frente al surco. 26/12/200. Ed. 51. Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.
21. Congreso Todo por la Revolución. Jóvenes se miran por dentro. 19/12/2009 Edición 50 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.
22. La industria criolla del DVD. 12/12/2009 Edición 49 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 8.
23. Semblanza del primer delegado. 05/12/2009 Edición 48 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.
24. Homenaje a los mártires adolescentes. 28/11/2009 Edición 47 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 2.
25. Savia joven salvará la Patria. 28/11/2009 Edición 47 Delia Proenza Barzaga. Pág 2.
26. Congreso Todo por la Revolución. Jóvenes se preparan. 24/10/2009 Edición 42 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.
27. ¿La edad de la indolencia?. 12/09/2009 Edición de Gisselle Morales Rodríguez. Pág 8.
28. El empate está de moda. 04/07/2009 Edición 26 Mary Luz Borrego. Pág 2.
29. Oficios en manos nuevas. 09/05/2009 Edición 18 Delia Proenza Barzaga. Pág 1.
30. Forjar un camino de ciencia y técnica (IPVCE). 25/04/2009 Edición 16 Delia Proenza Barzaga. Pág 4.
31. Abril de parabienes. 04/04/2009 Edición 13 Gisselle Morales Rodríguez y Xiomara Alsina. Pág 3.
32. Sin azares en el camino. 04/04/2009 Edición 13 Enrique Ojito Linares. Pág 5.
33. La merienda de la discordia. 21/02/2009 Edición 7 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 5.

34. Más que admirarlo, lo adoro. 14/02/2009 Edición 6 Arelys García y Enrique Ojito Linares. Pág 8.
35. Un surtidor de magisterio. 31/01/2009 Edición 4 Delia Proenza Barzaga. Pág 5.

A raíz de la creación de la batalla de ideas en nuestro país, surgió junto con otros programas el de los Trabajadores Sociales, por la necesidad que vio nuestro Comandante en Jefe de saber y hallar solución a los problemas sociales y espirituales que existían en esos momentos. El Programa de Trabajadores Sociales en el municipio de Sancti Spíritus se encuentra situada al norte de la ciudad, más específicamente en la calle Céspedes # 269.

De ahí que la población estudiada abarca a 298 Trabajadores Sociales de la Ciudad de Sancti Spíritus de los cuales se encuentran estudiando 237 y 61 que no estudian, de estos últimos 18 son licenciado, 11 adiestrados y 32 con licencia de maternidad . Varias razones avalan la selección de esta muestra.

Con el objetivo de viabilizar la investigación y mediante un muestreo aleatorio simple se seleccionaron 50 Trabajadores Sociales para realizar los métodos y técnicas necesarios.

En ambas muestras, 35 trabajos de *Escambray* y los 50 trabajadores sociales de Sancti Spíritus, se aplican los métodos y técnicas pertinentes para lograr una respuesta lo más completa posible del problema de investigación.

Categorías de análisis

Para solucionar el problema de investigación han de definirse las categorías: públicos, trabajos periodísticos y nivel de satisfacción.

1. Trabajos periodísticos
 - 1.1 Temáticas abordadas
 - 1.2 Géneros periodísticos en que se aborda
 - 1.3 Despliegue de los textos
 - 1.4 Apoyos gráfico
 - 1.5 Ubicación de los textos

1.6 Representatividad de los Trabajadores Sociales

2. Públicos

2.1 Edad

2.2 Actividad que realiza

2.3 Nivel de escolaridad

2.4 Acceso al periódico

2.5 Familiarización con el medio

3. Nivel de Satisfacción

- Alto nivel de satisfacción
- Mediano nivel de satisfacción
- Bajo
- Insuficiente

1. Trabajos periodísticos

1.1 **Temáticas abordadas:** Temáticas relacionadas con tema juveniles, todo lo referido a la juventud.

1.2 **Géneros periodísticos en que se aborda el tema:** Para interpretar y representar la realidad se emplean los géneros periodísticos, formas expresivas que cumplen diversas funciones, entre las cuales se encuentra la de facilitar la labor del periodista, quien asume los modelos para comunicar lo pertinente en cada momento. Con ellos aprende actitudes, intenciones, objetivos, estilos y lenguajes; que generan habilidades y hábitos profesionales. (información, reportaje, crónica, comentario, entrevista y reseña)

1.3 **Despliegue de los textos:** valorar en el diseño el nivel que ocupa en la página: alto, medio y bajo.

1.4 **Apoyo Gráfico en los trabajos periodístico:** Los recursos gráficos devienen elementos visuales imprescindibles para complementar el texto periodístico. El empleo acertado en cada edición del tipo de letra, las fotografías e ilustraciones, los colores, las tablas y los recuadros enriquecen

el producto comunicativo y proponen al lector atractivos diseños.

1.5 Representatividad de los Trabajadores Sociales: Si están representados en los trabajos relacionados con la temática juvenil.

1.6 Ubicación de los textos: Portada, contraportada o páginas interiores: Se evaluó de acuerdo a si aparecían en primera plana o páginas interiores. Igualmente se consideró si se publicaban en alguna sección del periódico.

2. Públicos

A través de la historia de la comunicación han sido numerosas las concepciones acerca de los públicos²¹, desde aquellas que traían aparejada la teoría hipodérmica²² hasta las más actuales que propugnan los estudiosos de la recepción activa²³.

Para el objetivo de esta investigación resulta pertinente el concepto de público entendido como conjunto de receptores que esboza Sánchez-Bravo: “Es el punto de partida del proceso informativo-comunicativo, individual y colectivo, que completa de forma intencional el mensaje como proyecto y le da sentido, mediante su admisión, rechazo o transformación remitida o reinterpretada. El receptor también es un sujeto, (...) la condición *sine qua non* del proceso informativo. Toda la tarea de los medios de comunicación consiste en buscar o crear medios, modos y métodos de respuesta a los mensajes que lanza el emisor a los receptores” (Sánchez-Bravo, 1978; citado en Haber, 2003).

Los públicos específicos que escudriña el estudio son los 298 Trabajadores Sociales de la ciudad Sancti Spíritus. Para un mejor examen de esta categoría, han de tenerse en cuenta los aspectos:

²¹ Entiéndase esta categoría como sinónimo de audiencia o receptores, indistintamente.

²² La concepción atomista del público, estrechamente relacionada con la teoría hipodérmica, concebía a la audiencia como “una agregación de clases, de edad, de sexo, de capa social, etc., pero se prestaba poca atención a las relaciones implicadas en ellas o a las relaciones informales. No es que los estudiosos de las comunicaciones de masa ignorasen que los integrantes del público poseían familias y grupos amistosos, pero se consideraba que todo ello no influenciaba el resultado de una campaña propagandística” (Katz, 1969: 113; citado en Wolf, 2005.: 14-15).

²³ Consúltese Ileana Medina, (2000) *Desde el otro lado: una aproximación teórica a los estudios latinoamericanos sobre recepción y consumo de la comunicación de masas*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.

2.1 Edad

2.2 Actividad que realiza

2.3 Nivel de escolaridad

2.4 Acceso al periódico

2.5 Familiarización con *el medio*

3. Nivel de Satisfacción

Desde el punto de vista psicológico “la satisfacción de la necesidad de un objeto cuya importancia es permanente, necesariamente conduce a que en la persona, a partir de esta satisfacción, surja una nueva, relacionada con la primera pero en un nivel de exigencia más alto, el cual puede ser satisfecho con la ayuda de un nuevo objeto poseedor de una importancia permanente para la persona” (Petrovski, 1985: 100). El proceso psicológico de búsqueda de la satisfacción integra en sí mismo momentos de insatisfacción, lo cual, aunque contradictorio, representa a su vez el dinamismo del comportamiento humano (Bello y Casales, 2005).

Adecuando el concepto al tema de tesis, el nivel de satisfacción ha de describir en qué medida la temática juvenil del periódico *Escambray* satisface los intereses de los Trabajadores Sociales espirituanos. Con ese fin explícito, esta categoría queda evaluada de la siguiente forma:

- Alto nivel de satisfacción: Si en el resultado de la investigación se demuestra que las necesidades de los Trabajador Sociales del municipio Espirituano quedan satisfechas entre el 90 y el 100 por ciento con la temática juvenil del periodístico *Escambray*.
- Mediano nivel de satisfacción: Si en el resultado de la investigación se demuestra que las necesidades de los Trabajadores Sociales quedan satisfechas entre el 60 y el 89 por ciento con la temática juvenil del periodístico *Escambray*.
- Bajo nivel de satisfacción: Si en el resultado de la investigación se demuestra que las necesidades de los Trabajadores Sociales quedan satisfechas entre el 40 y el 59 por ciento con la temática juvenil del periodístico *Escambray*.

- Insuficiente nivel de satisfacción: Si en el resultado de la investigación se demuestra que las necesidades de los Trabajadores Sociales quedan satisfechas entre el 0 y el 39 por ciento con la temática juvenil del periodístico *Escambray*.

Técnicas de investigación

Con el propósito de comprender la cotidianidad de los Trabajadores Sociales espirituanos, se debe analizar cómo se aborda la temática juveniles en el periodístico *Escambray*, las técnicas de investigación empleadas permitieron recoger la información oportuna y necesaria para dar respuesta al problema de investigación, en este caso se utilizaron técnicas cualitativas.

Análisis documental: Se utilizó para fundamentar teóricamente la propuesta y la obtención de bibliografía acorde con el tema de investigación y para evaluar el nivel de recepción de la muestra.

Observación: Gracias a esta técnica el investigador adquiere un caudal enorme de datos, algunos de los cuales no logra obtener ni mediante cuestionarios, ni a través de entrevistas. Se emplea en la presente Tesis de Diploma para conocer detalles del quehacer diario de los Trabajadores Sociales

Notas de campo: Muy relacionadas con la técnica anterior, las notas de campo permiten que no se pierda ninguna información obtenida en el terreno, ya sea de la observación, de la aplicación del cuestionario, del desarrollo de los grupos focales, o de cualquier otro momento del proceso. Sin estas resultaría prácticamente imposible reconstruir la realidad que se pretende comprender.

Encuesta: De su aplicación se derivan un sinnúmero de datos de suma importancia para esta investigación, pues el cuestionario pretende esclarecer el nivel de satisfacción de los lectores del Periódico *Escambray* Ha de tenerse en cuenta que ese no es el único método y técnica empleado, por lo que los resultados obtenidos en los cuestionarios deben ser contrastados con los demás instrumentos de medición.

Entrevista: Apropia para “obtener el conocimiento del punto de vista de los miembros de un grupo social o de los participantes de una cultura” (Rodríguez, G., et. al., 2004: 168), la entrevista en profundidad desempeña un papel protagónico en la presente investigación. A través de ella pueden conocerse las opiniones, tanto de lectores como de expertos. A los primeros han de realizárseles entrevistas semi-estructuradas que garanticen el discurrir de sus ideas, sin perder el tema central.

Análisis de contenido: Mediante este método se llega a una visión generalizadora sobre la temática juvenil, sus características y especificidades.

Revisión bibliográfica: No por último, menos importante, deviene requisito indispensable para la obtención de bibliografía acorde con el tema de investigación y para evaluar el nivel de recepción de la muestra.

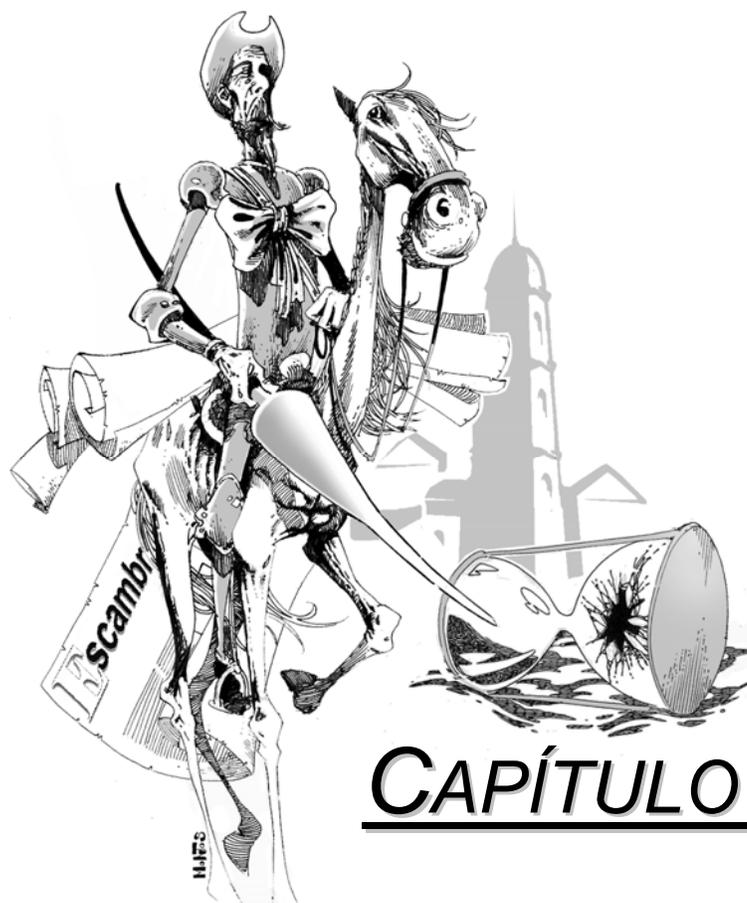
Acceso al campo: Para esta investigación se visitó la dirección de *Escambray*, donde se consultó con directivos del centro la pertinencia de realizar un estudio que valore la aceptabilidad de los temas juveniles en los Trabajadores Sociales y describir en qué nivel la temática juvenil satisface sus necesidades. Además se obtuvo en la redacción información acerca de quiénes son los periodistas que más abordan dichas temáticas.

Se abandona el campo de estudio, una vez aplicada las técnicas e instrumentos, contando con los datos suficientes para la investigación. El período determinado para esta investigación fue de 4 meses.

La triangulación de la investigación, única vía que garantiza la confiabilidad del estudio, se logra mediante la comparación de métodos y el contraste de datos. La confrontación de todos los resultados ha de arrojar luces al problema planteado inicialmente, así como a sus objetivos, ya que ningún método o dato por sí solo ofrece una respuesta definitiva e irrefutable.

Para el análisis de los datos se emplea primero un tratamiento estadístico de todo lo cuantificable y se leyeron esos datos a través de la información

recopilada por métodos cualitativos. Se evalúa así cada categoría y cada indicador integrando toda la información recopilada, por último se incluye en el reporte de la información resumida solamente aquella que resultó realmente útil para el análisis, puesto que algunos elementos no resultaron significativos.



CAPÍTULO III

CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Este capítulo está dedicado a integrar el estudio hecho en los capítulos precedentes- en los que se abordaron aspectos históricos y conceptuales de los estudios de recepción y los metodológicos para el estudio específico de la temática juvenil en las páginas de *Escambray* dentro de los Trabajadores Sociales de Sancti Spíritus.

3.1 Trabajos periodísticos

3.1.1 Un lugar para la temática juvenil

Según expone la periodista Gisselle Morales Rodríguez en la entrevista realizada, en los medios de prensa se denominan temática juvenil al grupo de aspectos de la realidad que tienen incidencia en el sector de la población comprendido en dicho grupo etario, o sea, de los 12 a los 30, si tenemos en cuenta el inicio de la adolescencia y el final de la primera juventud.

Además, no solo los asuntos que influyen directamente en los jóvenes, sino también los fenómenos, ya sean de índole económica, social o política, que les interesen y de los cuales ellos se formen estados de opinión. Entre las temáticas juveniles que más solicitan los lectores, por las propias características de la edad, se encuentran la sexualidad, las relaciones amorosas e interpersonales, las opciones recreativas, estudiantiles, entre otras.

Los temas de interés juvenil surgen en el contacto directo con este grupo poblacional. En medio de una conversación con adolescentes y jóvenes, en plena calle, en las aulas..., en cualquier lugar donde se reúna este sector poblacional y emerjan temas que susciten su interés. Independientemente de los asuntos que el medio de prensa detecte en sus contactos con las fuentes informativas oficiales, en este caso la Unión de Jóvenes Comunistas, el Centro de Orientación a los Jóvenes, los Adolescentes y la Familia (COJAF), el Partido Comunista de Cuba, entre otras.

Siempre se pretende que el tema escogido suscite repercusión entre los jóvenes -refiere Morales Rodríguez- sobre todo porque es un grupo poblacional

que a veces se rehúsa a exponerse a los medios, de manera que debemos captar su atención mediante el tratamiento de temas novedosos, que estén en boga y que represente realmente sus aspiraciones.

Aun cuando, señala Juan Antonio Borrego Díaz, director de *Escambray*, en el rotativo no existe una sección específica para abordar los asuntos juveniles, se tratan a menudo y se decidió desde la incorporación de Gisselle Morales, situarle esta temática, pero no ha recibido preparación específica como para considerarla “especializada” en la temática. Con esas condiciones en el medio de prensa no hay nadie.

En ocasiones, como ocurrió con *La industria criolla del DVD*, el tema surge a propuesta del periodista; en otras oportunidades, como con *¿La edad de la indolencia?*, la temática surge como propuesta de la dirección del medio por determinadas coyunturas socioeconómicas o políticas. Puede escribir cualquier reportero que detecte uno de estos asuntos, por lo general polémicos, de la realidad y siempre se concilian con la Jefatura de Información y la Dirección del medio, quienes deciden al final si la repercusión del tema amerita su publicación.

Temas como el tatuaje y las tendencias musicales entre la juventud nunca pierden actualidad; por otra parte, la desinformación en los jóvenes y el negocio en torno a las capacidades para las lunas de miel sí pueden perder vigencia, por lo que se les da preponderancia a los trabajos que requieren publicarse en determinados contextos. No obstante, por las rutinas productivas establecidas en *Escambray*, casi nunca coinciden más de dos textos de temática juvenil para publicar en una edición. Por el contrario, a veces la dirección del medio debe exigir por que se investigue más en ese ámbito, pues no se planifican sistemáticamente como debiera, por la importancia del sector, enfatizó Borrego Díaz.

La presente investigación constató que, de todas las formas expuestas para seleccionar los temas juveniles más interesantes, por lo general, los temas de interés juvenil surgen en el contacto directo con este grupo poblacional.

Una de las peculiaridades que distingue a la publicación de los temas juveniles en el periódico Escambray es que la periodista se encuentra en este rango de edad, es egresada de Periodismo en el 2007 y cursó estudios en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, razones que influyen en su conocimiento sobre los aspectos interesantes para la juventud.

“Sin lugar a dudas, es una ventaja porque estamos más cerca del universo que intentamos describir y conocemos las interioridades de un grupo etario que, por lo general, tiende a ser hostil frente a las intromisiones de los mayores. Lo que para un periodista de mayor edad pudiera resultar difícil descubrir, para los reporteros jóvenes pudiera ser mucho más sencillo pues el lenguaje, los modales y hasta las preconcepciones sociales son comunes. Además, como jóvenes frecuentamos los sitios donde pueden surgir con mayor naturalidad las inquietudes de los lectores jóvenes”, señaló la entrevistada.

Otra de las problemáticas que escudriña el presente trabajo investigativo es el lenguaje empleado en los trabajos de la muestra. Según consideraciones de la experta debe ser un lenguaje fresco, “desalmidonado”, sin dobleces para que sea verosímil, que describa con irreverencia y veracidad los fenómenos que aborda. Para llegar a los jóvenes debe partirse, asimismo, de una concepción desprejuiciada de la realidad y nada ayuda tanto como llamar a las cosas por su nombre, evitar la retórica y los discursos vacíos que poco o nada dicen al lector joven. Este, por lo general, cuando huele los primeros síntomas del “teque”, simplemente cierra el periódico y el mensaje no surte entonces el efecto deseado. De manera que la fórmula es, ante todo, ser sinceros al abordar su realidad y, después, escribirlo de una forma fresca, a su imagen y semejanza.

Uno de los logros en el tratamiento de la temática juvenil a partir de la llegada de la periodista en el 2007 a la redacción del periódico, es haber logrado conjugar las peculiaridades de la edad, con el lenguaje. De acuerdo a las encuestas realizadas, el 94% de los encuestados (47 en total) manifestó lo asequible del lenguaje, en aras de comprender mejor los temas abordados.

Según las consideraciones de los propios Trabajadores Sociales se considera adecuado, razonado, argumentado y que tiene como propósitos esenciales convencer, aconsejar, refutar, instruir y desde luego, informar.

Al decir de Juan Antonio Borrego y Gisselle Morales, pese a la carencia de mecanismos para retroalimentarse en relación al impacto de los temas juveniles, deducen que por la calidad de los trabajos y el lenguaje asequible, mucho de los productos comunicativos que publica Escambray resultan de interés para el universo juvenil.

Cuando se le preguntó a la muestra cómo consideraban los trabajos sobre los temas referidos a la juventud, el 50% que le resultaba interesante, bajo si se tiene en cuenta lo manifestado por los directivos del medio y el 18% expresó que les resultas reiterativos, razón que avala la búsqueda de mecanismos para conocer los verdaderos intereses de los Trabajadores Sociales y su trabajo en la sociedad. Tal como se muestra en la Tabla No. 1 solo el 19 % refiere que le resultan novedosos y amenos.

Tabla No. 1. Cómo le resultan los Trabajos Periodístico

Como te resultan	Referencia	%
Interesantes	25	50
Novedosos	12	24
Amenos	7	14
Profundos	2	4
Pocos interesantes	4	8
Reiterativos	9	18
Aburridos	0	0
Superficiales	1	2

Fuente: Encuesta realizada por el autor

Al indagar qué usos hacen los encuestados de los trabajos publicados, se conoció que un alto porcentaje de los jóvenes (el 68%, es decir 34 jóvenes) adquiere nuevos conocimientos con los textos, el 16% (ocho Trabajadores Sociales) refuerza sus conocimientos y el 6% (tres jóvenes) modifica sus

conocimientos, razón principal por la que los temas le resulta en ocasiones reiterativos, y no amenos y profundos.

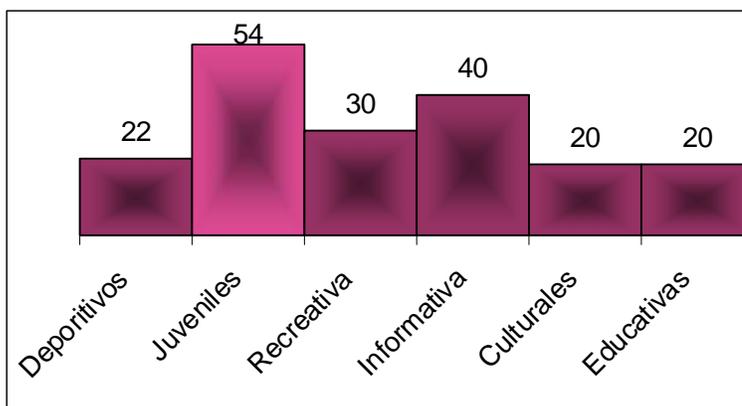
Sobre las temáticas que prefieren la mayoría de los encuestados se conoció que el 54% prefiere los temas juveniles; mientras las recreativas, informativas, educativas y deportivas, en ese orden, se ubican también entre las temáticas preferidas. Los textos referidos a la cultura y la educación son los menos consultados por este sector poblacional, cuando deberían estar entre sus prioridades por el impacto de ambos, específicamente de los temas educativos. (véase Tabla No. 2)

Tabla No. 2 De los Temas Publicados

Temas Publicados	Preferencia	%
Deportivos	11	22
Juveniles	27	54
Recreativos	15	30
Informativa	20	40
Culturales	10	20
Educativas	20	20
Otros	0	0

Fuente: Encuesta realizada por el autor

Gráfico.3



Fuente: Tabla3

Llama poderosamente la atención que en una provincia como Sancti Spíritus donde su economía se sustenta básicamente en la rama agropecuaria y en los sectores productivos, los jóvenes, continuadores de la obra emprendida en 1959 por las generaciones mayores, no refieran preferencia por este tema, lo cual demuestra lo alejado que aún están nuestros medios de prensa de además, de recrear y educar, despertar en los jóvenes el interés por estos temas priorizados.

Por supuesto, la solución no serían frases manidas, ni trabajos puramente informativos, sino con el acercamiento a jóvenes que desempeñen un papel protagónico en estas tareas o en algún programa de la Revolución para motivar la búsqueda de información al respecto.

Teniendo en cuenta los intereses de los jóvenes y los trabajos de corte juvenil publicados en ese período, los encuestados dijeron sentirse representado en alguna medida con 73%. Otros, la minoría, en gran medida, en ninguna medida y totalmente satisfecho.

El periódico logra transmitir nuevos conocimientos y modificar los que ya poseían dichos receptores. Las temáticas abordadas suscitan interés entre ellos, aunque algunas de las que más demandan no se encuentran presentes en sus páginas en la proporción esperada. De ahí que las necesidades cognoscitivas de los lectores estudiados se satisfagan en gran medida.

Tabla No. 3

Se siente representado con los temas Juveniles

Representado con los temas	Referencia	%
Totalmente	6	16
En alguna Medida	33	66
En gran medida	6	12
En ninguna medida	1	2

Fuente: Encuesta realizada por el autor

Gráfico.4

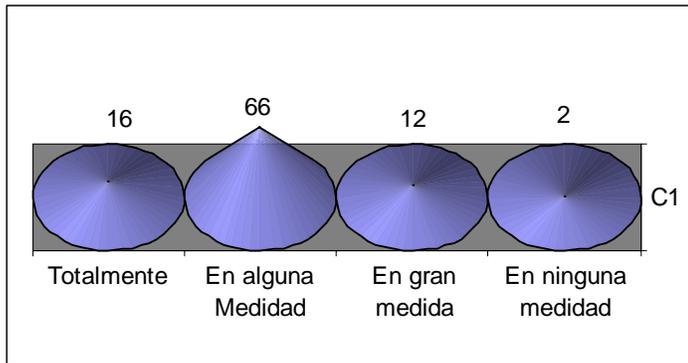


Tabla 4

3.1.2 Géneros periodísticos en que se aborda el tema

Al indagar sobre los modalidades periodísticas empleadas para tratar las temáticas relacionadas con los jóvenes durante el período analizado se percibe que de los 35 trabajos considerados en la muestra para este estudio, predomina la información con 49%, esto implica un tratamiento superficial de las temáticas juveniles y por ende, que puedan transmitir el mínimo de los conocimientos que requiere el sector. En temas como el ingreso a la educación superior y las graduaciones del ISP (pedagógico) se pudieron emplear otros géneros, que propiciaran una mayor profundidad en el tratamiento periodístico.

De ahí también la poca profundidad que encuentran los jóvenes en las páginas de Escambray. Véase Tabla No. 4 para observar el desbalance entre los géneros presentes en las páginas del semanario.

Tabla No. 4 Balance de Géneros periodísticos en Escambray

Géneros	Referencia	%
Informativo	17	49
Entrevista	3	9
Reseña	2	6
Crónica	2	6
Reportaje	10	29
Comentario	1	3

Fuente: Guía de observación

Se pudiera valorar de acertado el uso del género periodístico reportaje para abordar asuntos de interés para los jóvenes como el contrabando de reservaciones hoteleras para las lunas de miel y el negocio del DVD en la sociedad espiritana. En trabajos como estos, se requería un mayor nivel de análisis, indagación de causas y consecuencias, por lo que se decidió darle mayor despliegue editorial. En todos los casos el apoyo gráfico se correspondía con la prominencia dada al tema. Se recomienda incentivar la redacción de comentarios de interés juvenil porque en la muestra seleccionada solo se publicó uno, aún cuando este género resulta adecuado para exponer argumentos y formar valores en ese grupo poblacional.

En cuanto al acápite referido al despliegue de los textos, este es alto en 17 de los trabajos analizados (49%) ya que muchos de ellos se encuentran en la portada y contraportada (43%), muestra de la importancia que le conceden los directivos del medio de prensa a la temática, aun cuando no la abordan con la frecuencia que la prefieren los jóvenes y la profundidad. Indistintamente, algunos se ubican en las páginas 2, referida a Géneros de Opinión, en las 4 y 5, donde se publican trabajos de fondos.

El hecho de que aparezcan en la página 2 escasos materiales, siendo precisamente esta la de opinión, conlleva a que el periódico no emita –o lo haga en pocos momentos- juicios acertados o incite al debate a este sector poblacional. Debería motivarse más la polémica, por las características propias de la edad y las inquietudes de los jóvenes.

A muchos de los textos se les realiza en la primera plana un llamado dada la repercusión del tema, se le agrega una foto o ilustración, que motive a la búsqueda y lectura del trabajo.

Sin embargo, en aras de perfeccionar el trabajo e incentivar el acercamiento de los jóvenes a los textos publicados debe eliminarse, en la medida en que se pueda, el porcentaje de trabajos que aún aparecen con un despliegue bajo, es decir en páginas interiores o en la parte inferior, sin un título llamativo o una imagen que enriquezca lo abordado. Se sabe que el gran porcentaje de los

textos constituyen informaciones y si además, no se le realiza un llamado efectivo que motive su búsqueda, los jóvenes seguirán alejados de esta temática y los directivos de los medios no podrán acceder a ellos, como se pretende y demandan las condiciones socioeconómicas actuales.

Tabla No. 5 Despliegue de los textos

Despliegue	Referencia	%
Alto	17	49
Medio	11	31.
Bajo	7	20

Fuente: Guía de observación

3.1.3 Apoyo gráfico en los trabajos periodísticos.

El tratamiento de los elementos gráficos considerados para la presente investigación puede catalogarse como bueno, aunque el 28% de los escritos no cuentan con este complemento, dado en buena medida por la amplia presencia de informaciones en detrimento de los demás géneros periodísticos. La utilización de fotos e ilustraciones en las muestras seleccionadas matizó el 72%. Del total de los textos el 63 % tienen fotos y el, 9 caricaturas.

Aun cuando la fotografía ilustra la realidad del tema abordado, debe profundizarse en el empleo de las caricaturas por la repercusión que pudiera tener entre los jóvenes. Este último recurso permite además, interpretar cada uno a su forma, el sentido del texto, sin que esto provoque que se desvirtúe la realidad.

La presencia de un caricaturista joven, con apenas 25 años, en la plantilla del periódico puede contribuir al acercamiento de este sector, con propuestas novedosas e interesantes que lejos del “teque” –como llaman muchos jóvenes al atiborramiento de texto- al que se habitúan algunos periodistas, trasmite mensajes y sugerencias de interés para el joven.

Tabla No. 6 Apoyo gráfico

Apoyo gráfico	Referencia	%
Fotografía	22	63
Caricatura	3	9
No hay apoyo gráfico	10	28

Fuente: Guía de observación

3.1.4 Representatividad de los Trabajadores Sociales

Este aspecto fue analizado mediante la guía de observación en el periódico *Escambray*, la recopilación de datos sobre la temática juvenil en el archivo central y la entrevista a los directivos del rotativo y la periodista que atiende, de manera sistemática, el tema.

De los trabajos publicados sobre la temática juvenil casi ninguno presta atención a la labor de los Trabajadores Sociales, lo que representa el 6% de la muestra, con solo dos trabajos. Estos son “Derroteros para el mañana” de Dayamis Sotolongo Rojas donde se refleja la labor de los trabajadores sociales con el adulto mayor, y “Sin azares en el camino” de Enrique Ojito Linares el cual aborda las tareas productivas en los organopónicos.

Cuando en el año 2000, ante una iniciativa del Comandante en Jefe Fidel Castro Ruz, surgieron en varias provincias del país, las Escuelas de Formación de Trabajadores Sociales, los medios de prensa internacionales, nacionales y locales, prestaron especial atención al tema por la importancia que traía consigo y la repercusión, principalmente entre las familias con algún problema familiar grave o con menos ingresos.

En ese entonces era frecuente encontrar en los medios de prensa, con énfasis, en los impresos, trabajos desplegados a página completa -incluso dos páginas y con más de una parte- donde se exaltara la labor del Trabajador Social. Fotos de gran tamaño, loas al programa y ejemplos de su impacto en la sociedad, como en el programa energético y en la atención a discapacitados, aparecían por doquier.

A la vuelta de una década, ya no es frecuente este tipo de tratamiento, aun cuando los Trabajadores Sociales se mantienen vinculados a los mismos programas. No por común, su labor resulta menos importante en la sociedad espiritana y sin embargo, los medios de prensa, incluido *Escambray*, no abordan con periodicidad su labor. Véase Tabla No. 7.

Tabla No. 7 Trabajos publicados sobre los Trabajadores sociales

Trabajos publicados	Referencia	%
Sobre Trabajadores Sociales	2	6
Otros	33	94

Fuente: Guía de observación

Si se pretende, como se ha planteado en algunos momentos, acercar a este tipo de público a las páginas del rotativo, debería incentivarse más la búsqueda de temas que reflejen el accionar de los Trabajadores Sociales, sus logros y desventajas y sus principales motivaciones, sin que eso llegue a atiborrar las páginas del medio, porque entonces se convertirían en temas monótonos y reiterativos.

3.2 Públicos

3.2.1 Edad

En el municipio de Sancti Spíritus existen 298 trabajadores sociales, de ellos 219 femeninos y 79 masculinos, por lo que se puede apreciar que predomina el papel de la mujer en esta organización.

Está constituido, mayoritariamente, por jóvenes, por lo que la edad promedio oscila entre 18 y 26 años. Sus integrantes proceden generalmente de la clase obrera con 213 miembros, campesinos 46, e intelectuales 39.

Los trabajadores sociales tienen la oportunidad de continuar estudios universitarios en diferentes carreras de humanidades que contribuyen en su profesión y lo forman como un profesional íntegro. En la actualidad ya cuentan con 15 graduados universitarios y 273 están estudiando alguna de estas carreras.

Los trabajadores sociales desde el inicio del programa se caracterizaron por ser un colectivo joven con un promedio de 21 años de edad, convirtiéndose en gestores de la sociedad cubana, actores y promotores de cambios en las personas.

3.2.2 Actividad que realizan

El Programa de Trabajadores Sociales, surgido en septiembre de 2000, dio la posibilidad a un grupo de jóvenes que hasta ese momento no tenían vínculo laboral o estudiantil alguno y a otro cuyos intereses personales no se correspondían con sus perfiles laborales o estudiantiles, que se vincularan a una tarea de impacto social, ante un llamado de la Revolución y el líder histórico Fidel Castro Ruz.

Constituir una fuerza especializada capaz de apoyar a las familias más desposeídas que aún existen en Cuba, y ofrecerles la ayuda y herramientas necesarias para alcanzar la justicia plena, fue el objetivo de una idea, hoy extendida con disímiles tareas dentro de la comunidad, como la Revolución Energética y la incorporación de otros jóvenes que aún no estudian o trabajan.

Los propios fundamentos del programa lo condujeron desde sus inicios a la labor asistencial que deben desarrollar estos jóvenes de apenas 21 años de edad como promedio, al convertirse en gestores sociales, actores y promotores de cambios en las personas.

El Trabajador Social es un profesional que; dotado de los basamentos científicos de las disciplinas de las Ciencias Sociales, de principios, objetivos y funciones, de una alta sensibilidad humana, sentido de justicia social, con un pensamiento creativo y el dominio de herramientas para la transformación social; interpreta la realidad al establecer el acercamiento directo con el ser humano como objeto y sujeto de trabajo, lo que le permite la participación, organización, promoción, concientización y orientación de las personas en la búsqueda de alternativas de solución a su problemática con el objetivo de contribuir al mejoramiento de sus condiciones de vida.

El objeto de trabajo de la profesión es la problemática social que permite conocer la realidad política nacional e internacional y proponer conjuntamente con la población y equipos multidisciplinarios alternativas que se conviertan en modelos de intervención y de transformación y que contribuyan a solucionar los problemas de la población.

La misión de los trabajadores sociales es ser amigo de las personas y de las familias, no trabajar con estadísticas frías, sino con el nombre, la dirección y la situación de cada ser humano necesitado de apoyo o ayuda.

El problema fundamental que resuelve el Trabajador Social es la contradicción establecida entre las necesidades sociales de la población y las vías y métodos para su satisfacción.

La fundamentación científica del Trabajo Social se ubica dentro de tres niveles de acción profesional:

- a. Nivel de casos: Atención individualizada.
- b. Nivel de grupos: Atención grupal.
- c. Nivel de comunidad: Atención comunitaria.

3.2.3 Nivel de escolaridad

Referido al nivel de escolaridad de los encuestados prevalece el 12mo. Grado, lo que se debe en lo fundamental a que la mayoría de ellos se encuentran cursando estudios superiores. En la actualidad ya cuentan con 15 graduados universitarios y 273 están estudiando alguna de estas carreras que se muestran en la tabla 2

Los trabajadores sociales tienen la oportunidad de continuar estudios universitarios en diferentes carreras de humanidades que contribuyen en su profesión y lo forman como un profesional íntegro, de las cuales el mayor porcentaje estudia las carreras de comunicación social y psicología

3.2.4 Acceso al periódico *Escambray*

Mediante la encuesta aplicada a 50 Trabajadores Sociales, se conoció que reciben el rotativo por diferentes vías. Por ejemplo el 34% lo recibe por vía de correo, los cuales se entregan en su casa. El 40% lo obtienen mediante los centros de trabajos que pertenece el porcentaje más elevado, el resto los compran en los puntos de ventas con un 22%.

Tabla No. 8 Vía que recibe el periódico *Escambray*

Vía que lo recibe	Referencia	%
Oficina de correo	17	34
Escuela	0	0
Organizaciones Políticas y de Masas	3	6
Centro de trabajo	20	40
Otros	11	22

Fuente: Encuesta realizada por el autor

La distribución del periódico en la zona residencial espirituana es insuficiente aún, según manifestaron los encuestados. Muchos de ellos alegan que aun cuando lo reciben en sus casas, consideran que la tirada es aún muy baja teniendo en cuenta la población del municipio, por demás capital de la provincia de Sancti Spíritus

3.2.5 Familiarización con *Escambray* y proceso de recepción

Los trabajadores social se encuentran familiarizados con el periódico *Escambray* ya que la mayoría lo leen y están representados en alguna medida en los trabajos publicados sobre esta temática como: “Derroteros para el mañana” donde se refleja la labor de los trabajadores sociales con el adulto mayor y “Sin azares en el camino” el cual aborda las tarea productivas en los organopónicos.

El constituir el Órgano Oficial del Comité Provincial del Partido en el territorio y poseer el prestigio que ostenta entre los espirituanos el rotativo, pueden ser razones también que avalen su familiarización con el periódico, pese a que su accionar no se refleje con la profundidad con que ellos quisieran.

El 70% de los trabajadores sociales de la ciudad espirituana lee el Periódico *Escambray*, sin embargo existe un 30% de esta población que no lo leen porque alegan que no les interesa, porque lo leyó una vez y no lo motivó u otras razones, esto se explica en la Tabla No. 9

Tabla No. 9 Lee el periódico Escambray

Lee el periódico	Referencia	%
Si lo lee	35	70
No lo lee	15	30

Fuente: Encuesta realizada por el autor

El proceso de recepción de Escambray por parte de los Trabajadores Sociales comienza en sus casas, el centro de trabajo o en los puntos de venta donde ellos, o sus padres lo adquieren (Consultar Tabla No.8). Muchos de ellos prefieren llevarlo a sus hogares, y en los ratos de ocio consumen los textos, preferiblemente y con avidez, los relacionados con la juventud.

Escambray, como sucede con las temáticas cultura y deporte, no posee una página dedicada a la juventud, sino que los materiales se diseminan por las diferentes páginas y solo el llamado, el diseño o la relevancia otorgada por el Consejo de Dirección conllevan a la lectura de los textos.

Sin embargo, de no atenderse sus principales insatisfacciones y sugerencias, pudiera perder credibilidad y prestigio ante este grupo y aumentar el número de jóvenes que no consumen porque no les interesan, los mensajes de Escambray, que es muy bajo aún.

Solo una persona manifestó que no le interesa el contenido del medio de prensa y seis lo leyeron una vez y no los motivó a leer más.

Una cifra que pudiera alertar a los directivos del semanario para trabajar en aras de acercarlos a sus trabajos es en el 56% de los encuestados que manifestaron leerlo a veces, pues ya conocen los materiales, pero solo a veces les interesa. Por tanto, con propuestas novedosas e interesantes pueden atraerlos más.

Los rasgos identitarios de los jóvenes se refleja en alguna medida en las páginas de Escambray, pero ha de hurgarse más en sus intereses y aumentar

el uso de los temas que les resultan interesantes en aras de satisfacer en mayor medida sus necesidades.

De no atenderse sus principales insatisfacciones y sugerencias, pudiera perder credibilidad y prestigio ante este grupo y aumentar el número de jóvenes que no consumen porque no les interesan, los mensajes de Escambray, que es muy bajo aún.

Solo una persona manifestó que no le interesa el contenido del medio de prensa y seis lo leyeron una vez y no los motivó a leer más.

Tras la lectura de los temas que les interesan, muchos de los jóvenes -según se conoció en los métodos y técnicas empleados- comentan con sus compañeros las últimas noticias o el trabajo que más le interesó de Escambray, amén de estar o no referido a la temática juvenil, en dependencia de la repercusión del tema y la prioridad que ocupe en sus necesidades comunicativas.

Por la encuesta aplicada, la observación y las notas de campo, el presente estudio determinó que los Trabajadores Sociales prefieren para informarse la Radio y la Televisión, en detrimento de la prensa escrita. En cuanto a la ubicación de Escambray, entre los medios locales para informarse lo ubican en el segundo lugar (en primero sitúan a la radio). Dentro de los medios impresos que se distribuyen en el país, lo sitúan también en el segundo lugar, luego de Juventud Rebelde.

3.3 Nivel de satisfacción

De los cuestionarios aplicados a los trabajadores sociales se pudo constatar que la mayoría de los jóvenes se siente medianamente satisfecha con la temática juvenil, lo que representa el 60%. Los demás se sienten satisfecho en poca medida, totalmente satisfecho o insatisfechos por completo, en la minoría de los casos.

Tabla No10. Nivel de satisfacción

Temas Juveniles	Referencia	%
Totalmente satisfecho	10	20
Medianamente satisfecho	30	60
Satisfecho en poca medida	3	6
Insatisfecho por completo	1	2

Fuente: Encuesta realizada por el autor

Como se ha explicado anteriormente, los encuestados que aún manifiestan su insatisfacción con el contenido, se debe en lo fundamental a la poca profundidad del tema, a la presencia de informaciones en detrimento de otros géneros periodísticos y al poco reflejo de su realidad en las páginas del rotativo.

Tablas No11 Como valora los temas juveniles

Como lo valora	Referencia	%
Excelente	3	6
bueno	26	52
regular	17	34
Malo	0	0

Fuente: Encuesta realizada por el autor

La mayoría de los encuestados en el programa de los Trabajadores Sociales consideran que los temas periodístico son buenos con un 52% esto demuestra la calidad de los temas y la profesionalidad de los periodista, también esta muestra arrojo que un por ciento de los jóvenes consideran que los trabajos tratado son regular con 34% debido ha que no hay un espacio habitual para esta temática y son reiterativos. Solo el 5% consideran que son excelentes.

En aras de conocer algunas de las sugerencias de los encuestados para perfeccionar los contenidos de las páginas de Escambray, se conoció que:

1. Los temas sobre la temática juvenil deben tener un espacio habitual en las páginas de Escambray.
2. Que los temas no deben ser tan reiterativos, para que los lectores muestren más interés.
3. Indagar más en tema Educativos.

4. Los temas deben ser más profundos
5. Es necesario llegar más a cada ciudadano
6. Tratar temas relacionados con la actualidad de la provincia, modo de actuar de los jóvenes y los mismos ante situaciones dadas en la sociedad.
7. Tratar temas que tengan un ámbito social donde se refleje la labor de los trabajadores sociales.

Esta investigación constituye un punto de partida para una reflexión crítica sobre la presencia de los Trabajadores Sociales en las páginas de Escambray, investigación que ha sido posible por la colaboración de la dirección y periodistas del rotativo, así como de los Trabajadores Sociales que conformaron la muestra. En la medida que la comunicación es un proceso cambiante, el debate no está cerrado ni terminado.



CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Los métodos y técnicas de investigación aplicadas permitieron recoger numerosos datos. Del análisis de cada uno de ellos, de la conexión entre los fenómenos vislumbrados, pudo arribarse a las siguientes conclusiones:

1. El fenómeno de la recepción comenzó a abordarse desde la Mass Communication Research, en el siglo pasado. Muchos teóricos han abordado el tema desde diferentes aristas, hasta llegar a los que se insertan en el paradigma de la recepción activa o estudios latinoamericanos y los efectos a largo plazo.

2. Los públicos estudiados en la presente investigación están ávidos de temáticos que los reflejen más. Los temas más demandados por las propias características de la edad son la sexualidad, las relaciones amorosas e interpersonales, las opciones recreativas y estudiantiles. Igualmente necesitan la presencia de otros géneros que no sean los informativos.

3. El lenguaje empleado es por lo general asequible, lo que ayuda en la comprensión de los trabajos.

4. El diseño de los trabajos de temática juvenil resulta atractivo, novedoso y constituye una de sus fortalezas, en lo cual juega un papel determinante los elementos gráficos.

5. El periódico Escambray se sitúa en el segundo lugar de las opciones de los Trabajadores Sociales del municipio de Sancti Spíritus para satisfacer sus necesidades informativas.

6. Pese a la escasez de materiales que aborden la temática de los Trabajadores Sociales y la poca presencia de temas juveniles, el 60% de los encuestados manifestó sentirse medianamente satisfecho, por lo que las características de los trabajos publicados, el enfoque y el apoyo gráfico, contribuyen a satisfacer en mediada medida las necesidades de este público.



RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

1. Divulgar los resultados de esta investigación entre los periodistas y directivos del periódico Escambray.
2. Incentivar entre los periodistas y Consejo de Redacción la búsqueda de temas novedosos y atractivos que reflejen la cotidianeidad de los Trabajadores Sociales
3. Desarrollar actividades de conjunto entre Escambray y el programa de Trabajadores Sociales para buscar la retroalimentación de los temas abordados.



BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

1. Alonso, M. M., (1999) Teorías de la recepción en la comunicación de masas. La Habana, Ed. Pablo de la Torre.
2. Alonso, M. M. e H. Saladrigas, (2002) Para investigar en Comunicación Social. Guía didáctica. La Habana, Ed. Pablo de la Torre.
3. _____, (2006) Teoría de la comunicación. Una introducción a su estudio. Edición de María Elena Pérez. La Habana, Ed. Pablo de la Torre.
4. Ávila, Y y Morales, G. (2007) El Arriero: del discurso a los públicos. Tesis de grado. Universidad Central de Las Villas. Santa Clara. Cuba.
5. Bello, Z. y J. C. Casales, (2005) Psicología General. La Habana, Ed. Félix Varela.
6. Borrego, M. L. (2004) La página en blanco. Escambray, 3 de enero, p. 8.
7. Eco, U., (1980) Tratado de Semiótica General. Barcelona, Ed. Lumen.
8. Escoteguey, C. D., (2005) Datos para una radiografía de los estudios brasileños de recepción, en Comunicación y Sociedad. N. 3 nueva época enero-junio.
9. García C. N., (1990) Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad, México, Ed. Paidós.
10. _____ (1992) Los estudios sobre la comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. En Diálogos de la comunicación. N. 32.
11. Gessa A. R. A., (1996) Estudio de las principales mediaciones del entorno comunicativo cubano actual. Tesis de Diploma. La Habana, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
12. Haber G., Y., (2003) Elementos para una teoría del lenguaje de los textos periodísticos impresos. Tesis en opción al grado científico de Doctor en Filología. Santiago de Cuba. Facultad de Humanidades, Universidad de Oriente, En línea. Disponible en <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasld-167.html> [Accesado el 9 de octubre de 2006].

13. Klaus B. J., (1992) La Semiótica Social de la Comunicación de masas. En línea. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/n61/dgonzalez.html>. Consultado 15/3/2010
14. Martín Barbero, J., (1987) De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Ed. Gustavo Gili. México.
15. Martín Barbero, J., (1991) Recepción: uso de medios y consumo cultural, en *Diálogos de la comunicación*. N.30.
16. _____ (1991) Perder el objeto para ganar el proceso, en *Signo y Comunicación*. N.18.
17. Medina H., I., (2000) Desde el otro lado. La Habana, Ed. Pablo de la Torriente.
18. Mena R., E., (2004) Nuevas estrategias de análisis aplicadas a la comunicación audiovisual: una experiencia con informativos de televisión, en La iniciativa de la Comunicación [En línea]. Colombia, disponible en:
19. Morin, E., (1996) El espíritu del tiempo. Ed. Taurus. Madrid.
20. Orozco G., G., (1992) Televisión pública y participación social: al rescate cultural de la pantalla, en *Diálogos de la comunicación*. N. 33.
21. Petrovski, A., (1985) Psicología General. Manual didáctico para los Institutos de pedagogía. Moscú, Ed. Progreso.
22. Rodríguez P., C., (2004) Los milagros de la WEB, Escambray, 3 de enero, p. 5.
23. Sotolongo, D. (2007) Reportajes de las Páginas Especiales de Escambray: enfoque crítico a la calidad periodística. Tesis de grado. Universidad Central de Las Villas. Santa Clara. Cuba.
24. Vidal V., J. R., (2006) Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones. Ed. Pablo de la Torriente. La Habana.
25. Wolf, M. (2005) La investigación en comunicación de masas. Ed. Pablo de la Torriente. La Habana.



CUESTIONARIO SOBRE LECTORÍA DE ESCAMBRAY

Por Yadiel Vega Álvarez
Universidad “José Martí Pérez” de Sancti Spiritus

Con el propósito de conocer sus criterios sobre la calidad de los temas juveniles, publicados en el Periódico *Escambray*, aplicamos el siguiente cuestionario. Con este instrumento se pretende recoger datos sobre el nivel de satisfacción que hasta hoy ha logrado *Escambray* entre sus lectores. Sus respuestas serán anónimas y muy valiosas para la investigación, por lo que rogamos conteste cada pregunta con la mayor sinceridad posible.

Edad: _____ **Sexo:** ___ F ___ M
Nivel de escolaridad: _____ 12 grado _____ Universitario

Cursa estudios universitarios: Año: _____
Carrera: ___ Comunicación Social ___ Derecho ___ Psicología
___ Socioculturales ___ Cultura Física ___ Contabilidad ___ Otra

Marque con una X la respuesta que considere correcta:

1. ¿Lee usted el periódico *Escambray* ___ Sí ___ No
 - a) En caso de ser negativa su respuesta, ¿por qué no lo lee?
___ No lo conozco
___ No me interesa
___ No tengo tiempo para leerlo
___ Lo leí una vez y no me motivó
___ Otras, ¿cuáles? _____
2. Si usted lee **el periódico Escambray**, ¿con qué frecuencia lo hace?
___ Siempre ___ A veces ___ Casi nunca
3. ¿Por qué vía lo recibe?
___ Oficina de Correos
___ Escuela
___ Organizaciones políticas y de masas
___ Centro de trabajo
___ Otras, ¿cuáles? _____
4. ¿Cómo valora usted la distribución del **periódico** en su zona de residencia?
___ Suficiente (todos los pobladores tienen acceso a él)
___ Escasa (sólo algunos pobladores tienen acceso a él)
___ Insuficiente (muy pocos pobladores tienen acceso a él)
5. Con la lectura de los temas juveniles en *Escambray* usted ha logrado:
___ Adquirir nuevos conocimientos
___ Reforzar los conocimientos que ya poseía
___ Modificar los conocimientos anteriores.

Encuesta realizada a Gisselle Morales Rodríguez, periodista que escribe sobre temas juveniles.

1. ¿Qué se entiende por temática juvenil?
2. ¿Cómo selecciona los temas juveniles a tratar? ¿Le son orientados por la dirección del medio o se dejan a su espontaneidad?
3. ¿Cómo definir la prioridad que lleva cada tema juvenil?
4. ¿Cómo influye el hecho de ser joven para escribir sobre esta temática?
5. ¿Cómo debe ser el lenguaje empleado en estos trabajos?
6. ¿Se siente usted reflejada en los trabajos que escribe sobre este tema?

Encuesta realizada a Juan Antonio Borrego Director del Periódico *Escambray*

1. ¿El Periódico *Escambray* tiene sesión habitual relacionada con los Temas Juveniles?
2. ¿Existen Periodistas especializado en este tema?
3. ¿Se le impone un tema específico o se deja a la creación del Periodista?
4. ¿Cómo se planifica los Temas Juveniles?
5. ¿Conoce si los temas publicados en *Escambray* tienen aceptación para los jóvenes?
6. ¿Qué mecanismo tienen los Periodistas para conocer los detalles de lo que acontece con los jóvenes en Sancti Spíritus
7. ¿Cada qué tiempo se publica estos temas?

Guía de observación

Observación realizada por: Yadiel Vega Álvarez

Fecha: Indistintos días durante cuatro meses

Lugar: Periódico Escambray y sede del Programa de Trabajadores Sociales en el municipio de Sancti Spíritus.

Horario: 8.00am a 5.00pm

Tiempo de observación: 8 00 Horas

Objetivo: Mediante esta guía se pudo constatar como se abordan los trabajos periodístico .Géneros, Despliegue, Apoyo Grafico, Ubicación de los textos, Representatividad de los Trabajadores Sociales y las temáticas abordadas. Para mejorar las publicaciones de dichas temáticas y buscar propuesta atractiva que despierte el interés de este grupo poblacional.

PRIORIDADES:

1. Recoger a través de esta guía cuáles son las temáticas que más se abordan.
2. Cuáles son los géneros que más se emplean. Información, reportaje, crónica, comentario, entrevista y reseña.
3. Despliegue de los textos Alto, Medio, Bajo.
4. Los recursos gráficos que se utilizan.
5. Ubicación de los textos en Portada, contraportada o páginas interiores.
6. Representatividad de los Trabajadores Sociales en los temas juveniles.
7. Proceso de recepción del periódico por parte de los Trabajadores Sociales.

El investigador se apoyará de estas prioridades y tomará los datos necesarios para determinar y valorar la evaluación de cada aspecto.

Año 2008

36. Festejos con Aire Juvenil. 27/12/2008. Edición 52 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 1.
37. Lunas De miel 11/12/2008 Edición 41 . Gisselle Morales Rodríguez Dayamis Sotolongo Rojas pág 8.
38. Crecen las Universidades. 04/10/2008. Edición 40. Delia Proenza Barzaga. Pág 1.
39. El nuevo curso de la Bienvenida. 30/08/2008 Edición 35 Delia Proenza Barzaga. Pág 1.
40. Más cerca del pizarrón. 23/08/2008.Edición 34. Delia Proenza Barzaga. Pág 1.
41. Regalo Espirituano al Comandante. 09/08/2008 Edición 32 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.
42. Más oportunidad para los Jóvenes. 19/07/2008 Edición 29 Delia Proenza Barzaga. Pág 3.
43. Novedades de una Graduación. 12/06/2008 Edición 28 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 1.
44. Derroteros para el mañana. 28/06/2008 Edición 26 Dayamis Sotolongo Rojas. Pág 1.
45. El mejor ejemplo. 21/06/2008 Edición 25 Pastor Guzmán Castro. Pág 4.
46. Jóvenes de Ley. 21/06/2008 Edición 25 Israel Hernández Álvarez. Pág 4.
47. Maestro en la Gloria. 03/05/2008 Edición 18 Dayamis Sotolongo Rojas. Pág 5.
48. Estudiantes en el surco. 19/04/2008 Edición 16 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3
49. Crecen las plazas universitarias. 05/04/2008 Edición 14 Delia Proenza Barzaga. Pág 3.
50. Antesala de la cultura. 22/03/2008 Edición 12 Gisselle Morales Rodríguez. . Pág 3.
51. ¿Desafíos en la piel?. 22/03/2008 Edición 12 Dayamis Sotolongo Rojas y Gisselle Morales Rodríguez. Pág 8.
52. Un niño con talla de hombre Elcire Pérez González. 15/03/2008 Edición 11 Israel Hernández Álvarez. Pág 8.

53. Jóvenes de ciencia. 09/02/2008 Edición 6 Dayamis Sotolongo Rojas. Pág 8.
54. Empleo Juvenil: Sin punto final. 02/02/2008 Edición 5 Dayamis Sotolongo Rojas. Pág 8.

Año 2009

55. Jóvenes de frente al surco. 26/12/200. Ed. 51. Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.
56. Congreso Todo por la Revolución. Jóvenes se miran por dentro. 19/12/2009 Edición 50 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.
57. La industria criolla del DVD. 12/12/2009 Edición 49 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 8.
58. Semblanza de primer Delegado. 05/12/2009 Edición 48 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.
59. Homenaje a los mártires adolescentes. 28/11/2009 Edición 47 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 2.
60. Savia joven salvará la Patria. 28/11/2009 Edición 47 Delia Proenza Barzaga. Pág 2.
61. Congreso Todo por la Revolución. Jóvenes se preparan. 24/10/2009 Edición 42 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.
62. La edad de la indolencia. 12/09/2009 Edición de Gisselle Morales Rodríguez. Pág 8.
63. El empate está de moda. 04/07/2009 Edición 26 Mary Luz Borrego. Pág 2.
64. Oficios en manos nuevas. 09/05/2009 Edición 18 Delia Proenza Barzaga. Pág 1.
65. Forjar un camino de ciencia y técnica (IPVCE). 25/04/2009 Edición 16 Delia Proenza Barzaga. Pág 4.
66. Abril de parabienes. 04/04/2009 Edición 13 Gisselle Morales Rodríguez y Xiomara Alsina. Pág 3.
67. Sin azares en el camino. 04/04/2009 Edición 13 Enrique Ojito Linares. Pág 5.
68. La merienda de la discordia. 21/02/2009 Edición 7 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 5.

69. Más que admirarlo, lo adoro. 14/02/2009 Edición 6 Arelys García y Enrique Ojito Linares. Pág 8.
70. Un surtidor de magisterio. 31/01/2009 Edición 4 Delia Proenza Barzaga. Pág 5.

Gráfico que ilustra cómo le resultan a los jóvenes Trabajadores Sociales los temas referidos a la juventud publicados por Escambray

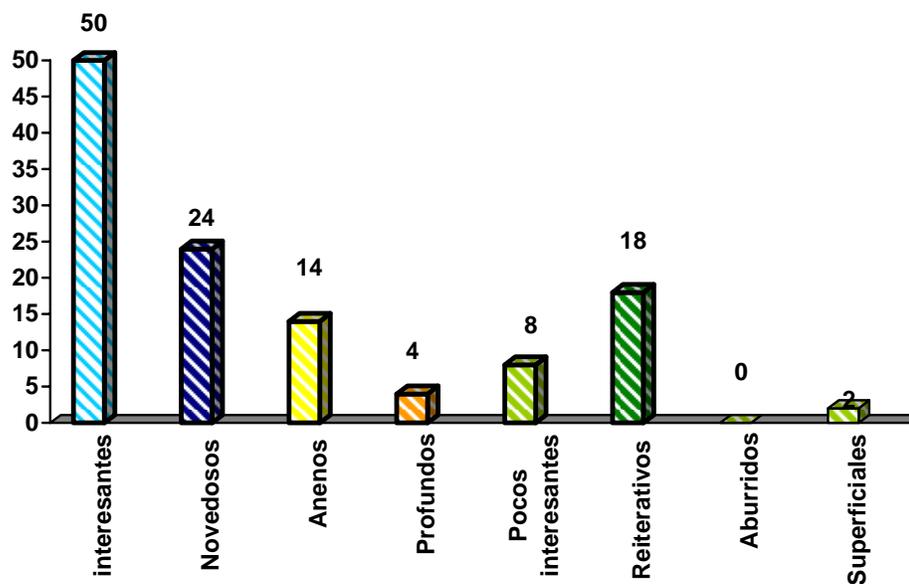


Gráfico No. 1 Fuente: Encuesta realizada por el autor

Gráfico que ilustra la presencia de los géneros periodísticos en las 35 ediciones analizadas del periódico Escambray

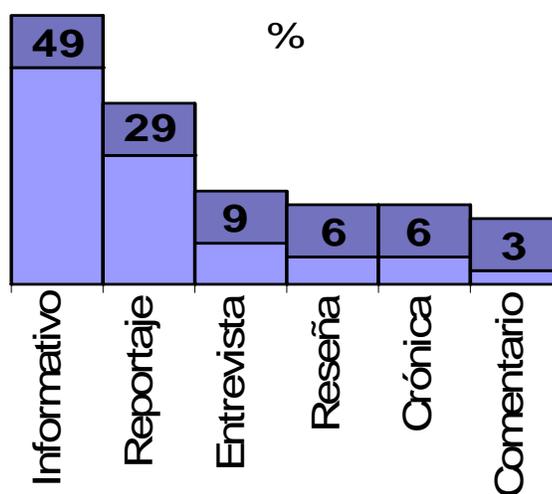


Gráfico No. 4 Fuente: Fuente: Guía de observación

Gráfico que ilustra el nivel de satisfacción de los públicos estudiados

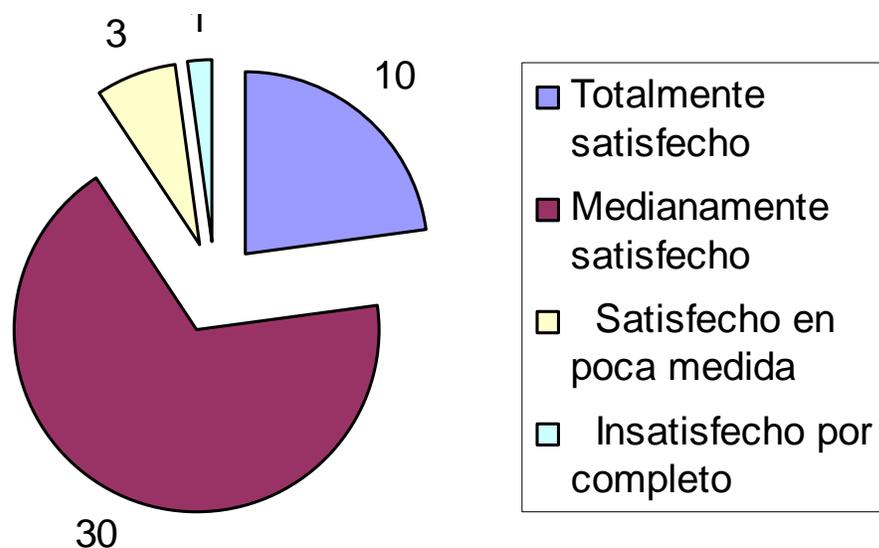


Gráfico No 10 Fuente: Encuesta realizada por el autor

Gráfico que muestra la opinión que tienen los Trabajadores Sociales del periódico Escambray

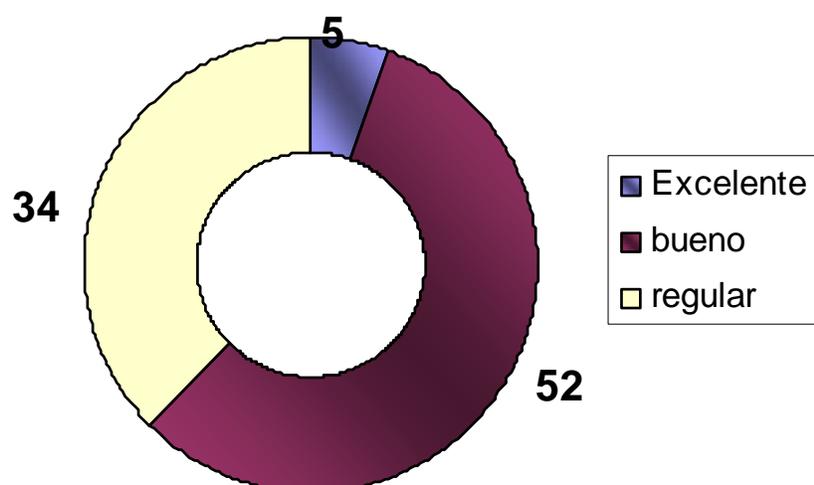


Gráfico No 11 Fuente: Encuesta realizada por el autor

Año 2008

	Género	Trab. Sociales	Despliegue			Apoyo	Ubicación
			Alto	Medio	Bajo		
1. Festejos con Aire Juvenil. 27/12/2008 Edición 52 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 1.	Informativos		X			NO	1
2. Crecen las Universidades. 04/10/2008 Edición 40 Delia Proenza Barzaga. Pág 1.	Informativos		X			NO	1
3. El nuevo curso de la Bienvenida. 30/08/2008 Edición 35 Delia Proenza Barzaga. Pág 1.	Informativos		X			Fotografía	1
4. Más cerca del pizarrón. 23/08/2008 Edición 34 Delia Proenza Barzaga. Pág 1.	Informativos		X			Fotografía	1
5. Regalo Espirituano al Comandante. 09/08/2008 Edición 32 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.	Informativos			X		NO	3
6. Más oportunidad para los Jóvenes. 19/07/2008 Edición 29 Delia Proenza Barzaga. Pág 3.	Informativos			X		Fotografía	3
7. Novedades de una Graduación. 12/06/2008 Edición 28 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 1.	Informativos		X			Fotografía	1
8. Derroteros para el mañana. 28/06/2008 Edición 26 Dayamis Sotolongo Rojas. Pág 1.	Informativos	SI	X			Fotografía	1
9. El mejor ejemplo. 21/06/2008 Edición 25 Pastor Guzmán Castro. Pág 4.	entrevista			X		Fotografía	4
10. Jóvenes de Ley. 21/06/2008 Edición 25	Reseña			X		Fotografía	4

Israel Hernández Álvarez. Pág 4.							
11. Maestro en la Gloria. 03/05/2008 Edición 18 Dayamis Sotolongo Rojas. Pág 5.	Crónica			X		Fotografía	5
12. Estudiantes en el surco. 19/04/2008 Edición 16 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3	Informativos				X	NO	3
13. Crecen las plazas universitarias. 05/04/2008 Edición 14 Delia Proenza Barzaga. Pág 3.	Informativos				X	NO	3
14. Antesala de la cultura. 22/03/2008 Edición 12 Gisselle Morales Rodríguez. . Pág 3.	Informativos				X	NO	3
15. ¿Desafíos en la piel?. 22/03/2008 Edición 12 Dayamis Sotolongo Rojas y Gisselle Morales Rodríguez. Pág 8.	reportaje		X			Fotografía	8
16. Un niño con talla de hombre Elcire Pérez González. 15/03/2008 Edición 11 Israel Hernández Álvarez. Pág 8.	reportaje			X		Fotografía	8
17. Luna ¿De Miel? 11/10/2008 Edición 41 Dayamis Sotolongo Rojas y Gisselle Morales Rodríguez. Pág 8.	reportaje		X			Fotografía	8
18. Jóvenes de ciencia. 09/02/2008 Edición 6 Dayamis Sotolongo Rojas. Pág 8.	reportaje			X		Fotografía	8
19. Empleo Juvenil: Sin punto final. 02/02/2008 Edición 5 Dayamis Sotolongo Rojas. Pág 8.	reportaje		X			Caricatura	8

Año 2009

	Género	Trab. Sociales	Despliegue			Apoyo	Ubicación
			Alto	Medio	Bajo		
1. Jóvenes de frente al surco. 26/12/200. Ed. 51. Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.	Informativos				X	NO	3
2. Congreso Todo por la Revolución. Jóvenes se miran por dentro. 19/12/2009 Edición 50 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.	Informativos				X	NO	3
3. La industria criolla del DVD. 12/12/2009 Edición 49 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 8.	reportaje		X			Caricatura	8
4. Semblanza de primer Delegado. 05/12/2009 Edición 48 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.	Reseña			X		Fotografía	3
5. Homenaje a los mártires adolescentes. 28/11/2009 Edición 47 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 2.	Informativos				X	NO	2
6. Savia joven salvará la Patria. 28/11/2009 Edición 47 Delia Proenza Barzaga. Pág 2.	Crónica			X		Fotografía	2
7. Jóvenes se preparan. 24/10/2009 Edición 42 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 3.	Informativos				X	NO	3
8. La edad de la indolencia. 12/09/2009 Edición 36 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 8.	Reportaje		X			Caricatura	8
9. El empate está de moda. 04/07/2009 Edición 26 Mary Luz Borrego. Pág 2.	Comentario			X		Fotografía	2
10. Oficios en manos nuevas. 09/05/2009 Edición 18 Delia Proenza Barzaga. Pág 1.	Informativos		X			Fotografía	1
11. Forjar un camino de ciencia y técnica (IPVCE). 25/04/2009 Edición 16 Delia Proenza Barzaga. Pág 4.	Entrevista		X			Fotografía	4

12. Abril de parabienes. 04/04/2009 Edición 13 Gisselle Morales Rodríguez y Xiomara Alsina. Pág 3.	Informativos			X		Fotografía	3
13. Sin azares en el camino. 04/04/2009 Edición 13 Enrique Ojito Linares. Pág 5.	Reportaje	SI	X			Fotografía	5
14. La merienda de la discordia. 21/02/2009 Edición 7 Gisselle Morales Rodríguez. Pág 5.	Reportaje		X			Fotografía	5
15. Más que admirarlo, lo adoro. 14/02/2009 Edición 6 Arelys García y Enrique Ojito Linares. Pág 8.	Entrevista		X			Fotografía	8
16. Un surtidor de magisterio. 31/01/2009 Edición 4 Delia Proenza Barzaga. Pág 5.	Reportaje		X			Fotografía	5