



UNIVERSIDAD DE SANCTI SPÍRITUS “JOSÉ MARTÍ PÉREZ”

CENTRO UNIVERSITARIO MUNICIPAL DE YAGUAJAY

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN CON ENFOQUE AL DESARROLLO LOCAL
PARA LA EMISORA DE CABAIGUÁN**

Tesis presentada en opción al Título Académico de
MÁSTER EN GESTIÓN DEL DESARROLLO LOCAL

AUTORA

Lic. Daimet Sanz Rodríguez

TUTORA

Dr.C. Anna Lidia Beltrán Marín

CONSULTANTE

MSc. Rosabell Pérez Gutiérrez

Yaguajay

2017

EXERGO

“En materia de comunicación no hay mayor recompensa que la afortunadamente concedida por el destinatario cuando se identifica con nuestra propuesta”

Yanet Toirac

DEDICATORIA

A mis padres Roberto e Idalia, mi mayor orgullo y fuente de inspiración
constante.

A mi esposo Carlos Armando, por permitirme soñar y acompañarme en
este empeño.

A Rita, por ser más que suegra.

A mi hermana Dianet, y mi cuñi Aile, y a sus hijas, mis sobrinas, mis
niñas: Diana Sofía, Dania Sabel y Ailenys, por llenar mis días de alegría.

A la familia, por ser el sostén de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, mi más grande tesoro, por quienes me sacrifico para llenarles la vida de alegría, esperanza e ilusiones.

A Carli, mi complemento, por compartir conmigo este proyecto.

A mi familia, la de Cabaiguán y la de Zulueta, y los que aún en la distancia siempre estuvieron presente; por ayudarme a lograr este propósito.

A mi tutora Anna, por la paciencia, por su confianza en mí, por su criterio certero y trabajo minucioso, por aceptar ser parte de esta aventura y permanecer a pesar de los momentos difíciles.

A Rosabell, por sus oportunos consejos.

A mis profes de la Maestría, por los conocimientos que pude adquirir junto a ellos, y especialmente a Felito por estar pendiente y a Sinaí por darme la oportunidad de formar parte de esta experiencia que recordaré siempre.

A los trabajadores del CUM de Yaguajay, por la acogida, y a Mirthica, por la ayuda constante, por brindarnos todo de sí y convertirse en la madre yaguajayense de la gente de Cabaiguán.

A los muchachos, los amigos, el grupo de soñadores que apostamos por el desarrollo local, con quienes compartimos largas horas de estudio y momentos de alegría.

A Maritza Sosa, por su insistencia.

A José Martínez Hernández, Presidente de la Asamblea Municipal del
Poder Popular en Cabaiguán.

A Aleida Yanes y Gretter Ledesma, dos cabaiguanenses que me enseñaron
a creer en el desarrollo local.

A Yolanda Brito Águila, Presidenta de la Asociación Cubana de
Comunicadores Sociales en Sancti Spíritus, por su colaboración.

A los expertos que evaluaron la estrategia.

Al Sistema de la Radio en la provincia espiritana, por permitirme hacer
en sus predios esta investigación.

A Luis Ramón González, por el impulso y la confianza en mí.

A los trabajadores de la Emisora Municipal CMGI “La Voz de
Cabaiguán” y su dirección, por participar en el proceso investigativo y por
la valiosa colaboración para que lograra este propósito que al fin se
materializa.

A los que ya no están, por su influencia en mi formación.

A Liuber por los diseños, a Léster, Marleny, Segundo, Juan Miguel, Mercy,
Eli, Mery, Nory, Adelfa, Adrián, Lisbe, Jose, Margaret, a los oyentes
encuestados, y a todos los que colaboraron, porque en cada uno encontré
un corazón abierto y una mano amiga dispuesta a ayudar.

RESUMEN

El desarrollo local constituye un nuevo espacio de actuación para los comunicadores sociales, proceso donde la comunicación se muestra transversal. En medio de la actualización del modelo económico cubano, que da mayor importancia a la escala local, desarrollar efectivos procesos de comunicación, con énfasis desde los medios masivos, conlleva a lograr mayor implicación de la ciudadanía como partícipes y protagonistas de su propio desarrollo. La Estrategia de Desarrollo Local de Cabaiguán incluye entre sus líneas la Gestión del conocimiento, en la cual la radio cobra auge como único medio de prensa del territorio, debido al papel que desempeña en la formación de conocimientos, el cambio de comportamientos y la articulación entre actores. La investigación tiene carácter descriptivo, y se llevó a cabo en la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán” con el objetivo de diseñar una estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local para el tratamiento al tema en la programación radial a partir de los distintos recursos de que dispone el medio. Se trabajó con una muestra integrada por realizadores radiales y oyentes. Se aplicaron métodos del nivel teórico y técnicas empíricas (revisión de documentos, observación participante, entrevistas y cuestionarios) que, apoyados en la triangulación de datos, permitieron hacer un diagnóstico de la situación, arrojando como principales resultados la deficiente capacitación sobre el tema de los radialistas y la falta de planificación, orientación e intencionalidad en su tratamiento. Ello mostró la necesidad de una propuesta de intervención para resolver el problema, que fue evaluada mediante criterio de expertos, cumpliéndose así los propósitos de la investigación.

Palabras clave: desarrollo local, estrategia de comunicación, medios de comunicación masiva, emisora municipal.

ABSTRACT

Local development constitutes a new acting space for social communicators, a process where communication is transversally shown. In the middle of the Cuban economic model actualization, where it is given greater importance to the local scale, to develop effective communication processes, emphasized from the mass media, which bring about greater implication of the population like participants and protagonists of its own development. The Local Development Strategy in Cabaiguán, includes among its strategic lines the knowledge management, where the radio is becoming the unique press media in the territory, due to the role it plays in the formation of knowledge, behavior change and articulation between characters. This research work has a descriptive feature, and it was carried out in the CMGI Municipal Radio Station "La Voz de Cabaiguán" with the main objective of designing a communication strategy focusing the local development for the treatment of the subject matter in the radio programming from the different resources that the mass media owns. It was worked with a sample composed of radio specialists, collaborators and listeners. In this research work were applied methods of the theoretical level and empirical techniques; such as: document review, participant observation, interviews and surveys, which supported on the data triangulation, allowed to make a diagnosis of the situation, showing as main results the lack of training of the professionals in this subject, planning, orientation and intentionality in their treatment. This showed the necessity of the intervention proposal to resolve the problem, which was evaluated using experts criteria, fulfilling the objective of this research work.

Keywords: local development, communication strategy, mass media, municipal broadcasting.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: REFERENTES TEÓRICOS ACERCA DE LA COMUNICACIÓN Y EL DESARROLLO LOCAL	10
1.1 Comunicación y desarrollo local: un acercamiento necesario.	10
1.1.1 La comunicación: aspectos esenciales.....	10
1.1.2 Conceptualizaciones sobre desarrollo local.....	14
1.1.3 La comunicación en función del desarrollo: una relación estrecha.....	17
1.2 Comunicación para el desarrollo.	19
1.2.1 Definiciones y enfoques de la comunicación para el desarrollo.....	20
1.2.2 Planificación estratégica de la comunicación con enfoque al desarrollo local. ...	23
1.2.3 Medios de comunicación masiva: actores claves del desarrollo local.....	26
1.3 Las emisoras municipales en función de la comunidad y su desarrollo.....	29
1.3.1 La radio y sus características.	29
1.3.2 Los recursos radiofónicos, el discurso periodístico y la propaganda: herramientas para comunicar el desarrollo local en la programación radial.	32
1.3.3 Caracterización de la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”.	36
1.4 Conclusiones parciales.....	38
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DEL TRATAMIENTO AL DESARROLLO LOCAL EN LA PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA RADIAL CABAIGUANENSE	40
2.1 Análisis individual por técnica aplicada.	40
2.1.1 Resultados de la revisión de documentos.	40
2.1.2 Resultados de la observación participante	45
2.1.3 Resultados de la entrevista estructurada a directivos y especialistas.....	49
2.1.4 Resultados de la entrevista semiestructurada a los artistas.	52
2.1.5 Resultados del trabajo grupal con periodistas.	54
2.1.6 Resultados del cuestionario a oyentes.	58
2.2 Análisis integral de los resultados.....	61
2.3 Conclusiones parciales.....	64
CAPÍTULO III: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN CON ENFOQUE AL DESARROLLO LOCAL. UNA PROPUESTA QUE CAMBIE LA REALIDAD	66

3.1 Propuesta de estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local. .66

3.2 Evaluación de la propuesta de estrategia mediante el criterio de expertos...85

3.3 Conclusiones parciales.....90

CONCLUSIONES91

RECOMENDACIONES.....92

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS93

ANEXOS.....103

INTRODUCCIÓN

El desarrollo local se vislumbra desde los últimos años como un proceso gestado en la propia localidad con el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos, y la participación activa y consciente de los principales actores del mismo, unido al actuar coherente de los decisores y el apoyo de factores externos.

En el escenario internacional este proceso es abordado desde distintas áreas del conocimiento, y se basa fundamentalmente en la creación de proyectos de iniciativa local con la participación activa de los beneficiarios. Los mismos abogan por el empoderamiento y la autonomía de los gobiernos a esa escala, el logro de la equidad y el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Cuba no escapa a esta realidad y en los tiempos que corren cuando actualiza su modelo económico y el desarrollo desde el ámbito local gana cada vez más fuerza; la comunicación social, y con énfasis la comunicación para el desarrollo, desempeña un papel esencial como proceso que orienta, implica decisores, forma capacidades y genera cambios y transformaciones en la sociedad.

“La máxima dirección política y gubernamental de Cuba ha proyectado su modelo de desarrollo hasta 2030 ¹, y si se estudian los documentos programáticos emitidos, puede advertirse que la información, la comunicación, las tecnologías y el acceso a *Internet*, atraviesan de manera transversal estas intenciones” (Garcés, 2017, citado en Labacena, 2017). Y es que el escenario actual del país muestra una transformación socioeconómica que exige una verdadera cultura de la información y la comunicación social para el desarrollo, de ahí la importancia de hacer llegar a la población de manera clara y concisa estas proyecciones, involucrarlos en el proceso, y hacerlos partícipes, protagonistas de su propio desarrollo.

Para lograr esta integración, el municipio, como “espacio donde transcurre el vínculo más importante y directo entre el pueblo y el gobierno, debe transitar hacia la descentralización y autogestión de su desarrollo” (Guzón, 2016). En este sentido es

¹ Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social hasta 2030: Propuesta de Visión de la Nación, Ejes y Sectores Estratégicos; aprobado en el VII Congreso del Partido Comunista de Cuba, del 16 al 19 de abril de 2016.

preciso contar además con gobiernos empoderados y con autonomía para decidir cómo solucionar las demandas de su población eliminando vulnerabilidades y desplegando potencialidades, y con la capacidad necesaria para gestionar el desarrollo de la localidad.

Según se establece en los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución aprobados en el VI Congreso del Partido Comunista de Cuba (PCC) en abril de 2011, la dirección política del país ha dado mayor importancia a la escala local, y se buscan “soluciones del desarrollo sostenible, a más largo plazo, que permitan una autosuficiencia, (...) un uso eficiente del potencial humano”, contribuyendo a la creación de nuevos productos y servicios a través del aprovechamiento de los recursos endógenos y exógenos, para mejorar la calidad de vida de la población local.

Aunque se han dado pasos importantes con este propósito, aún falta a nivel territorial mayor protagonismo en la planeación del proceso de desarrollo por parte de los gobiernos locales como principales gestores y decisores del mismo, y la participación de los actores en la implementación de la Estrategia de Desarrollo Local (EDL) y los programas no es permanente ni totalmente efectiva.

Para superar estas limitaciones, pudiera ahondarse en los beneficios de poner en práctica la comunicación para el desarrollo, la cual emerge con ímpetu a partir de la década de los noventa del pasado Siglo XX, e “insiste en la importancia de la participación en los procesos sociales y comunicativos para que el desarrollo sea verdaderamente transformador” (Marí, 2010). En esta línea se realizan en la etapa investigaciones que encuentran en la participación un elemento fundamental a tener en cuenta para movilizar el pensamiento y hacer partícipes a los pobladores de un proyecto gestado en el espacio local, que al final, aboga por el mejoramiento de sus condiciones de vida.

Y pese a que la comunicación social no puede verse únicamente como el trabajo que desarrollan los medios de comunicación y de manera especial los de carácter municipal (reflejo del entorno en que se desenvuelven), los mismos sí constituyen instituciones que generan criterios, moldean comportamientos, y que por su fácil

accesibilidad y acercamiento a la población influyen en la formación de conocimientos, opiniones, hábitos, y actitudes en torno a disímiles temáticas. Dentro de estas se inserta el desarrollo local, como referente que emerge con ímpetu en los últimos años y que pudiera constituir punto de mira en las agendas editoriales de los medios de prensa.

Los medios de comunicación y principalmente la radio (atendiendo a su amplio alcance, posibilidades de reiteración, entre otras bondades como la inmediatez, instantaneidad e interés público), constituyen un eslabón importante en el perfeccionamiento del modelo económico cubano, en el cual toman relevancia los procesos de desarrollo local como alternativas sustentables para el desarrollo socioeconómico de cada territorio. Es aquí, además, donde las emisoras municipales de radio, identificadas también como emisoras comunitarias, juegan un papel esencial atendiendo a sus contenidos, los cuales deben elaborarse con orientación hacia lo local para que con sus productos finales contribuyan a la consecución de tales propósitos.

El desarrollo local necesita de la colaboración de los medios para la superación de una de sus limitaciones, que es cómo se comunica este proceso para que no quede encerrado en el grupo de personas que lo hace, ya que el mismo se gesta desde la comunidad y para la comunidad, donde los comunicadores sociales (como sujetos involucrados en él), ofrecen al público la información que necesitan con el propósito de lograr que se sientan partícipes de los procesos que tienen lugar en su entorno.

En tal sentido, los medios de comunicación masiva y específicamente las emisoras municipales de radio, pueden constituir la vía idónea para difundir los procesos de desarrollo local y los proyectos que se implementan en el territorio, propiciar su seguimiento y lo que quizás sea lo más importante, favorecer el intercambio entre decisores, actores y ciudadanía a través de una misma forma de hacer y de decir en pos del bienestar del territorio y el mejoramiento de la calidad de vida de la población. Ello constituye, sin dudas, una manera fehaciente de hacer partícipe al oyente de su propio desarrollo, y convertirlo en protagonista.

En Cabaiguán, del 2014 a la fecha el proceso de desarrollo local ha tenido mayor visibilidad en la programación del medio de prensa local, debido a la implementación

de un proyecto liderado por el Gobierno Municipal y financiado por el Programa de Fortalecimiento de Capacidades para el Desarrollo Local (PRODEL) que se titula “El arte de comunicar la Estrategia de Desarrollo Local de Cabaiguán” (Ver Anexo #1). El mismo incluyó a la emisora como una de las instituciones implicadas en esta intención comunicativa, pero su alcance fue limitado dado por el corto tiempo de puesta en marcha y el reducido presupuesto para equipamiento y actividades de comunicación.

Sin embargo, el modo de actuación para abordar este tema en la programación del medio de prensa en cuestión cuya principal función es informar, no tiene una orientación definida desde los intereses de los decisores de las políticas editoriales, de ahí que diste también de ser un tema de la agenda pública. Ello sin dejar de mencionar la desmotivación de los realizadores para abordar la temática en sus productos radiales y comunicar con enfoque al desarrollo local, ya sea por una deficiente capacitación o por falta de orientación.

Según pudo apreciarse en el Informe del Balance de la Programación durante el 2015, en la Emisora Municipal CMGI² “La Voz de Cabaiguán” este proceder se lleva a cabo actualmente de una manera dispersa, no intencionada, y sin tener en cuenta las disposiciones que se establecen en la EDL del municipio, documento creado en el 2009 y que luego de varias actualizaciones en estos momentos cuenta con cinco líneas estratégicas, incluida entre estas la Gestión del conocimiento, una de las funciones inherentes a un medio de comunicación.

A pesar de que en Cabaiguán se realizan múltiples acciones incluidas en las proyecciones del proceso de desarrollo local que aquí se gesta, la comunicación del mismo desde la emisora municipal, único medio de prensa del territorio, no es lo totalmente efectiva, ni alcanza los niveles deseados.

¿A qué se debe este modo de actuación? ¿Cómo lograr una difusión eficaz del proceso de desarrollo local en la programación de la emisora cabaiguanense, cuya principal función es informar y educar a la audiencia? Son pretensiones de la investigación responder estas interrogantes que surgen al analizar los antecedentes

² Estas siglas son asignadas por el Comité Ejecutivo de Ondas de Radio a nivel internacional de la cual Cuba es miembro. La C corresponde a Cuba, la M significa onda media, la G es la letra que se le otorgó a Sancti Spíritus y la I con la cual se identifica la emisora de Cabaiguán.

de la situación problemática: la emisora cabaiguanense carece de una estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local para encauzar el tratamiento al tema en su programación diaria, habitual; propósito para el que pudieran utilizarse los diversos recursos radiofónicos, el discurso periodístico a través de los distintos trabajos de género y los propios programas, incluida aquí la propaganda.

Y así sucede en otros medios de prensa del país, según pudo constatar en el Taller de Comunicación y Desarrollo Local convocado por el Instituto Internacional de Periodismo José Martí que se efectuó en La Habana del 27 al 29 de enero del año 2016, en el cual esta investigadora tuvo la oportunidad de participar.

Al mismo acudieron representantes de 38 medios de comunicación del territorio nacional de distintos alcances, pero con mayor participación para los municipales con más de una veintena (dado que es en lo local donde se da este proceso), y todos presentan similar situación, además de que dicha carencia también fuera expuesta por los organizadores del evento como una generalidad en Cuba. Los debates acaecidos en este intercambio académico dejaron a las claras la necesidad de comenzar a pensar en un periodismo y una comunicación con enfoque al desarrollo local.

Así, teniendo en cuenta las razones anteriormente expuestas, para la presente investigación se plantea el siguiente **problema científico**:

¿Cómo fortalecer la comunicación con enfoque al desarrollo local en la programación de la emisora radial de Cabaiguán?

Objeto de estudio: La comunicación social para el desarrollo local.

Campo de acción: La comunicación con enfoque al desarrollo local en la programación de las emisoras de radio municipales.

Así mismo, se trazó como **objetivo general**:

Desarrollar una estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local que permita fortalecer el tratamiento de este proceso en la programación de la emisora radial de Cabaiguán.

En tanto, como **objetivos específicos** se formulan los siguientes:

1. Determinar los fundamentos teóricos que sustentan la investigación en cuanto a la comunicación con enfoque al desarrollo local en la programación de emisoras municipales.
2. Describir el tratamiento que recibe el desarrollo local en la programación habitual de la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”.
3. Diseñar una estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local que permita fortalecer el tratamiento de este proceso en la programación de la emisora cabaiguanense.
4. Evaluar mediante criterio de expertos la estrategia diseñada.

Hipótesis: Una estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local fortalece el tratamiento de este proceso en la programación de la emisora cabaiguanense.

En el presente estudio se asumen como **variables**: estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local y programación de la emisora radial. La variable independiente es la estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local, que incide sobre la variable dependiente, o sea la programación de la emisora radial. La investigación se desarrolla en la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán” en el período comprendido entre enero de 2016 y mayo de 2017, aunque el trabajo de campo se dividió en distintos momentos en dependencia de la técnica empírica a aplicar.

Atendiendo a los objetivos trazados, es preciso dividir a la **población** objeto de estudio en dos grupos: el primero integrado por realizadores y directivos del medio de prensa (se incluyen director, subdirectores de departamentos, especialistas de medios, asesores, directores de programas, locutores, realizadores de sonidos y periodistas) y el segundo conformado por oyentes de la emisora.

Para la selección de la **muestra** en el primer grupo se aplicó un muestreo no probabilístico intencional, o sea, selección de casos típicos a juicio de la investigadora (directivos, especialistas, realizadores radiales: artistas y periodistas), y atendiendo al número reducido de estos (17) se decidió trabajar con la totalidad de los sujetos que

conforman esta población, pero dos de ellos no desearon participar en la investigación, por lo que finalmente se trabajó con 15 sujetos.

Mientras que para el segundo grupo se aplicó un muestreo probabilístico, y aunque todos tenían la misma probabilidad de ser escogidos, se establecieron criterios de inclusión a juicio de la investigadora para seleccionar el tamaño de la muestra: estar inscrito en el Registro de Audiencia de la Emisora, residir en los Consejos Populares urbanos, escuchar frecuentemente la programación de la radio local, y tener voluntad de colaborar con la investigación. Luego de analizar los sujetos, quienes no cumplieron los requisitos quedaron excluidos, y finalmente se decidió trabajar con una muestra integrada por 40 sujetos.

La presente investigación es un estudio no experimental, transeccional o transversal de tipo descriptivo, pues este **diseño de investigación** responde a los objetivos trazados ya que se pretende observar los fenómenos en un momento único en el tiempo, medir el comportamiento de las variables sin manipularlas deliberadamente y reportar dichas mediciones. El estudio como investigación social tiene carácter **descriptivo**, ya que esta tipología persigue como propósito caracterizar un determinado fenómeno, sus propiedades, rasgos y tendencias, sin la necesidad de llegar a establecer correlaciones entre las variables de estudio (Alonso & Saladrigas, 2002, p.12).

La metodología general empleada es la dialéctica materialista que permite realizar una observación de los fenómenos, luego analizarlos y asumir una postura al respecto. Los métodos del nivel teórico que se utilizaron (fundamentalmente el analítico-sintético, hipotético-deductivo, el análisis histórico-lógico y el sistemático-estructural) se integraron en el proceso de investigación en función de lograr los objetivos trazados; y del estadístico matemático se empleó el cálculo porcentual. Los mismos favorecieron la sistematización de la información teórica, el procesamiento e interpretación de la información obtenida con la triangulación de datos correspondiente, el análisis de los fenómenos de lo general a lo particular, y la exposición de conclusiones.

Entre las **técnicas empíricas** utilizadas para la obtención de los datos se encuentran: la revisión de documentos, la observación participante, entrevista estructurada a directivos y especialistas, entrevista semiestructurada a los artistas, trabajo grupal con periodistas y cuestionario a los oyentes. Es preciso agregar aquí que, en determinado momento de la investigación, se acude al criterio de expertos mediante el método Delphy, para evaluar la propuesta de estrategia diseñada.

La **novedad científica** de la investigación consiste en la propuesta de estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local. La misma constituye la primera herramienta de este tipo en el país diseñada para emisoras de alcance local, una propuesta científica donde se incluyen procedimientos para mejorar el trabajo que en la actualidad se lleva a cabo con este fin. Asimismo, se exponen y contextualizan referencias teóricas de diversos autores sobre comunicación y desarrollo local, lo que permite analizar el tema de estudio desde una perspectiva holística. Se pretende además sentar las bases y contribuir a la realización de investigaciones futuras, atendiendo a la inexistencia de trabajos de este tipo en el ámbito local enmarcados en medios de prensa.

Posee además **relevancia social** pues con ella se benefician los realizadores radiales de dicho medio de prensa quienes amplían el espectro de los contenidos a emitir en sus espacios, además de que contribuye a elevar los conocimientos de la audiencia de la emisora. La estrategia diseñada, con los ajustes pertinentes puede ser evaluada para su ejecución en otras emisoras municipales de Sancti Spíritus y del país, siempre respetando las características del entorno; y precisamente en ello está el valor metodológico del presente estudio.

El **valor práctico** radica en el diagnóstico realizado el cual evidencia las deficiencias en la comunicación con enfoque al desarrollo local en la programación de la emisora. La investigación es viable pues se cuenta con los recursos necesarios para su desarrollo.

La memoria escrita de la investigación se **estructura** de la siguiente forma: introducción, capítulo I (presenta los principales fundamentos teóricos que sustentan la investigación), capítulo II (incluye el análisis de los resultados obtenidos en cada

técnica de recolección de información aplicada y de manera integral), y capítulo III (contiene la propuesta de estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local para la emisora cabaiguanense, con su evaluación por criterio de expertos). Además, se exponen conclusiones, recomendaciones, las referencias bibliográficas y los anexos pertinentes.

CAPÍTULO I: REFERENTES TEÓRICOS ACERCA DE LA COMUNICACIÓN Y EL DESARROLLO LOCAL

Los medios de comunicación masiva, y especialmente la radio atendiendo al amplio alcance, sobre todo aquellas ubicadas en el entorno local como las emisoras municipales, juegan un papel esencial poniendo a disposición de la audiencia la información adecuada y actualizada sobre el proceso de desarrollo local, movilizándolo el pensamiento, y generando en los oyentes cambios de comportamiento en función de las problemáticas sociales que presenta el entorno en que se desenvuelven. Con el propósito de lograr una mayor comprensión del tema a estudiar, en este capítulo se exponen los principales referentes teóricos acerca de la comunicación y el desarrollo local que sustentan la investigación, aportados por diversos autores, y analizados desde la perspectiva de la investigadora.

1.1 Comunicación y desarrollo local: un acercamiento necesario.

La comunicación es, antes que todo, una relación de diálogo e interlocución entre personas, y de estas con las personas e instituciones que integran el entorno que les rodea. A través de procesos comunicativos “se ponen en común imágenes, percepciones, dudas, ideas y propuestas, posibilitando dialogar a partir de ellas. Y la comunicación, vista desde su actuación en el contexto del desarrollo, es una apuesta por la vinculación entre los actores del proceso y un compromiso a favor de la construcción de sentido del bien común” (ConectaDEL, 2013).

Este proceso va de la mano con el desarrollo local, se muestra transversal en el mismo, y tiene ahí una amplia incidencia en la consecución de los objetivos que persigue, pero para lograr una comunicación con este enfoque es preciso conocer más sobre ambos conceptos, como punto de partida para establecer también la influencia y participación de los procesos comunicativos en el desarrollo local.

1.1.1 La comunicación: aspectos esenciales.

Como se ha dicho con anterioridad, la comunicación es imprescindible en el proceso de construcción, exigencia y enseñanza-aprendizaje de la realidad, tanto así que

podría decirse que la comunicación se “imbrica esencialmente con la cultura y es mediante ella que se conforman los procesos colectivos de construcción de significados, (...) la interpretación de símbolos que se construyen en la comunicación con otros” (Marañón, Bauzá & Bello, 2006).

Por tanto, es conveniente analizar algunos elementos en torno al concepto de comunicación, pues usualmente se pueden encontrar diferentes significados de este término. Etimológicamente “comunicación se deriva de la raíz latina *comunis*: poner en común algo con otro. Es la misma raíz de comunidad, de comunión, expresa algo que se comparte, que se tiene o se vive en comunión” (Saladrigas & Gómez, 2002, p. 8).

Para Costa (1995) comunicar es, en el sentido primero del término, “transferir significados de un polo emisor a un polo receptor”, los cuales cambian roles alternativamente. Esto supone intercambiar información, mensajes, ideas y experiencias con la finalidad de compartir.

Fernández (1997) señala que “los componentes del acto comunicativo son: la fuente, el mensaje, el canal, el receptor, los efectos y la retroalimentación, los cuales constituyen un punto de partida muy útil para comprender el proceso de comunicación”. (p. 20)

En sentido general, la comunicación se describe históricamente como un proceso a través del cual se transmite información de una persona a otra, e influye de manera determinante en el comportamiento de las personas, dado que cualquier tipo de comunicación lleva intencionalidad implícita, consciente o inconsciente (Córdova, Font, Gudiño, Hernández & Sánchez, 1998).

La definición de comunicación puede verse desde dos aristas fundamentales: comunicar como transmitir (proceso vertical, unidireccional, que tiende al control, a la dominación) y comunicar como compartir (proceso horizontal, bi o multidireccional, participativo e interaccional). En este sentido, “transmitir y compartir se sitúan en polos opuestos en una posible acción de comunicar” (Vidal, 2006, p. 12): transmitir significa la admisión de que algún conocimiento que posee una persona puede pasarse a

otras, mientras que compartir se traduce como encuentro, participación, elaboración conjunta del conocimiento.

Ante esta situación, se asume la propuesta que defienden teóricos e investigadores latinoamericanos quienes sostienen que “la verdadera comunicación no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres (...) que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos. Es a través de ese proceso de intercambio cómo los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social” (Saladrigas & Gómez, 2002, p. 8).

Asimismo, se pueden encontrar varios enfoques o escuelas teóricas con marcadas diferencias sobre concepciones y modos de organizar los procesos comunicativos: el enfoque mecánico (prioriza las redes formales de comunicación sin un enfoque sinérgico), la escuela psicológica (ubica el foco de atención en el receptor y en los entornos informacionales), la perspectiva sistémica (se concentra en las categorías, formas y modelos secuenciales de comportamientos comunicacionales, contemplando lo mecánico y psicológico) y la escuela simbólico-interpretativa.

En la presente investigación se asume el enfoque simbólico-interpretativo sin abandonar las ventajas del enfoque sistémico, debido a que ve la comunicación como un “conjunto de procesos de construcción de significados compartidos (...), le asigna roles igualmente importantes e intercambiables a emisores y receptores, y valora altamente el papel activo de estos últimos relacionando su capacidad de recepción con el contexto socio histórico, político, cultural y económico en que está insertado y el lugar que ocupa en la sociedad” (Trelles, 2004, p. 11).

Si de modelos de comunicación se trata es preciso tener en cuenta los criterios de Kaplún (2002), quien reconoce tres esencialmente:

- Comunicación que pone énfasis en la transmisión de información: Se trata de los modelos más básicos y ampliamente conocidos que identifican a los elementos esenciales del acto comunicativo (el emisor, el mensaje y el receptor).

- Comunicación que pone énfasis en los efectos: Se asocia a la comunicación persuasiva e incorpora la retroalimentación (*feedback*) como reacción del receptor ante el mensaje del emisor.
- Comunicación que pone énfasis en los procesos intersubjetivos: Las teorías de la comunicación han transitado por diferentes trayectorias, pero surgen modelos que añaden aspectos del intercambio y la relación social que subyacen en el acto comunicativo.

Sin embargo, Spinelli (2004) agrega a las teorías de Kaplún (2002) un nuevo modelo:

- Comunicación que pone el énfasis en los procesos culturales: Propone reconocer a la cultura como el espacio donde se configura la identidad, obliga a reconocer a la comunicación desde una mirada diferente que implica recuperar el contexto desde el cual los sujetos le dan sentido a sus prácticas (citados en ConectaDEL, 2013, p. 7-8).

En síntesis, estos modelos de comunicación, cada uno con sus ventajas y limitaciones, pueden contribuir a la construcción de interpretaciones de la realidad y aportar al desarrollo desde la facilitación de procesos de formación y el fortalecimiento de las capacidades locales ligadas al ejercicio del diálogo territorial como expresión cultural y de la identidad.

Según Castañeda (2005) algunos teóricos crearon propuestas que dieran mayor contenido a la comunicación, ubicándola en los procesos culturales, sociales y políticos, recuperando su sentido educativo-participativo, replanteando el papel de los medios masivos en la sociedad, apostando a una comunicación ciudadana vinculada a gestar procesos de desarrollo que se articulen a la vida cotidiana de la gente; de ahí los cambios en los modelos de comunicación (Ver Anexo #2a).

Concretando las ideas anteriores en busca de un concepto, se entiende la comunicación como el conjunto de acciones planificadas y medibles que propicia un diálogo abierto entre personas e instituciones para involucrarlos y comprometerlos en la participación hacia el logro de los objetivos que persigue, empleando medios, canales y espacios disponibles o creados con este fin. Es entonces la comunicación

un proceso esencial en la articulación de actores, una de las premisas básicas para lograr el desarrollo local.

1.1.2 Conceptualizaciones sobre desarrollo local.

El modelo de desarrollo predominante durante los años de postguerra, que tenía como eje principal promover y atraer la inversión exógena, dejó de ser operativo a partir de la crisis económica de los años 70, que “puso de manifiesto sus limitaciones para dar una respuesta eficaz a los problemas de empleo y desarrollo no solo en sus aspectos cuantitativos, sino, más aún, desde una perspectiva de progreso” (Cabrerero, 1992, citado en Díaz, 2015).

De acuerdo con Rodríguez & Virizuela (1988), esta realidad condujo a un cambio de actitud y a la irrupción de una nueva política de desarrollo que otorgaba valor al potencial endógeno y resaltaba el papel del territorio donde “bien utilizados, los recursos locales podrían ser un instrumento importante para un desarrollo igual y sostenido de las comunidades regionales”, en lo que se denomina desarrollo endógeno. (p.103)

Pero no fue hasta los años 80 que los procesos de descentralización y la escala local adquirieron más importancia y el desarrollo endógeno se fue transformando en una estrategia activa de desarrollo local a medida que los gobiernos municipales, democráticamente elegidos, fueron incorporando a sus funciones el diseño y ejecución de políticas a largo plazo para resolver los problemas locales y enfrentar los cambios producidos en el contexto económico mundial.

Según refiere Vázquez (1988), “las medidas a adoptar a partir de esta nueva concepción del desarrollo que valoriza lo local tienen su punto principal de referencia en el territorio, en el potencial endógeno, en la cercanía a los problemas y a quienes los sufren, y en la movilización, la cooperación y la solidaridad. El desarrollo endógeno se convierte de este modo en uno de los factores que definen el desarrollo local”. (p.78)

El propio autor señala que el desarrollo con un enfoque local “abarca una política global que incluye aspectos de descentralización administrativa, organización de la población, ordenamiento del territorio y dotación de infraestructuras y servicios, etc.” (Vázquez, 2007, pp. 183-210). Esta corriente de pensamiento surgida a raíz del concepto de desarrollo endógeno, se considera una perspectiva bastante abarcadora pues incluye varios elementos esenciales del proceso como la transferencia de poder, la organización de los actores y el uso eficiente y sostenible de los recursos.

Por su parte, García et al. (2006) refiere que el desarrollo local “se orienta a desarrollar la capacidad de autogestión del proceso de transformaciones de cada territorio, partiendo del criterio de que los factores principales del desarrollo están en el propio lugar; son la infraestructura física, la dotación de recursos humanos y las estructuras sociales e institucionales locales y que de lo que se trata ahora, es de determinar el papel que le correspondería desempeñar a los agentes internos y externos para hacer «despegar» al territorio”. (p.187)

Al analizar las definiciones sobre la temática de diversos autores (Enríquez, 2001; Padillas, 2006; Vázquez Barquero, 2007; Albuquerque, 2011; Gallicchio, 2011; Camilleri & Zurita, 2011) que fueron sintetizados por Díaz (2015), sobresalen elementos comunes que caracterizan el proceso, los cuales se exponen a continuación:

- Su enfoque espacial: dado que las acciones se realizan en un espacio geográfico determinado y delimitado.
- Su dimensión institucional: porque el proceso es dirigido desde estructuras y entidades gubernamentales, quienes se encargan de coordinar los esfuerzos del resto de los actores implicados.
- Su dimensión cooperativa: pues considera el apoyo e implicación de múltiples organizaciones económicas, sociales y políticas y por supuesto de la ciudadanía del territorio.

- Su dimensión económica: por el carácter rentable, eficiente y sostenible que posee el proceso, si las organizaciones y personas involucradas siguen la planificación previa.
- Su dimensión social: pues se enfoca en satisfacer las necesidades o resolver los problemas del conjunto de personas que forman parte del territorio, mediante su participación plural e inclusiva.
- Su dimensión medioambiental: que debe considerar acciones para la protección sostenible del medio natural y construido.

Los elementos mostrados con anterioridad incluyen la esencia misma del desarrollo local como proceso que se gesta hacia el interior de un espacio físico determinado, que incluye la articulación de actores, la participación consciente de la población, el uso eficiente y sostenible de los recursos y la satisfacción de necesidades de los pobladores en aras de mejorar su calidad de vida.

No solo la comunicación ha evolucionado con el paso de los años en cuanto a su proyección y alcance, sino que también el concepto de desarrollo local ha experimentado cambios con el paso del tiempo (Ver Anexo #2b).

Luego de estudiar varios referentes teóricos acerca del desarrollo local se asume como definición del mismo la propuesta de González & Díaz (2015):

un proceso sistémico, integral e integrado, donde los factores y los recursos humanos y materiales de la comunidad se organizan y coordinan a través de estructuras gubernamentales, y mediante una estrategia de desarrollo redimensionan los resultados y explotan el potencial de un territorio determinado. Considera obligatoriamente la participación de los miembros y factores del territorio, y se apoya en el diálogo plural e inclusivo. Su objetivo en cualquier caso será tributar al aumento de la calidad de vida de sus ciudadanos e integrarse a las estrategias y objetivos de macrosectores socioeconómicos y supraestructuras gubernamentales y políticas. (p. 6)

El desarrollo local es finalmente un proceso complejo, y necesariamente intencionado y coordinado; que demanda de la integración, y la articulación de los diversos actores en el ámbito local y un actuar descentralizado logrado desde el liderazgo de las estructuras de gobierno. Este proceso busca la equidad social y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población, con el aprovechamiento de los recursos endógenos de manera sostenible, o sea, sin comprometer su disfrute por generaciones futuras, y con la participación ciudadana. Es precisamente este uno de los aspectos en el cual la comunicación gana espacio dentro del proceso de desarrollo local.

1.1.3 La comunicación en función del desarrollo: una relación estrecha.

Como una de las vías para lograr las finalidades del desarrollo local aparece la comunicación que en este contexto Boerger (2010) la define como un “recurso estratégico en apoyo a los modos de vida sostenibles, potenciando el acceso a la información y el conocimiento, fortaleciendo la participación y facilitando herramientas para dirigir procesos de cambio”. Y es que la comunicación vista desde su relación con procesos educativos y participativos puede ayudar a frenar la pobreza, a establecer la equidad entre las personas, a lograr la movilización del pensamiento en función del cambio, a articular procesos y establecer relaciones positivas en aras de solucionar una problemática.

Por eso en los últimos años se ha intencionado la voluntad de poner “la comunicación al servicio del desarrollo” (Beltrán, 1993, citado en Nápoles, Portal & Del Pino, 2012). Y es que desde que se habló por vez primera de desarrollo, la comunicación ha sido un tema recurrente. De acuerdo con Rosello (2008), “para algunos la necesidad de establecer nexos entre ambos términos, llegó a través de experiencias de desarrollo en las que los recursos comunicativos se convirtieron en una urgencia, otros partieron de reflexiones conceptuales, de las relaciones entre teoría y práctica, quizás hasta hubo un poco de intuición. De uno u otro modo, la comunicación, como un derecho humano universal y fundamental ha sentado sus bases en la praxis cuando se ha tratado de proyectos de desarrollo”.

La propia autora sugiere que las miradas en cuestiones comunicativas se han enfocado de disímiles maneras, aunque en muchos casos hay un patrón común: el intento de informar sobre las vías posibles para alcanzar el desarrollo, el cambio social, abordar las ventajas de esas propuestas, incentivar las iniciativas fundamentalmente locales y sugerir que la población ofrezca su apoyo, que se sensibilice con esta aspiración (Rosello, 2008).

Según Alfaro (1993), la comunicación en el desarrollo a nivel local debe pasar como proceso por varias etapas: posicionar al desarrollo como el primer tema en las agendas de los actores locales; identificar las condiciones básicas de desarrollo en términos de servicio y la satisfacción de las necesidades básicas; y la implementación de propuestas específicas que permitan la planificación y el despliegue de diálogos entre la comunidad. (p. 6)

Tomando como referencia las definiciones expuestas anteriormente, es indudable el papel que juega la comunicación en el desarrollo local a través de los distintos canales y desde sus diversas manifestaciones. Tanto en la comunicación verbal como no verbal, a través de la comunicación masiva mediante el intercambio en espacios de comunicación o el accionar de los medios, desde el punto de vista formal o informal.

Para esclarecer aún más el planteamiento anterior, es preciso partir de entender que la relación entre comunicación y desarrollo ha variado, pues antes la comunicación se entendía en este ámbito como el “medio o instrumento para difundir los proyectos de promoción del desarrollo”. Ahora, en cambio, es una “dimensión constitutiva del desarrollo y una condición básica para lograrlo” (Acurio, 2001).

Tal cual expone Acurio (2001), “la comunicación permite impulsar el desarrollo social, cultural, económico y político, mejorando y fortaleciendo las relaciones entre autoridades y ciudadanos, entre los diversos actores, organizaciones e instituciones locales. Y que este sea un desarrollo duradero y sostenido al lograr la participación activa de la población en la planificación y gestión, fomentando la integración y articulación con procesos de desarrollo nacionales y globales”; de ahí la idea de “pensar localmente y actuar globalmente” que cobra vigencia en la actualidad.

Y es que a través de ella se eleva el conocimiento, y la ciudadanía puede involucrarse, participar, tomar decisiones, porque “en la era de la globalización, la comunicación deja de ser una herramienta para convertirse simultáneamente en una condición previa y un objetivo del desarrollo que se quiere lograr”. (p. 5)

Asimismo, la comunicación facilitará la visibilidad de la gestión local, provee al municipio de información y oportunidades para cooperar con estructuras de desarrollo local, integrarse a planes, programas, líneas y/o proyectos nacionales/regionales que aumenten o redimensionen la eficacia y eficiencia en la explotación sostenible de sus recursos humanos, naturales y sus capacidades instaladas de producción y/o servicios (González & Díaz, 2015, p. 11).

Dada la importancia de abordar la comunicación con enfoque al desarrollo local en correspondencia con los intereses de la investigación, se asume como definición de este término un “proceso social basado en el uso sistemático y participativo de métodos e instrumentos de comunicación para facilitar el entendimiento y lograr consenso hacia una acción común para el desarrollo y el cambio social” (Boerger, 2010). El mismo se considera práctico, abarcador, a la vez que sintetiza la labor de la comunicación orientada al desarrollo local.

1.2 Comunicación para el desarrollo.

A través de la historia la idea del desarrollo ha tenido grandes transformaciones, y así también lo ha hecho la comunicación. Como se explica en el epígrafe anterior, se han dado cambios en la conceptualización, de funciones y objetivos, y se han dado pasos proponiendo nuevas tendencias acerca de los aportes que puede dar la comunicación en este ámbito.

La imbricación entre ambos términos conduce al abordaje del proceso con este enfoque, el cual se afronta desde el área de la comunicación para el desarrollo.

1.2.1 Definiciones y enfoques de la comunicación para el desarrollo.

La comunicación para el desarrollo, es un campo de actuación de la Comunicación Social como disciplina. La idea de la comunicación para el desarrollo se desprende a mediados del Siglo XX del ejercicio tradicional de las ramas de la comunicación (producción en medios, periodismo, publicidad, relaciones públicas, propaganda, *marketing*, etc.), en gran medida, bajo la idea de la capacidad de influencia que ejercían los medios de comunicación masiva en sus audiencias.

El interés por obtener mejores resultados en la aplicación de programas de ayuda al desarrollo, principalmente en áreas rurales, empobrecidas o del llamado Tercer Mundo, llevó a que se hiciera popular el uso de herramientas de la comunicación en el contexto de programas de desarrollo en los años 70's.

A partir de ese momento se promovió el uso de la comunicación como mecanismo para la adecuación de proyectos a los contextos locales, la emisión de materiales de información y capacitación a través de los medios tradicionales, con el objetivo de educar y generar cambios en la conducta individual de los destinatarios, que se esperaba provocasen transformaciones en la sociedad (ConectaDEL, 2013).

Son varios los autores que se han dedicado al estudio de esta esfera, dadas sus bondades en la puesta en marcha de procesos que requieran de la participación ciudadana y la movilización de recursos para la consecución de sus objetivos.

Para Sierra (2006), “la comunicación para el desarrollo es la investigación aplicada que tiene por fin el estudio, análisis y planeación de las políticas y modelos de comunicación para el cambio social, mediante la integración de los sistemas de información y comunicación públicos, así como los recursos tecnológicos y las culturas populares, en la acción y gestión comunitaria local, socializando los recursos de expresión e identificación grupales y colectivos entre las redes sociales”. (p. 27)

La consolidación de la comunicación para el desarrollo comenzó a entenderse no sólo como un instrumento para la efectividad de la ayuda al desarrollo; sino como un proceso necesario.

En este sentido, los procesos comunicacionales que responden a esta rama de la comunicación, se acercan a temáticas propias del desarrollo como son: superación de la pobreza, cultura democrática, participación ciudadana y democratización de los medios, por mencionar solo algunas.

De ello da fe la definición sobre el tema que se asume en la investigación, y que fuera propuesta por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés): “la comunicación para el desarrollo consiste en el diseño y uso sistemático de actividades que promueven la participación, los enfoques comunicacionales, los métodos y medios para compartir información y conocimiento entre los actores de los procesos de desarrollo, para asegurar el entendimiento mutuo y el consenso que lleva a la acción” (FAO, 2004, citado en ConectaDEL, 2013).

Según estudio realizado en el 2011 por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), son cuatro los enfoques más comunes de la comunicación para el desarrollo (Ver Anexo #3).

En aras de argumentar los enfoques de la comunicación para el desarrollo propuestos por PNUD, se resumen a continuación las principales características que los identifican.

- Comunicación para el cambio de comportamiento: Proceso interactivo para desarrollar mensajes a través de una mezcla de canales de comunicación con el objetivo de fomentar y preservar comportamientos positivos y adecuados. Este es muy conocido pero criticado, pues ve la comunicación desde una orientación lineal, sin propiciar espacios de diálogo y defiende la postura de que el cambio social se incentiva a través de cambios individuales.
- Comunicación para el cambio social: Destaca el diálogo como idea fundamental para el desarrollo y la necesidad de facilitar la participación y el empoderamiento de las personas. Utiliza enfoques participativos, subraya la importancia de la comunicación horizontal, el papel de las personas como agentes del cambio y supone que la comunicación para el cambio social se centra en los procesos de diálogo.

- Comunicación para la incidencia: Implica acciones organizadas para influencias en el clima político, las decisiones y percepciones públicas. Busca el cambio en la gobernabilidad, las relaciones sociales y de poder, las actitudes y el funcionamiento institucional.

- Fortalecimiento de un entorno propicio para los medios y las mediaciones: Pone de relieve la necesidad de reforzar las capacidades de comunicación incluida la infraestructura profesional e institucional para propiciar medios al servicio del interés público, amplio acceso a medios y canales de comunicación, entorno que apueste por la equidad y justicia social, libertad de manifestar sus ideas y participar en la toma de decisiones y la solución de los problemas (ConectaDEL, 2013).

Al analizar los cuatro enfoques que propone el PNUD, y con la finalidad de con estos referentes teóricos sustentar la investigación, se consideran adecuados para la presente investigación, el segundo y el cuarto, ya que se busca lograr el cambio social a partir de la acción planificada de los medios de comunicación en función del desarrollo local.

Desde la perspectiva de la comunicación para el desarrollo, el conocimiento teórico-metodológico y la evaluación práctica de este campo científico de la comunicación comprende:

- Las políticas de comunicación y su impacto en los procesos de integración y desarrollo sociocultural.
- Las formas de vertebración solidaria y equilibrada de la cultura local a través de los medios y mediaciones informativas.
- La participación y democracia cultural en la construcción de la ciudadanía.
- La planificación de redes sociales y de comunicación participativa para el desarrollo endógeno.
- La comunicación alternativa y la organización de medios comunitarios para la movilización y apropiación colectiva del hábitat social.

- La comunicación y educación popular.
- La apropiación de las tecnologías y medios convencionales de comunicación por los movimientos sociales.
- La planificación estratégica de la comunicación para el cambio social (Marí, 2010).

Es en este último aspecto donde reside la propuesta final de la investigación, de ahí que se precise conocer con mayor profundidad cómo planificar estratégicamente la comunicación. Ello incide en el logro de la aprehensión de los conocimientos y el cambio social en cuanto a la implicación y participación consciente de la población en el desarrollo local.

1.2.2 Planificación estratégica de la comunicación con enfoque al desarrollo local.

En el contexto cubano a menudo se ponen en práctica acciones de comunicación sin realizar con anterioridad un estudio diagnóstico de la situación problemática, lo que trae consigo que, aunque algunas veces funcione, generalmente se derrochen los recursos y no se alcance el éxito deseado.

Es por ello que la planificación de la comunicación constituye “una herramienta eficaz para armonizar propósitos que se apoyen en objetivos políticos y sociales de transformación, tomando en cuenta todos los elementos del escenario en el que los mismos deben concretarse, y desarrollando la manera de implementarlos de forma eficaz para generar alternativas positivas” (Uranga, 2001, citado en Martín, 2007).

Según Trelles (2004), para una adecuada planificación de la comunicación resulta imprescindible la realización de un diagnóstico. Planificar implica “organizar los pasos y los medios, partiendo de un diagnóstico de la realidad, de las situaciones que la conforman, buscando respuestas a los problemas y generando alternativas” (Uranga & Bruno, 2001, citado en Martín, 2007). En tanto, pudiera decirse que la planificación comienza con el diagnóstico de la problemática, continua con el diseño de las acciones y culmina con su ejecución, evaluación y control.

La planificación de la comunicación consiste en ordenar el conjunto de acciones comunicativas que se deben desarrollar para alcanzar los objetivos propuestos, y resolver los problemas que han sido identificados previamente en un estudio diagnóstico. “Es el desarrollo de planes operativos de trabajo, parte importante de la planeación estratégica, pero no son lo mismo. La planeación estratégica se encarga de diseñar el escenario futuro, así como el rumbo y las acciones que permitan lograrlo, mientras que la planificación aterriza el escenario futuro diseñado por la planeación” (Núñez & Antillón, 1995).

Según Cubías (2006), la planificación puede ser de dos tipos: estratégica y operativa. La planificación estratégica es a largo plazo, define los objetivos y estrategias que se realizarán en el futuro, teniendo en cuenta que los cambios que se ejecuten pueden afectarle positiva o negativamente. Por su parte la operativa puede ser a mediano o corto plazo, para varios objetivos o para una sola actividad, estableciendo claramente lo que se va a hacer, el orden en que se hará, las responsabilidades que tendrá cada persona, el tiempo en que se debe cumplir y los recursos que se necesitan. Es preciso aclarar que de una buena planificación dependerá el logro de los objetivos propuestos.

A tenor de los propósitos de la investigación es preciso profundizar más en cuanto a la planificación estratégica de la comunicación como vertiente de este proceso que será utilizada.

La palabra estrategia proviene del vocablo griego *stratos* que significa ejército y *agein* que es conductor o guía. Sus orígenes del campo militar la definen como un conjunto de acciones planificadas de forma sistemática en el tiempo, que tienen como propósito alcanzar un fin o misión (Shocron, 1999, p.102). Esta definición ha trascendido a otras esferas de la sociedad, incorporándose en el mundo empresarial, del *marketing*, el deporte, la educación y la comunicación.

Arellano (1998) hace alusión al carácter planificado y programado de las acciones de una estrategia, cuando plantea: “la estrategia de comunicación es una serie de acciones, programadas y planificadas, que se implementan a partir de ciertos

intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos”.

Además de una buena planificación y el correcto planteamiento de los objetivos, una estrategia debe estar compuesta por dos lógicas, la informativa y la comunicativa (Arellano, 1998). La lógica informativa en una estrategia es la divulgación de los sucesos y datos mediante los mensajes que son difundidos por los medios de comunicación y demás acciones de la estrategia. Por otra parte, la función comunicativa se ubica en la intención de compartir y hacer común esta información, con la finalidad de generar una misma visión o modelo de acción, entre los actores implicados en el proceso de comunicación.

Otra definición encontrada en la literatura sentencia que se trata de “una serie sistemática y bien planificada de acciones que combinan diferentes métodos, técnicas y herramientas, para lograr un cambio concreto u objetivo, utilizando los recursos disponibles, en un tiempo determinado (FAO, 2004, citado en ConectaDEL, 2013).

Sin embargo, es preciso destacar que, sin un diagnóstico previo, no surtiría efecto la estrategia, de ahí que se introdujera la realización del diagnóstico como elemento esencial a tener en cuenta, tal cual refiere Monerris (2006): “La estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles”. (p. 2)

Agrega que sobre la base del diagnóstico es que se planifican las acciones, se toman las decisiones con respecto al objetivo final de una estrategia y se determina el contenido del mensaje, sus soportes y tiempo de difusión.

Para establecer finalmente los elementos esenciales a tener en cuenta en la realización de una estrategia de comunicación, en la presente investigación se emplean los criterios aportados por autores cubanos, como es el caso de Miranda (2005): “la estrategia de comunicación es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin que asegura una decisión óptima en cada momento y tiene como objetivo incrementar los niveles de efectividad e impacto a

nivel del comportamiento individual, el cambio social y organizacional. Es una perspectiva integral, guiada por una visión a largo plazo donde sus objetivos son verificables (citado en Díaz, 2015).

Por su parte Díaz-Guzmán (2010) considera que: “la estrategia de comunicación consiste en una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de las necesidades e intereses de la comunicación, que supone la definición de públicos meta, objetivos y ejes (...) conceptuales, los cuales precisan la definición de medios y acciones para aplicarse en un entorno determinado, así como los recursos materiales, técnicos y humanos disponibles por parte de la organización correspondiente” (citado en Díaz, 2015, p. 23).

Los autores citados con anterioridad han referenciado y aportado los principales pasos a seguir para realizar una estrategia de comunicación, y la mayoría coinciden en elementos claves como la definición de objetivos de comunicación y de los públicos a los cuales se dirigirán, la formulación de un plan de acciones y la evaluación de su impacto.

Una posible metodología para elaborar la estrategia es propuesta por Cardoso (2002), la cual se asume en la presente investigación (Ver Anexo #4). La estructura del autor se adapta a los objetivos del estudio, y su alcance desde el punto de vista mediático se orienta exclusivamente al quehacer de la radio. En las acciones que se insertan en la estrategia de comunicación, los medios de comunicación masiva desempeñan un rol esencial, sobre todo aquellos del entorno municipal, como actores del proceso de desarrollo local, de ahí la importancia de la estrategia para la emisora local.

1.2.3 Medios de comunicación masiva: actores claves del desarrollo local.

Es conocido incluso a nivel internacional que los medios masivos de comunicación cumplen tres funciones esenciales: informar, entretener y educar. Para esclarecer esta idea, se tomará como referencia el caso cubano, donde los medios de comunicación tienen especialmente un carácter informativo.

La primera de las funciones, informar, es inherente a todo medio, pues de eso se trata en esencia su labor, sobre todo en la prensa plana, aunque la televisión y la radio también asumen esta como su principal función, pues en el país la mayor parte de sus espacios son de tipo informativo.

La otra función, entretener, surge también por la propia necesidad de las audiencias de no solo conocer e informarse sobre diversas temáticas sino también utilizar el medio como complemento para lograr su esparcimiento, su recreación. De ahí que surjan diversas propuestas de corte recreativo, cultural, y de participación en los espacios televisivos y radiales específicamente.

Mientras que, para cumplir la función de educar entendida como la posibilidad de brindar elementos para la reflexión y análisis de la realidad, es preciso agregar que aquí se sitúan diversos espacios para fomentar la educación de los distintos públicos tanto en el entorno televisivo como radial que apuestan por la capacitación, y elevar la cultura de los receptores.

Según Hoeberichts & López (2001) estas funciones ya no son suficientes, de ahí que los medios de comunicación se enfrenten a un nuevo reto: optar por una propuesta de desarrollo máxime si se trata de medios municipales, los cuales constituyen, si así lo desean, actores claves del desarrollo local, “dime qué entiendes por desarrollo y te diré qué entiendes por comunicación”, existiendo una estrecha relación entre ambos términos.

Agregan los propios autores que “un medio de comunicación que solo se limita a informar, se resta a sí mismo la posibilidad de ser un activo actor comprometido en la solución de los problemas de su localidad o de su país”. Informar, educar, movilizar el pensamiento, involucrar beneficiarios y decisores, generar opiniones, reflexionar junto a la población desde abajo hacia arriba, ese es el protagonismo que deben ganar los medios de comunicación (con énfasis en la radio) que desde su misión y en los productos finales que entrega a la audiencia conciba la comunicación, o sea el ¿qué?, con enfoque al desarrollo local.

En la EDL Municipal, herramienta de trabajo del órgano de gobierno, se incluyen los medios de comunicación masiva situados en su entorno como actores claves del proceso, atendiendo a su poder de convocatoria, amplia difusión de mensajes y recepción de sus contenidos por parte de la audiencia.

La Estrategia Municipal de Desarrollo o EDL “es una herramienta participativa, liderada por el gobierno local, permite organizar y articular a actores y acciones en función de llevar a cabo un proceso de desarrollo. Esta se despliega a partir de líneas estratégicas que se definen según los potenciales endógenos y las prioridades del municipio y concretan a través programas y proyectos” (Guzón et al.,2011).

Cabaiguán, por ejemplo, cuenta con su EDL la cual consta de cinco líneas estratégicas (Ver Anexo #5) entre ellas la Gestión del conocimiento, y dentro de esta la emisora como único medio de comunicación del municipio desempeña un rol esencial.

Se requiere destacar que dos de las funciones esenciales de los medios de comunicación masiva se relacionan con los propósitos de la EDL de Cabaiguán: informar y educar. De ahí la vinculación estrecha entre este documento y el medio de comunicación, la cual debe patentizarse en una adecuada divulgación del proceso a través de la programación radial y todos los elementos del quehacer radiofónico que se insertan en este espacio de creación, para hacer llegar a la audiencia productos de calidad y buena factura a tono con las intenciones del proceso de desarrollo local.

Porque los medios, y esencialmente la radio, son primordiales además en la tarea de convocar la disposición y participación de los recursos humanos de la comunidad. “Son parte de la vida cotidiana de las personas e involucran aspectos afectivos, cognoscitivos, estéticos y sociales. Su carácter masivo los convierte en mediadores y legitimadores sociales y políticos de la información que proveen” (González, 2011, p. 5), y por ello se ponen al servicio de la comunidad, para suplir las necesidades locales de información y capacitación, fomentar el sentido de pertenencia en sus habitantes y fortalecer en los mismos la identidad.

1.3 Las emisoras municipales en función de la comunidad y su desarrollo.

El Sistema de la Radio Cubana³ tiene presencia en todas las provincias del país y está integrado por 96 emisoras (entre nacionales, provinciales, locales y estudios de radio o corresponsalías), las cuales cubren un 98% del territorio nacional (Ver Anexo #6).

Dado que es en el municipio donde se gesta el proceso de desarrollo local, las emisoras municipales particularmente ganan cada vez más protagonismo en la divulgación del proceso y el logro de la participación consciente de la ciudadanía en función de encauzar nuevas ideas, proyectos, iniciativas, que contribuyan al aprovechamiento de los recursos y su utilización eficiente con la finalidad de incidir en la calidad de vida de la población.

Las emisoras municipales de radio deben constituir en sí mismas reflejo fiel de la comunidad en la que se encuentran situadas, de ahí la necesidad de acercar a la audiencia a la realidad que vive, a los problemas que acontecen en el entorno, e involucrarlos en las posibles soluciones. Dichas intenciones pueden llevarse a vías de hecho, entre otros aspectos, a través de la programación de la radio (incluidos espacios, trabajos periodísticos, propagandas), y de los recursos de que dispone este medio de comunicación para construir el mensaje que será transmitido al receptor.

1.3.1 La radio y sus características.

Las transmisiones radiales en Cuba dieron sus primeros pasos a inicios de la década de 1920, siendo uno de los países punteros en América Latina en desarrollar y disponer de la radio, pues desde ese año y auspiciada por la *Internacional Telephone and Telegraph* fue montada aquí la primera planta radial. La 2LC de Luis Casas Romero, fue la primera emisora que transmitió en la Isla, y su inicial salida al aire fue el 22 de agosto de 1922 (Diéguez, 2003).

³ El Sistema de la Radio Cubana o Radio Cubana es la entidad encargada de la administración de la radio pública cubana. Es una empresa estatal controlada y administrada por el Instituto Cubano de Radio y Televisión. Su misión es controlar, fiscalizar, analizar y organizar el desarrollo de la radiodifusión en la Isla.

Desde sus inicios la radio es considerada como el medio impersonal de mayor alcance en todo el mundo. Utiliza la palabra hablada y en general su lenguaje está constituido básicamente por sonidos.

La radio es el medio al que más acceso tiene la población, tanto por el bajo costo de los aparatos receptores como por el contenido que transmite. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), “ningún otro medio de comunicación social tiene la capacidad de llegar a tantas personas en una forma tan eficaz con fines de información y enseñanza, de difusión de la cultura y de esparcimiento” (UNESCO, 1978, citado en Muriel y Rota, 1980, en Saladrigas et al., s.f., p. 310).

En países capitalistas la función principal de la radio es primordialmente el entretenimiento a través de la difusión de música y la publicidad. En Cuba su función esencial es informativa, aunque desempeña las restantes funciones, apoyada en la diversidad de espacios creados para educar y entretener a los distintos públicos objetivos como destinatarios de cada propuesta radial.

Muriel & Rota (1980) consideran que la radio permite un poco más el involucramiento del auditorio que el cine o la televisión, en el sentido de que fomenta la imaginación al no presentarse una imagen visual.

La radio es un medio de comunicación que pone a los receptores en contacto diario con la música y la información de cualquier país del mundo. Llega a un gran número de oyentes simultáneamente y la información que transmite es instantánea, pues se da a conocer en el momento en que el hecho se produce. A pesar del auge que han ido alcanzando las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, la radio sigue siendo uno de los medios de comunicación más usados. La radio acompaña y entretiene; y, lo más importante, usa para ello la voz, principal forma de comunicación de los seres humanos.

La ventaja de este tipo de medios radica en la posibilidad que ofrecen de llegar a auditorios selectivos a través del impacto del sonido con mensajes especiales diseñados para ellos. Cuando la calidad de la producción es adecuada, este medio

logra un gran impacto en sus auditorios. Tiene además la ventaja adicional de que, si el contenido lo permite, los mensajes pueden ser empleados en más de una ocasión. Según refiere Kaplún (1999), son múltiples las ventajas de la radio:

- Amplia difusión popular (es bien amplia la audiencia que puede llegar a tener, su alcance puede ser ilimitado, la radio se expande).
- Simultaneidad (posibilidad de llegar a muchas personas al mismo tiempo).
- Instantaneidad: el mensaje radiofónico llega al oyente en el mismo momento en que se emite y se “distribuye”, sin necesidad de la intervención de ningún agente intermediario.
- Acceso directo a los hogares de los destinatarios: el mensaje radial llega al domicilio de cada usuario, sin que este tenga que desplazarse para recibirlo.
- Largo alcance: una emisora de radio de onda media, de buena potencia, puede cubrir un dilatado ámbito.
- Bajo costo per cápita: más bajo que el de ningún otro medio de comunicación masiva, relación costo-beneficio más favorable; además de que requiere menor tecnología para su instalación si se compara con otros medios (citado en Garcés, s.f).

Este medio acompaña a las amas de casa en su hogar, a los trabajadores en su centro laboral, a los transeúntes en su auto, y demás, facilitando la ejecución simultánea de varias actividades, aunque esto a su vez puede ir en detrimento cuando de la efectividad del mensaje se trate.

Otros impactos conocidos en el consumo de la radio según expertos se relacionan con la disminución del estrés y los niveles de ansiedad, estimula la concentración, influye en el rendimiento, ayuda a reflexionar sobre determinadas temáticas, amplía los conocimientos de quienes la escuchan, y brinda la posibilidad de socializar con similares e intercambiar experiencias.

Todo ello puede lograrse a través de programas; cada programa se corresponde con algún género radial; y el género, a su vez, cuenta con diferentes formatos o formas de expresión. Además de la implicación que en este sentido tienen también la propaganda (como el programa más pequeño concebido en la radio) y el discurso periodístico en la programación radial, apoyados por el empleo adecuado de los recursos del lenguaje radiofónico.

1.3.2 Los recursos radiofónicos, el discurso periodístico y la propaganda: herramientas para comunicar el desarrollo local en la programación radial.

La radio debe utilizar un lenguaje y un código propio, puramente acústico. Este medio sólo dispone de la palabra y el sonido para la transmisión de una información determinada. El lenguaje radiofónico consta de sucesión y alternancia de voces, música y diferentes sonidos siguiendo un orden específico, y debe ser convincente, claro y concreto en todo momento.

La radio es un medio de comunicación unisensorial, que sólo puede ser percibido por el oído. Esta es la principal característica que condiciona el lenguaje y la comunicación radiofónica, que se basa en la constante combinación de cinco recursos sonoros presentes en toda comunicación-transmisión en la radio: la palabra, la música, los efectos sonoros (sonido ambiente: ruidos, música, voz humana, etc.), el silencio y la ambientación sonora (Alfa Media, s.f, en Saladrigas et al., s.f., p. 327).

“La música y los sonidos serán nuestros dos preciosos auxiliares. Los sonidos nos ayudarán a que el oyente vea con su imaginación lo que deseamos describir; la música, a que sienta las emociones que tratamos de comunicarle” (Kaplún, 1999).

La palabra en el lenguaje radiofónico excluye la visualización del interlocutor, se trata de la palabra recreada, es decir, la intención de crear una realidad verbal a partir de ese recurso que permite imaginar y evocar distintas sensaciones en el oyente. Es a través de la voz que se transmite la palabra. La misma cumple dos funciones específicas: transmisión de ideas (voz clara, correctamente timbrada...) y emocional (el tono utilizado transmite un mensaje emotivo que provoca en el oyente sentimientos o sensaciones).

Por su parte, la música permite crear imágenes auditivas, y está subordinada al mensaje que se transmite por la palabra. Cumple varias funciones en el medio radial:

- Gramatical (se emplea como signo de puntuación; separa secciones, bloques de textos, escenas; a esta separación se le nombra cortina musical que actúa como telón en un teatro).
- Expresiva (sirve para comentar lo que se escucha, es fundamental en los programas hablados porque crea una atmósfera sonora; subraya el clima emocional de las situaciones y el carácter de los personajes).
- Descriptiva (se utiliza con el fin de ubicar físicamente a los oyentes en un espacio o ambiente, no solo expresa estados de ánimo, sino que muchas veces describe ambiente, paisajes y contextos).
- Reflexiva (sirve para enfatizar el contenido semántico de lo transmitido).
- Ambiental (en este caso la música es un sonido de ambiente, que sitúa en escena al oyente).

Mientras, los efectos sonoros, también llamados efectos especiales y ruidos, siempre que sean intencionados conscientemente y del modo adecuado son necesarios en el trabajo de la radio. Pueden tener función ambiental-descriptiva (se sitúan como fondo de la escena acompañando el diálogo), función expresiva (sugieren, crean atmósfera, transmiten un estado de ánimo), función narrativa (sirven de nexo entre una escena y otra) y función ornamental (sonidos accesorios, añadidos para dar color, no son imprescindibles, pero dan vida y sabor a la escena).

Asimismo, el silencio es capaz de expresar, narrar, describir. Es el producto resultante de la ausencia de voz, música, efectos sonoros y sonido ambiente, o sea, cuando se experimenta una ausencia total de sonido. Su empleo es limitado, ya que el oyente muchas veces lo interpreta como un fallo humano o error técnico, dejando escapar su verdadera intención psicológica o dramática ya que puede ayudar a representar el estado emocional de una persona y estimular la reflexión.

Por último, la ambientación sonora puede ser: acompañamiento musical a la voz humana, el ruido natural existente en el lugar donde se emite, que se transmita en un estudio insonorizado, etc. Es el que sitúa y ubica en espacio una acción o hecho, da realidad y veracidad a la escena, presenta la intención global del mensaje y la subjetividad de los personajes.

En tanto, cuando de discurso periodístico con enfoque al desarrollo local en medios de comunicación de alcance municipal se trata, es preciso partir de los referentes teóricos que permitieron construir esta denominación, aportados por varios autores entre los que destacan: Barbero (2008), Monteagudo (2011) y Portal (2009) los cuales son sistematizados por García & González (2014) quienes lo definen como el “uso (manipulación) de estructuras formales y conceptuales, orientadas hacia la representación de la realidad y la producción de significados, de acuerdo con el encargo social asumido por el medio y a través del cual, se legitima o deslegitiman procesos que generen bienestar social, e involucren ampliación de capacidades y oportunidades productivas, socioculturales y políticas de la sociedad misma”.

Las propias autoras conciben esta idea a partir del lenguaje utilizado (para lo cual se requiere capacitación en esas temáticas), el género periodístico, la organización general del trabajo, coherencia en el contenido (desde lo local a lo global), y otros elementos propios del discurso periodístico, como es el caso del empleo de los recursos técnico-artísticos del lenguaje radiofónico.

Puede agregarse que este es un “proceso complejo y con múltiples factores que lo condicionan: contexto social, el momento histórico, los actores sociales involucrados y dentro de estos los poderes locales, el grado de desarrollo y el empleo de la tecnología, las rutinas productivas e ideologías profesionales del personal periodístico, entre otros” (García & González, 2014), cuyo resultado final permita la creación de capacidades, la evolución de los actores del desarrollo local en la implementación de iniciativas, y la gestión de soluciones a las problemáticas de ese contexto y de interés para la población.

Más allá de la dimensión de desarrollo económico local, la medioambiental, sociocultural o político-gubernamental, el periodismo con enfoque al desarrollo local puede ser visto como una oportunidad para que la presencia del público en los medios sea aprovechada por los periodistas para animar el diálogo; los mensajes e historias que se presentan se construyen, actualizan, modifican y validan con su participación; una forma de construir relatos, de narrar la sociedad; así se valora la información de proximidad, como elemento cada vez más importante en el modelo de comunicación y periodismo de futuro (García & González, 2014).

En el caso de la propaganda, es preciso partir de que existen dos tipos: directa e indirecta, las cuales se muestran de modos diferentes, aunque pueden perseguir un mismo objetivo.

En la indirecta, el mensaje que se transmite a la audiencia es más abarcador y por tanto puede requerir mayor tiempo de realización. Puede ser un trabajo de género periodístico, el tratamiento a un tema en un programa de radio, la participación de un especialista, etc., pero en todos los casos debe aumentar la comprensión del oyente sobre el aspecto que se aborda.

La propaganda directa se manifiesta como el programa más pequeño en la radio. Por su brevedad, de apenas segundos generalmente, debe aprovechar al máximo los recursos radiofónicos en su realización. Es considerada la vía efectiva para lograr introducir en el oyente una idea o conocimiento. No debe ser impositiva, pero sí persuasiva para que logre conmover a la audiencia. Debe conjugar síntesis de contenido, ubicación adecuada de recursos radiofónicos, reiteración moderada de elementos en el texto, armonía, coherencia y transmitir un mensaje claro. Además de su perdurabilidad, ya que muchos tienen contenido que no vence, de ahí que pueden ser usados por espacios prolongados de tiempo.

Uno de los aspectos más importantes de la propaganda es su posibilidad de repetición en el medio radial, de ahí su amplio uso no solo dentro de los programas, sino como separadores entre un espacio y otro.

La propaganda directa en la radio tiene varias modalidades: mención (tiempo no mayor a 40 segundos, creatividad, actualidad del tema que trata, llama a la acción inmediata, mantener o modificar una conducta); *jingle* (se trata de un texto musicalizado, debe ser original); mensaje corto (el mismo texto abre y cierra la propaganda, solo difiere el cuerpo, su objetivo es fijar una idea, aborda en tres momentos el problema, la causa y el efecto de determinado tema, es seriado, con orden lógico, dura de 30-60 segundos); y la promoción (ofrece opciones de eventos, lugares, muestra en el texto hora y día de la actividad, dura de 30-45 segundos y responde a las preguntas qué, dónde, cuándo, cómo, quiénes).

Teniendo en cuenta que la programación radial es el “conjunto de contenidos que una emisora de radio ofrece a su audiencia, organizados en programas específicos, los cuales responden a una tipología determinada y están planificadas en una unidad de tiempo: día, la semana, el trimestre, la temporada, entre otros” (Muñoz, Pedrozo, Manrique & Ospina, 2011); los elementos descritos con anterioridad constituyen herramientas claves en la programación de una emisora, que pudieran emplearse para comunicar con enfoque al desarrollo local ya que son en sí mismos elementos básicos de la realización radial.

1.3.3 Caracterización de la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”.

La Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán” es una de las siete emisoras que integran el Sistema de la Radio Cubana en la provincia espinosa, donde se incluyen además la planta matriz CMGL Radio Sancti Spíritus, y otras cinco emisoras locales situadas en los territorios de Yaguajay, Trinidad, Jatibonico, y Fomento, además de Radio Vitral en la ciudad cabecera provincial; y dos corresponsalías ubicadas en La Sierpe y Taguasco.

Las transmisiones radiales en este municipio datan del año 1947 (Ver Anexo #7a), pero no fue hasta el año 2004 que se funda la actual emisora cabaiguanense por indicaciones del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT).

Actualmente la radioemisora de este municipio se encuentra ubicada en Sergio Espinosa #64 entre Avenida Sergio Soto y Frank País, frente al parque José Martí en

el área central de la ciudad (Ver Anexo #7b). En sus inicios solo 12 trabajadores integraban la plantilla del medio de prensa, y se laboraba bajo la modalidad de hombre radio, o sea que un mismo profesional desempeñaba varias funciones dentro del quehacer diario del medio de comunicación.

Estos radialistas se encargaban de transmitir de lunes a domingo seis horas diarias, desde las 7:00 a.m. hasta la 1:00 p.m. Este tiempo de transmisión se mantiene hasta la actualidad, pero llevado a cabo por 27 trabajadores, incluidos locutores, directores de programas, realizadores de sonidos, periodistas, asesores, además de directivos, especialistas y personal de apoyo. Los mismos tienen como meta hacer una programación radial dinámica, inmediata, y que cada vez se parezca más a su audiencia y a las características de su entorno.

Aunque ha variado su parrilla de programación habitual (porque en los meses de verano esta se renueva a partir de propuestas de los realizadores, otras necesidades o según resultados de investigaciones de audiencia que cada año se realizan), hoy está integrada por 25 programas, de ellos 10 de lunes a viernes, y el resto se transmite los sábados o domingos con solo una frecuencia semanal (Ver Anexo #7c).

En la programación de la emisora cabaiguanense pueden encontrarse espacios de las distintas tipologías, o sea, informativos, musicales, variados, dramatizados (con la novela de factura nacional producida por Radioarte), así como dirigidos a los diferentes grupos etáreos: infantiles, adolescentes, juveniles, mujer y familia, adulto mayor, además de otros destinatarios como campesinos, sector con fuerte arraigo en el territorio.

Una programación variada que tiene como principales encargos informar, educar, recrear, orientar a la población, ser reflejo fiel de la vida local, y un baluarte importante de los órganos del Partido y Gobierno municipales en el encausamiento ideológico de sus pobladores.

“La Voz de Cabaiguán” bajo el eslogan “el sonido de la comunidad” posee un estilo propio que la distingue del resto de las emisoras de su tipo en el país teniendo en cuenta las tradiciones, costumbres, los valores y la cultura de su gente. Su visión es

convertirse en el centro de información y divulgación de todo el quehacer del municipio cabaiguanense, basándose en la defensa y promoción de la política del PCC, el Gobierno, el ICRT, y los programas de la Revolución.

La CMGI cuenta con un plan de objetivos que se complementan con diferentes temáticas fundamentales de acuerdo a las necesidades socio-políticas, económicas, culturales y demográficas del entorno. Al mismo tiempo subsisten otros temas priorizados de tratamiento constante durante el año como son: el ahorro energético, ahorro del agua, cultura económica, corrupción, ilegalidades, e indisciplinas sociales, y Defensa Civil.

Desde el año 2006 la radioemisora cabaiguanense tiene su sitio *Web* en *Internet* (www.rcabaiguan.cu), con visibilidad en redes sociales como *Facebook* y *Twitter*. En las mismas se publica el acontecer diario de Cabaiguán, así como programas y trabajos periodísticos que reflejan los valores de los residentes en esta tierra, su identidad.

1.4 Conclusiones parciales.

La comunicación social es un proceso transversal en el desarrollo local, una condición básica para lograrlo, un recurso estratégico que potencia el acceso a la información y el conocimiento; fortaleciendo la participación ciudadana y aportando herramientas que facilitan el cambio de comportamientos y la articulación entre los actores del desarrollo en el ámbito local.

El desarrollo local como proceso complejo, intencionado y dirigido por el Gobierno Municipal como su principal gestor, busca la equidad social y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población, con el aprovechamiento y uso racional de los recursos endógenos de manera sostenible, o sea, sin comprometer su disfrute por generaciones futuras.

Los medios de comunicación masiva enmarcados en el entorno local, constituyen actores del desarrollo local, entes activos en el proceso, facilitando el entendimiento y consenso hacia una acción común en función del cambio social y el beneficio popular.

La radio, único medio de comunicación enclavado en el entorno municipal de Cabaiguán, puede promover una comunicación con enfoque al desarrollo local a través de su programación diaria de manera coordinada, intencionada y planificada coherentemente; empleando para ello todos los recursos radiofónicos, además de los propios programas, propagandas y el discurso periodístico.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DEL TRATAMIENTO AL DESARROLLO LOCAL EN LA PROGRAMACIÓN DE LA EMISORA RADIAL CABAIGUANENSE

En el presente capítulo se muestran los resultados obtenidos en el diagnóstico a partir de los métodos y técnicas aplicadas. Desde el punto de vista de la metodología general empleada, se parte de la dialéctica materialista que permite realizar una observación de los fenómenos, luego analizarlos y asumir una postura al respecto. Para ello se utilizaron métodos del nivel teórico como el analítico-sintético, hipotético-deductivo, el análisis histórico-lógico y el sistemático-estructural, los cuales favorecieron la sistematización de la información teórica, el procesamiento e interpretación de los datos obtenidos y el análisis de los fenómenos de lo general a lo particular, desde una perspectiva integradora en función de la hipótesis y objetivos propuestos.

Asimismo, y en aras de una mayor profundización en el asunto, como parte del diagnóstico se aplicaron técnicas empíricas como la revisión de documentos, la observación participante, las entrevistas estructurada y semiestructurada, el trabajo grupal, y el cuestionario.

Este apartado contiene en un primer momento el análisis individual por cada instrumento, y luego un análisis integral utilizando también la triangulación de datos, el cual resume los principales hallazgos resultantes de la investigación. Asimismo, se establecen las conclusiones parciales.

2.1 Análisis individual por técnica aplicada.

2.1.1 Resultados de la revisión de documentos.

La revisión de documentos consiste en la búsqueda, revisión y análisis de documentos, entendiéndose cualquier objeto que constituya el registro de algún conocimiento. Pueden ser escritos (el tipo más común), sonoros, (grabaciones), visuales (fotos, videos) o computarizados, que contengan información fehaciente sobre la problemática a estudiar (Alonso, 2006).

Para la revisión de documentos (Ver Anexo #8) se tuvieron en cuenta aquellos informes relacionados con la programación del medio de comunicación al cierre del año 2015, así como otros documentos estrechamente vinculados con el contenido de los programas, de los cuales se tomó como muestra de análisis el mes de noviembre del año 2016, para aquellos documentos que se emiten con carácter mensual.

Como parte de esta técnica se revisaron varios documentos, el primero de ellos fue el Informe del Balance de Programación del año 2015 (emitido el 22 de diciembre de 2015, revisado el 11 de enero de 2016). En el mismo no se hace referencia al proceso de desarrollo local ni el tratamiento que recibió en la programación radial este aspecto al concluir el 2015, pese a que fue en ese año cuando comienza la implementación del Proyecto PRODEL “El arte de comunicar la Estrategia de Desarrollo Local de Cabaiguán”, en el cual el medio de comunicación desempeña un rol esencial, al ser una de las cuatro instituciones del territorio ejecutoras del mismo.

En el informe de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) al cierre del propio año (emitido el 8 de enero de 2016 y revisado el día 11) no se hace alusión a la temática, solo se basa en la exposición de los principales logros y deficiencias del trabajo de la organización en la base en el período que se evalúa, y específicamente de aspectos relacionados con el quehacer periodístico.

Mientras, en el caso del informe de programación, inicia exponiendo que la radio se inserta en el proceso de actualización del modelo económico cubano, y hace referencia a algunos elementos relacionados con la temática como la producción de alimentos, la revolución energética, y el trabajo por cuenta propia; pero este tratamiento dista mucho de promover un enfoque al desarrollo local, del cual no se hace alusión en el documento.

Superficialmente solo la propaganda hace una pequeña referencia a la temática con algunos programas de este tipo enfocados al desarrollo local, pero ello no se refleja con total claridad en el resumen anual presentado por el Departamento de Medios para la confección del informe de balance.

Para analizar si el desarrollo local constituye aspecto a abordar en los programas de la emisora, es tema de propagandas o se incluye en la agenda editorial del medio, se tomó como muestra el mes de noviembre de 2016.

Al revisar los planes temáticos (documento emitido el 20 de octubre de 2016, revisado el 20 de diciembre del propio año) de los 11 espacios radiales que tienen este requerimiento en la emisora cabaiguanense (El patio de mi casa, Cerca de ti, Revista Informativa Espectros, Contigo en casa, Antena cultural, Gente con swing, Súmate, ¡Qué familia!, Agenda abierta, Entre guitarra y laúd, y Conexión estéreo: de ellos los primeros seis de lunes a viernes, los dos siguientes del sábado y los restantes del domingo) pudo constatar:se:

En el mes de noviembre debían transmitirse 22 emisiones de los espacios de lunes a viernes, y cuatro de los de sábado y domingo; y solo se llevaron a vías de hecho 19 emisiones en el primer caso y tres en el segundo, atendiendo a que el 25 de noviembre falleciera el líder indiscutible de la Revolución Cubana Fidel Castro y a partir de su deceso en los restantes días del mes se transmitiera una programación especial.

De los espacios que se transmitieron de lunes a viernes (seis con 19 emisiones cada uno para un total de 114), solo en cinco emisiones se abordó el tema de desarrollo local, aunque no explícito tal cual en el plan temático, sino que la arista que se abordó se relaciona con el proceso de desarrollo local: dígame ahorro de energía eléctrica (programa infantil), producción local de medicina natural y tradicional (programa de variedades), producción de alimentos y conservación del medio ambiente (revista informativa) y papel de la mujer en el trabajo por cuenta propia (programa de mujer y familia).

Por su parte en los espacios de sábado y domingo (cinco, cada uno con tres emisiones para un total de 15), en ninguno se incluyó el desarrollo local como temática a abordar en el programa.

En síntesis, se considera que fueron muy pocos los programas que trataron esta temática en el mes (4,3% de los programas emitidos de lunes a viernes), y que los

puntos de vista de los directores de estos espacios al abordar la temática no fueron orientados hacia el desarrollo local, faltó visión abarcadora de este proceso y exponer tácitamente cómo influye la temática en el desarrollo local; lo cual conllevaría a un mejor tratamiento del proceso.

Para analizar este propio aspecto, ahora desde la propaganda radial, el programa más corto de la emisora, se revisó el Plan de Transmisión de Propaganda del mes de noviembre del 2016 (emitido el 20 de octubre del 2016 y revisado el 20 de diciembre de ese año). El mismo incluye las propagandas que deben radiarse como cambio entre los programas de la parrilla de programación y se expone también aquella que deberá incluirse en cada programa, amén de las que los directores de espacios estimen pertinentes incorporar en cada emisión, y en este último caso no se registra en el citado documento.

Con la programación de las propagandas ocurrió de manera similar a los espacios pues luego del fallecimiento del Comandante en Jefe Fidel Castro y transmitirse programación especial, de la propaganda planificada (incluyendo las distintas tipologías): 19 diarias de lunes a viernes, ocho los sábados y siete los domingos para un total en el mes de 478; solo se transmitieron 406.

De ellas, ocho abordaron en su contenido el proceso de desarrollo local, en cualquiera de los componentes que integran este concepto, y fueron reiteradas en el plan de transmisión cinco, para un total de 13 emisiones; lo que representa un 3,2%. Se considera que esta visibilidad aún es ínfima, y según los temas constatados, se reduce a la producción de alimentos, la acumulación de desechos sólidos, el cuidado del medio ambiente, el ahorro de agua y energía eléctrica, la producción local de medicamentos naturales, etc. Pero en todos los casos y según escuchas a las citadas propagandas, el tema no es abordado con enfoque al desarrollo local, sino más bien como una problemática vigente en el territorio y la posible participación que la ciudadanía puede tener en revertir esa realidad.

Mientras, para analizar la inclusión del desarrollo local en la política editorial del medio de comunicación, se revisó la Agenda Editorial del mes de noviembre del 2016 (data

del 20 de octubre de 2016 y fue revisado el 20 de diciembre de ese año), documento que emite el Sistema de la Radio Cubana y se va adaptando a la provincia y luego al municipio, en correspondencia también con las características del entorno.

En este sentido, es preciso aclarar que este documento incluye los principales aspectos, efemérides, indicaciones, temas priorizados de tratamiento constante, entre otros elementos que rigen la proyección comunicativa del medio en la fecha prevista; y sin embargo, no se contempla esta temática en ningún acápite del documento, lo que se considera una debilidad, pues cómo lograr que este tema forme parte de la agenda pública si ni siquiera se incluye en la agenda editorial del medio de comunicación.

Finalmente, en busca de una posible coherencia entre los objetivos de trabajo de la emisora cabaiguanense en la etapa que se evalúa, y las proyecciones de la EDL del municipio, se revisaron ambos documentos y se obtuvieron los resultados siguientes:

En los objetivos de la emisora del 2016 ratificados para el año siguiente (documento emitido en diciembre del 2015 y revisado el 11 de enero de 2016) no se incluye el desarrollo local como prioridad de trabajo, a pesar de que sí se habla de la necesidad de fortalecer la comunicación del medio con sus diversos públicos y en distintos aspectos.

Por su parte, en la EDL del Gobierno Municipal (actualizada en el 2015, revisada el 11 de enero de 2016) sí se deja a las claras la necesidad de que la emisora cabaiguanense, único medio de comunicación del territorio, se inserte en el proceso de desarrollo local y sea partícipe como uno de los principales actores del mismo, por la función que realiza en la transmisión de información, en la educación y como facilitador de la participación ciudadana en torno a las proyecciones del desarrollo local; de ahí que se concluya que no existe coherencia entre las necesidades comunicativas de ese órgano en el territorio plasmadas en la citada herramienta de gestión gubernamental y las perspectivas de trabajo del medio en la etapa que se evalúa.

2.1.2 Resultados de la observación participante.

La observación es el método de recopilación de información primaria mediante la percepción directa de los elementos del objeto, sujeto o fenómenos estudiados, que son significativos para los objetivos de la investigación. Consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conductas manifiestas (Hernández, Fernández & Baptista, 2006). Está orientada hacia un objetivo, es planificada de manera consciente y tiene carácter selectivo. Permite ver el fenómeno, acontecimiento o comportamiento en el momento en que ocurre y, por tanto, recopilar información directa, de primera mano (Alonso & Saladrigas, 2002).

Para organizar los datos que se quieren recolectar se debe elaborar una guía que incluya los elementos observables, evitando la unilateralidad en los resultados de la aplicación de la técnica, lo que proporciona validez. Las observaciones pueden ser participantes y no participantes. En la primera de estas, que es la que se lleva a cabo en la investigación, existe interacción del observador con los sujetos y ellos conocen que son sometidos a la misma (Hernández, Fernández & Baptista, 2006).

La guía de observación participante (Ver Anexo #9) se aplicó a la programación informativa de la emisora cabaiguanense y se tomó como muestra de análisis las emisiones del mes de noviembre del año 2016, hasta el día 25, pues a partir de ahí y como ya se ha explicado, el medio entró en programación especial por el deceso de Fidel Castro.

La programación informativa de la emisora representa el 30% de lo que trasmite la planta radial, y contempla: la Revista Informativa Espectros (de lunes a viernes de 8:00 a.m. – 8:59 a.m.), el Noticiero Estelar Estudio 5 (de lunes a sábado, de 12:00 m. – 12:14 p.m.), el Boletín Informativo (de lunes a viernes entre las 10:26 a.m. – 10:29 a.m. y el sábado en el horario de 9:41 a.m. – 9:44 a.m.), el espacio de opinión y debate sabatino Agenda Abierta (de 8:00 a.m. – 8:59 a.m.), y los domingos el reportaje radial grabado Pedazo de mi Cuba (8:30 a.m. – 8:59 a.m.) y el Resumen Semanal Síntesis (de 10:45 a.m. – 10:59 a.m.).

En el caso de la Revista Informativa Espectros es un programa en vivo con un conductor y una locutora. En la citada fecha tuvo 19 emisiones y solo en dos (correspondientes a los días cuatro y siete de noviembre) se incluyó el desarrollo local en el plan temático, pero no tal cual se presenta como proceso en sí mismo, sino vinculado con la producción de alimentos y el mejoramiento de las condiciones ambientales del municipio, temas que constituyen líneas estratégicas de la EDL de Cabaiguán.

Sin embargo, solo en la primera de las emisiones fue abordado el tema, y el mismo no se correspondió con lo establecido en el plan temático, pues debía tratarse la producción de alimentos y el trabajo periodístico (información) publicado se relacionaba con la producción local de materiales de la construcción. Y en la segunda ocasión de cinco trabajos periodísticos transmitidos ninguno tuvo que ver con el desarrollo local, es decir, que en este sentido no se cumplió el plan temático.

En los restantes días del mes, o sea 17 emisiones, cada una con un promedio de cuatro trabajos periodísticos diarios, solo tres de ellos se vincularon con el desarrollo local, a pesar de que otros trabajos periodísticos se relacionaban con el desarrollo sociocultural del terruño, aunque haciendo hincapié fundamentalmente en los resultados de la cultura y las distintas manifestaciones artísticas y no precisamente en cuanto al tratamiento de este tema con enfoque al desarrollo local. En esas emisiones también se publicó solo una propaganda directa cada día vinculada al tema.

En el mes de noviembre Espectros no contó con la presencia de especialistas como fuentes informativas aptas para promover el desarrollo local a través del espacio radial. Los boletines informativos insertados en el espacio con seis notas cada día, no abordaron el tema desarrollo local. Por su parte los recursos radiofónicos solo se emplearon en la creación de las propagandas y trabajos periodísticos, previo a su transmisión. Y el discurso periodístico se limitó a la propia estructura de los géneros, con predominio para la información y la entrevista, sin profundizar en la construcción de relatos con corte humanista.

A juicio de esta investigadora se considera que fue escaso el tratamiento al desarrollo local en la Revista Informativa Espectros, el cual no se evidencia con la dramaturgia radial requerida pues no se aprovechan otros recursos para abordar el tema más allá de algún trabajo periodístico o determinada propaganda, además de las deficiencias detectadas en el cumplimiento del plan temático donde en los pocos días que se dedicó la emisión al desarrollo local, o no se cumplió, o el punto de vista del director distó de darle tratamiento al tema desde otra perspectiva.

Por su parte el Boletín Informativo (en vivo) tuvo 22 emisiones entre el primero y el 25 de noviembre del 2016. Cada emisión contiene tres cápsulas informativas, para un total de 66 informaciones emitidas en el período que se analiza. En ningún boletín se publicó una información sobre el desarrollo local ni relacionada con este tema, desaprovechándose totalmente esta oportunidad de promover el proceso de desarrollo local en un espacio netamente informativo.

El Noticiero Estelar Estudio 5 también en vivo, en la citada etapa igualmente tuvo 22 emisiones. En su tiempo de transmisión, el noticiero puede emplear las disímiles opciones y recursos radiofónicos existentes en función de comunicar con enfoque al desarrollo local.

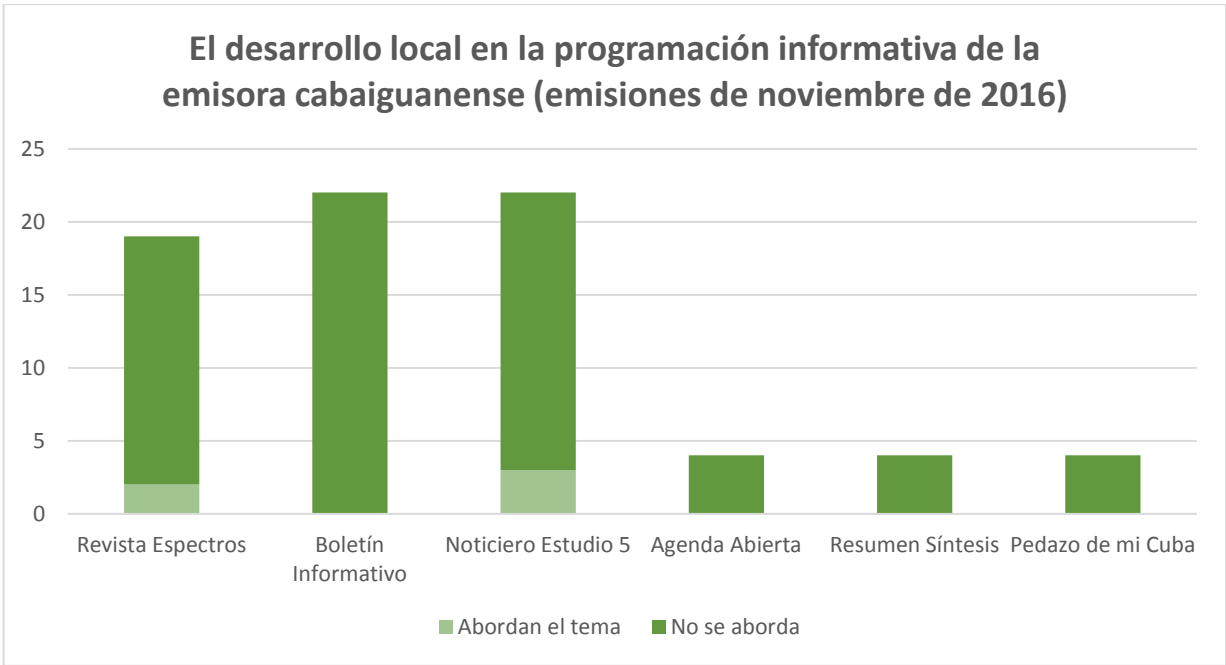
Sin embargo, al observar cada una de estas emisiones, y analizar de manera exhaustiva los guiones de los programas, se pudo constatar que solo en tres oportunidades se abordó el tema desarrollo local, a través de dos informaciones (una de ellas en voz de locutores) y un comentario: las primeras en función de la producción local de materiales de la construcción, y el género de opinión sobre la producción y comercialización del tomate.

En ninguno de los casos se empleó propaganda directa ni indirecta, no hubo improvisación por parte de los locutores quienes se limitaron expresamente a dar lectura a la información, los periodistas solo se circunscribieron al género periodístico en cuestión. O sea, que tampoco se aprovecharon las potencialidades del noticiero, uno de los espacios de mayor audiencia en la emisora cabaiguanense, para comunicar con enfoque al desarrollo local.

El programa de opinión y debate Agenda Abierta (en vivo), con cuatro programas, no dedicó ninguna emisión a abordar el tema desarrollo local, y así consta en su plan temático. Aquí, es preciso destacar además que no se explotaron las posibilidades del programa sabatino con este fin, el único a micrófono abierto en la planta radial, en el que la población puede verter sus criterios, dar sugerencias, criticar determinado asunto y proponer soluciones de las cuales también pudiera ser partícipe.

Mientras, en el reportaje radial Pedazo de mi Cuba y el resumen noticioso Síntesis (ambos grabados), cada uno con cuatro emisiones en el citado tiempo, no se dedicó ninguna al desarrollo local, ni se abordó a través de los distintos recursos y herramientas disponibles para ello en la programación radial.

En el siguiente gráfico se resume el tratamiento al desarrollo local en la programación informativa de la emisora cabaiguanense durante el mes de noviembre de 2016, explicando cantidad de emisiones transmitidas en ese período de tiempo, y de ellas cuántas abordaron esta temática.



Fuente: Elaboración propia.

Puede concluirse que el tratamiento al tema en la programación informativa se centra esencialmente en los trabajos periodísticos, los restantes recursos no se explotan, y existen deficiencias en cuanto a proponer este aspecto para ser abordado en el plan temático ya que pudo constatarse que no conforma la agenda editorial del medio.

2.1.3 Resultados de la entrevista estructurada a directivos y especialistas.

La entrevista es una técnica de recopilación de información que se caracteriza fundamentalmente porque el investigador se enfrenta de forma directa al sujeto o a varias personas, con el fin de obtener información verbal a través de respuestas a preguntas concretas o estímulos indirectos (Alonso, 2006). Se clasifican en individuales, grupales, en profundidad, informales, estructuradas, no estructuradas y semiestructuradas. En el caso de la entrevista estructurada, contiene preguntas abiertas o cerradas sobre el tema del que el investigador desea obtener información (Rodríguez, Gil & García, 2004).

Esta técnica (Ver Anexo #10) se aplicó a directivos y especialistas de la emisora, los principales encargados de trazar la línea editorial del medio, establecer prioridades en la programación radial, y orientar el trabajo de artistas y periodistas en función de las necesidades del territorio, las demandas del ICRT y del Gobierno y el PCC municipales a quienes se debe el órgano de prensa. Fue respondida esencialmente por cuatro sujetos: Director, Subdirectora de Programación, y las Especialistas en Medios Audiovisuales.

En la primera pregunta, relacionada con las definiciones de desarrollo local y comunicación con enfoque al desarrollo local, se aprecia un moderado conocimiento de la temática. No proponen un concepto totalmente acabado de desarrollo local, pero sí se acercan a la definición al enunciar algunos de sus principales componentes como utilización de recursos propios en función de solucionar problemáticas existentes y beneficiar a la población.

De igual modo sucede con qué entienden por comunicación con enfoque al desarrollo local, donde una respuesta quedó en blanco y los restantes entrevistados manifiestan que se trata de la utilización eficaz de las distintas vías de comunicación en función

del desarrollo de la localidad. No abordan en su definición las posibilidades del medio de promover el conocimiento y la participación ciudadana en función del bien común y el cambio social.

En relación con si el desarrollo local se incluye en la línea editorial del medio de comunicación como proceso a tener en cuenta en la programación radial que cada día transmite a su audiencia, dos entrevistados respondieron que sí se incluye, aunque reconocen que debe ser mayor su tratamiento; mientras los restantes aseguran que este tema no forma parte de la agenda editorial de la emisora.

En cuanto al conocimiento que poseen los entrevistados en torno a la EDL del municipio y sus líneas estratégicas, dos declaran que no conocen al respecto, y los restantes aluden que sí, pero al cuestionarles cuáles son, sus respuestas no son totalmente correctas, uno acertó en la producción de alimentos y mencionó como línea estratégica el biogás en lugar de Mejoramiento de las condiciones ambientales y uso de la energía renovable, tal cual se nombra esta línea.

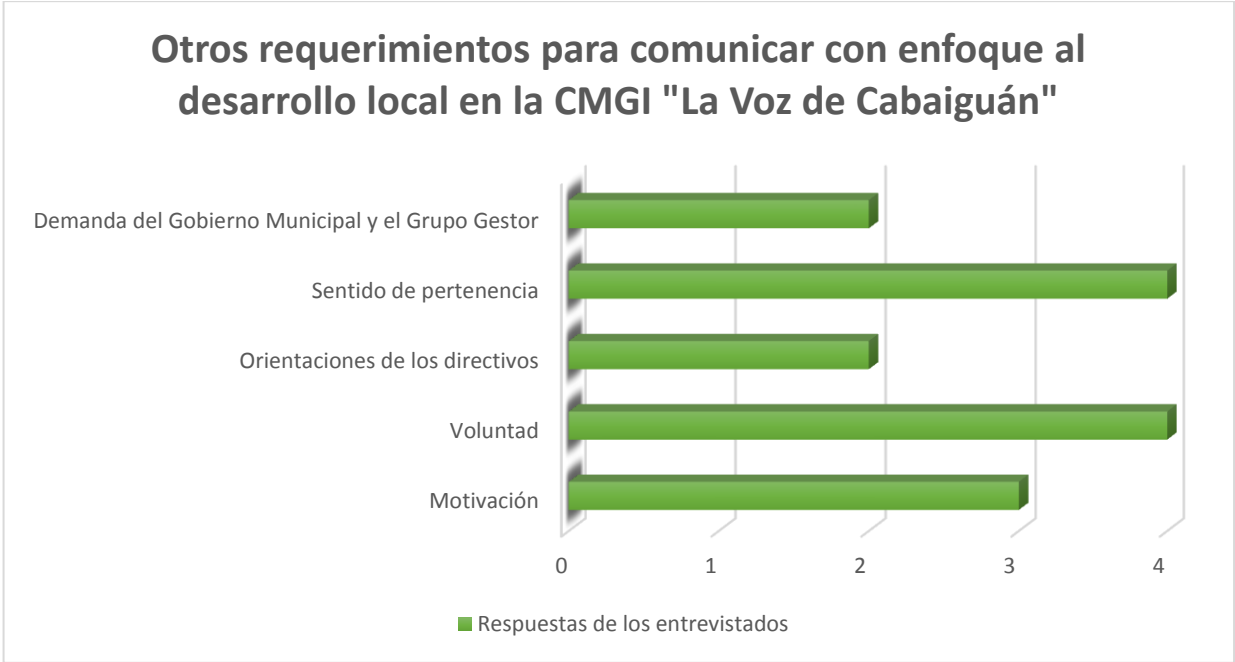
El otro entrevistado que aseguró conocer las líneas estratégicas, mencionó el mejoramiento del fondo habitacional (lo que en la EDL se nombra Gestión local del hábitat), y la explotación eficiente de los recursos humanos, que en la herramienta de gestión gubernamental se trabaja como Gestión del conocimiento, línea en la cual la emisora desempeña un rol esencial.

No obstante, todos los entrevistados coinciden en que la principal función de la radio en torno a la EDL del municipio es divulgar, orientar, informar y educar a la población en los elementos que contiene dicho instrumento y el quehacer del territorio en el desarrollo local.

Para responder cómo se viabiliza la EDL en la programación de la emisora cabaiguanense los entrevistados mencionaron que “se ofrecen oportunidades en los espacios para que los especialistas del tema intervengan, se incluye en el plan temático de algunos programas para ser tratado desde diversos puntos de vista, a través de la propaganda radial y los trabajos periodísticos”.

Al indagar sobre la capacitación de los realizadores radiales para comunicar con enfoque al desarrollo local, dos respondieron que sí están capacitados y los restantes que no. Todos los entrevistados consideran que los realizadores no han recibido cursos ni otra modalidad de capacitación sobre el tema, solo ha sido abordado en vespertinos en el centro.

A su vez la totalidad de los entrevistados coincide en que se necesita algo más que capacitación para abordar esta temática, y entre los requerimientos mencionados, los más reiterados son: voluntad del realizador, sentido de pertenencia como cabaiguanense y su motivación. Con menor puntaje quedaron las orientaciones emanadas de la dirección del centro, y las demandas del Gobierno Municipal y el Grupo Gestor de Proyectos de Desarrollo Local.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los recursos radiofónicos y productos radiales a través de los cuales se le da tratamiento al desarrollo local en la programación de la emisora, los entrevistados señalaron la propaganda directa, trabajos periodísticos, notas informativas, guiones de espacios radiales que abordan la temática, y comparecencia de especialistas.

En busca de un criterio evaluador a la comunicación con enfoque al desarrollo local en la institución, la más baja calificación y la máxima no fue otorgada por ningún entrevistado, uno evaluó de dos, otro de cuatro y los dos restantes calificaron de tres; lo que deja a las claras que aún no se lleva a cabo este proceso con la planificación, orientación, e intencionalidad requeridas para lograr el propósito de informar, educar y orientar a la audiencia en torno al tema, y hacerlos partícipes de su propio desarrollo.

2.1.4 Resultados de la entrevista semiestructurada a los artistas.

Por entrevista semiestructurada se entiende aquella técnica en la que el entrevistador se basa en una guía de asuntos a tratar, pero tiene la libertad de introducir nuevos elementos si lo requiere con la finalidad de precisar datos y obtener mayor información. Este tipo de entrevista ofrece flexibilidad al entrevistado para expresarse mejor (Rodríguez, Gil & García, 2004).

La entrevista semiestructurada a los artistas (Ver Anexo #11) se aplicó a siete sujetos, entre ellos: un realizador de sonidos, cuatro locutores y dos directores de programas.

Al dialogar sobre su autopreparación en la temática, solo dos entrevistados respondieron que se han preparado en el tema a través de talleres en los que han participado por iniciativa propia y de documentos que han buscado en *Internet*, mas consideran que aún es insuficiente pues quedan muchas lagunas, tal cual refieren los restantes sujetos, quienes explican que su preparación en este aspecto es poca, insuficiente o nula.

De los entrevistados, cuatro aluden que han participado en alguna modalidad de capacitación sobre la temática, de ellos dos a través de eventos y conferencias impartidas en el Centro Universitario Municipal (CUM), y los otros solo han participado en vespertinos en la emisora donde se ha hablado al respecto. Los restantes no han estado en ninguna acción de superación sobre ello.

Cuando fueron cuestionados sobre el conocimiento que tienen en cuanto al desarrollo local, la EDL del municipio y sus líneas estratégicas, dos mencionaron que conocen algo al respecto a través de lo que se ha publicado en espacios radiales del cual son

realizadores, pero ninguno pudo referir un concepto bien elaborado del tema, ni enunciaron las líneas estratégicas de la citada herramienta, que por cierto aseguraron no conocer ni haber tenido en sus manos en ningún momento.

En cuanto a los recursos radiofónicos que pudieran emplearse para comunicar con enfoque al desarrollo local los entrevistados coincidieron en que son limitados pues, por ejemplo, “no existe un catálogo sonoro bien conformado para tratar el tema, lo cual fuera muy importante pues la sonoridad puede ayudar a entender mejor el desarrollo local”, de ahí la principal dificultad en el empleo de los efectos y la ambientación sonora en la producción de programas de radio.

También pudieran utilizarse los trabajos periodísticos en sus distintos géneros, diálogos en vivo por parte de los locutores, las propagandas directas, los propios guiones y notas enfocados en este tema, programas completos dedicados a ello, y la comparecencia de especialistas que según los entrevistados “se dificulta mucho pues en ocasiones estos no acceden a intercambiar con el pueblo a través de la radio”. No obstante, todos concordaron en que para ello necesitan mayor preparación en la temática.

Todos los realizadores que participaron en la entrevista expresaron sentirse motivados por la temática, la encuentran interesante, positiva y beneficiosa para la comunidad, y consideran que su trabajo en este sentido, enfocado al desarrollo local, sería además importante para el progreso del territorio.

El 100% de los entrevistados refirió tener voluntad y deseo de comunicar con enfoque al desarrollo local desde su labor como realizadores radiales de la emisora cabaiguanense, y aseguran que este aspecto debe formar parte de su quehacer diario como radialistas.

En relación con la orientación que reciben de los directivos del medio para comunicar con enfoque al desarrollo local en la programación radial de la emisora cabaiguanense, uno de los entrevistados señaló que las indicaciones al respecto son más bien enfocadas a los programas informativos, dos señalaron que no reciben ninguna orientación sobre ello y la mayoría, o sea, cuatro, consideraron que es poca y

que se requiere que esta sea mayor para hacer más visible el desarrollo local en los productos finales que se entregan diariamente a la audiencia.

En los artistas de la planta radial, pese a existir motivación por abordar el tema desarrollo local en su trabajo diario y tener voluntad para ello, son pocos los conocimientos que poseen al respecto, así como las orientaciones de sus superiores con vistas a enfocar su actuar cotidiano en tal sentido, lo que limita que puedan comunicar con enfoque al desarrollo local.

2.1.5 Resultados del trabajo grupal con periodistas.

El trabajo grupal puede ofrecer el espacio adecuado para adquirir el conocimiento acerca de una problemática y las posibles soluciones. Cuando se trabaja en grupos se intercambian experiencias, criterios, ideas, se vencen los temores a compartir sentimientos e iniciativas, y es posible alcanzar resultados prácticos y emocionales muy positivos.

Según Ochoa & Pérez (2006), el trabajo en grupo puede ayudar a que las personas no sientan aisladas sus inquietudes y preocupaciones, ofrece un espacio para conocer a otros, ayuda a que los individuos adquieran fortaleza y seguridad en sí mismos. Favorece que sean compartidas las ideas e informaciones, ayuda a conocer con mayor profundidad los temas tratados por parte de los que no conocían la problemática.

En la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán” actualmente existe una plantilla de seis redactores reporteros de prensa (periodistas) y un jefe de grupo, o sea, siete personas aptas para hacer periodismo según lo establecido. Pero hay plazas vacantes, y solo están ocupadas la del directivo y cuatro de periodistas.

De ahí que el grupo conformado para trabajar esta técnica empírica estuvo integrado por cuatro sujetos (el jefe de grupo y tres periodistas pues la otra reportera no accedió a participar en la investigación). Los participantes llevan tres, siete, 12 y 20 años respectivamente ejerciendo la profesión, y al demandar su intervención mostraron interés en el tema y disponibilidad de colaborar.

Para esta técnica se realizó una sola sesión de trabajo el día 6 de febrero de 2017 a partir de la 1:30 p.m., la cual fue dividida en dos momentos, y cada uno duró aproximadamente 35 minutos. Este ejercicio contó con una técnica de presentación/activación, técnicas centrales y de cierre (Ver Anexo #12). De manera general los participantes se mostraron motivados y entusiastas.

Se realizó como técnica de presentación “La pelota caliente”, lográndose la participación de todos los miembros del grupo. Cada uno se identificó, expresando indistintamente datos personales, gustos y preferencias, etc. Con esta técnica se logró la activación y disposición de los participantes para los siguientes momentos. Luego se crearon las normas para el trabajo en grupo estableciéndose: responsabilidad, cooperación, compromiso, sinceridad, disposición, voluntad de contribuir a la solución del problema.

A partir de ese momento se realizó la técnica central el “Árbol del problema” correspondiente a la primera etapa, la cual persiguió como objetivo determinar las causas y consecuencias que inciden en el tratamiento al desarrollo local en la programación radial de la emisora cabaiguanense, desde una comunicación no enfocada al desarrollo local.

De esta forma, se pudo conocer que entre las principales causas se encuentran: el poco o nulo conocimiento del tema y la falta de motivación en algunos periodistas; la inestabilidad de los reporteros en el medio de prensa, las plazas aún vacantes en esta área, y los pocos graduados de la especialidad o de carreras afines (que reciben en su formación académica la asignatura Comunicación para el desarrollo) en quienes hoy ejercen el periodismo en el territorio.

También se mencionaron como causas del problema la falta de intencionalidad de los directivos de la emisora que orientan y controlan la política informativa, quienes no incluyen el tema en la agenda editorial del medio para ser abordado con sistematicidad en la programación radial. Además, de que la rutina productiva en el medio de comunicación es vertical, limitando la creatividad de los realizadores.

Los periodistas consideran que en el territorio existe poca visibilidad del quehacer del municipio en función del desarrollo local, de ahí que el tema no constituya prioridad para ellos en sus planes de trabajo para abordarlos a través de los trabajos periodísticos y su propio discurso. Señalaron también que, en la mayoría de los casos, cuando este tema se aborda se hace desde una arista económica, o sea, viendo el desarrollo local únicamente como posibilidad de crecimiento económico.

Además, se declara la escasez de recursos, entre ellos el tiempo de realización para crear trabajos periodísticos con enfoque al desarrollo local, y la sectorialización en el trabajo de los reporteros pues quien lleva entre sus sectores el Gobierno es el encargado del tema cuando realmente el desarrollo local es de todos.

Entre las consecuencias listadas por los periodistas participantes en el trabajo grupal destacan: el desconocimiento del tema por parte de la población, y de sus obligaciones como partícipes del proceso y beneficiarios; de ahí que el mismo no forme parte de la agenda pública en el municipio.

El tema se trata en unos sectores y en otros no, lo que influye en el deficiente tratamiento al tema en la programación informativa, o sea hay poca divulgación del mismo que genera los llamados vacíos informativos. También refirieron que “muchas veces desinformamos en lugar de orientar, debido al propio desconocimiento que tenemos”, además de que existe recarga de trabajo debido al déficit de periodistas, lo cual deja poco tiempo para “crear trabajos con este enfoque”.

Luego de un breve descanso, se procedió a realizar la segunda parte de la sesión de trabajo, la cual inició con una “Tormenta de ideas” que tuvo como objetivo detectar posibles soluciones para el tratamiento al tema desarrollo local desde el quehacer periodístico. Como introducción a esta técnica se presentó un compendio de imágenes sobre el desarrollo local en Cabaiguán y el trabajo en proyectos que responden a las diversas líneas de la EDL del municipio, con el propósito de que los participantes adquirieran un conocimiento real sobre la problemática, y se sensibilizaran al respecto para que a partir de ahí pudieran proponer acciones

concretas que constituyan soluciones con vistas a promover un periodismo, una comunicación con enfoque al desarrollo local.

Con esta actividad inicial de la técnica se incentivó la creatividad de los participantes, y se realizó un debate constructivo que permitió la posterior ponderación de las ideas tratadas. Finalmente fueron propuestas como principales acciones para solucionar el problema: incrementar la capacitación de los periodistas, incentivando en la misma el tema desarrollo local; incorporar el tema en la agenda editorial del medio de manera permanente; introducir el tratamiento al desarrollo local en los planes temáticos de los programas; crear una sección o espacio fijo en la programación radial para comunicar con enfoque al desarrollo local; fortalecer relaciones de trabajo entre periodistas y especialistas del tema; y completar la plantilla de reporteros.

Para concluir la sesión de trabajo grupal se realizó la técnica “Positivo, negativo e interesante” con el propósito de conocer el impacto que tuvieron las actividades realizadas. Entre los aspectos positivos señalaron: tuvimos un espacio más para reflexionar sobre una problemática latente y que pudiéramos resolver con una actuación coherente”, “es bueno hablar con sinceridad sobre las deficiencias aún latentes en nuestro trabajo como periodistas”.

Dentro de los aspectos negativos mencionaron: “este es un problema que no solucionaremos únicamente quienes estamos aquí hoy, para ello se necesita de la colaboración y el compromiso de otras personas” y como interesante resaltó: “las acciones que hemos propuesto son viables, y con nuestra participación consciente y activa la mayoría de ellas pueden lograrse”.

Dando lectura a estas manifestaciones se terminó el trabajo grupal, contando con expresiones de satisfacción en los participantes. De manera general se considera que esta técnica fue muy productiva, ya que propició un espacio para interactuar, exponer criterios, dialogar y llegar a consensos sobre una temática latente en el municipio y que demanda de la participación activa de los periodistas y el trabajo que realizan en la programación radial, con la finalidad de comunicar con enfoque al desarrollo local.

2.1.6 Resultados del cuestionario a oyentes.

La técnica cuestionario es el instrumento más utilizado para recolectar los datos. De acuerdo con Hernández, Fernández & Baptista (2006) consiste en una serie de preguntas sobre una o más variables a medir, dirigidas a un determinado grupo de personas para conocer una situación, un hecho, una actitud, una opinión. Las preguntas pueden ser abiertas (el interrogado responde como estime conveniente, no se delimitan las opciones de respuesta) y cerradas (ofrecen una lista de alternativas de respuestas previamente delimitadas).

El cuestionario (Ver Anexo #13) se aplicó a 40 oyentes de la emisora, inscritos en el Registro de Audiencia del medio. El mismo tenía como objetivo indagar sobre el conocimiento que en torno el desarrollo local los oyentes han podido adquirir a través de la programación radial. Además de conocer otros elementos relacionados con las frecuencias de escucha, espacios preferidos y fin con el que la audiencia sintoniza la señal de la CMGI, cuyos resultados responden también a los propósitos de la investigación.

El 70% de los encuestados (28) pertenecen al sexo femenino y el 30% (12) son del sexo masculino. El 5% (2) tienen menos de 15 años, en el 25% (10) su edad oscila entre los 15 y 30 años, el rango etéreo del 40% de los encuestados (16) es de 30 a 60 años, y el resto 30% (12) es mayor de 60 años. El 65% (26%) de los encuestados reside en el Consejo Popular Urbano I y los demás, 35% (14) son del Consejo Popular Urbano II.

Como uno de los requisitos para escoger a los sujetos era escuchar frecuentemente la emisora, es lógica la respuesta a la primera interrogante del cuestionario, donde la totalidad de los encuestados respondió que sí escucha la emisora cabaiguanense. Algunas de las respuestas dadas por los oyentes encuestados fueron: “me gusta mantenerme informado de lo que acontece en el pueblo”, “ponen música que me agrada”, “dan orientación sobre cosas que me ayudan a vivir mejor”, “porque es una vía de recreación sana, de informarme, distraerme con música y novelas, y pasar el tiempo libre en compañía de la radio”.

En relación con la frecuencia con que escuchan la radio la mayoría, el 65% (26) señaló que la escuchan todos los días, el 20% (8) manifestó que la escuchaba de lunes a viernes, mientras que el restante 15% (6) declaró escuchar la radio los sábados y domingos. Las opciones “a veces” y “cuando puedo”, no fueron elegidas por los encuestados.

En cuanto a los programas preferidos por los oyentes que respondieron el cuestionario, al procesar todas las respuestas, de los 25 espacios radiales de la emisora los preferidos por la audiencia son: Gente con *swing*, Antena cultural, Conexión estéreo, Noticiero Estudio 5, Mezcla, con 32, 28, 25, 18 y 14 menciones por los encuestados. Completan la lista de los 10 espacios preferidos por la audiencia Revista Informativa Espectros, Contigo en casa, Cerca de ti, Pedazo de mi Cuba y Agenda Abierta.

Para responder la otra interrogante relacionada con el propósito por el cual sintonizan la emisora cabaiguanense, la mayoría de los encuestados marcó más de una opción, incluso algunos marcaron las tres alternativas. No obstante, predominó el propósito de informarse con 34 menciones, recrearse con 25 y entretenerse con 23.

Al preguntar por los temas de los cuales ha escuchado información en los espacios de la emisora cabaiguanense, las respuestas más recurrentes se resumen en: salud, tratamiento a enfermedades, educación y familia, opciones recreativas y culturales, informaciones relacionadas con el quehacer económico y social del municipio, indisciplinas sociales, sequía, novedades de artistas famosos, recetas de cocina, incorporación de la mujer a cargos de dirección, entre otros.

Específicamente en relación con lo que han conocido sobre desarrollo local en la programación radial, los oyentes que se encuestaron coinciden en: “existen algunos proyectos que se implementan aquí como Hábitat”, “que las mujeres de comunidades rurales están cocinando con biogás” y “que van a inaugurar un centro para el procesamiento de los desechos sólidos”, etc.

Por su parte, entre las vías mencionadas a través de la cual la radio hace llegar informaciones relacionadas con el desarrollo local a su audiencia, aunque muchos

marcaron varias opciones, la mayor coincidencia estuvo en los trabajos periodísticos (28), la comparecencia de especialistas (17), las propagandas radiales (12), la palabra en voz de locutores (10) y como tema central de programas (3).

Es decir, que se reconoce que el mayor tratamiento a esta temática es mediante los trabajos periodísticos, y en menor medida a través de la comparecencia de especialistas y las propagandas, quedando otras opciones sin explotar al máximo en esta proyección de comunicar con enfoque al desarrollo local a través de la programación de la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”. Lo anterior se evidencia con mayor claridad en el gráfico siguiente:



Fuente: Elaboración propia.

En el último cuestionamiento, la totalidad de los sujetos respondió que está dispuesto a ser partícipe del desarrollo local, a colaborar y asumir tareas en función del cambio social y el bienestar común. Algunas de las respuestas de los oyentes son: “porque quiero que progrese mi terruño” y “que todos mejoremos nuestra calidad de vida”.

A propósito de las sugerencias solicitadas para lograr en el medio una comunicación con enfoque al desarrollo local fueron pocas las precisiones: divulgar más el trabajo del municipio en función del desarrollo local a través de los distintos programas, hacer más trabajos periodísticos sobre el tema, habilitar el programa Agenda Abierta para abordar la temática y que así el pueblo pueda opinar sobre el desarrollo local.

Esta técnica permitió constatar que a través de la programación de la emisora es insuficiente el contenido que se radia relacionado con el desarrollo local, y que la población oyente de este medio de comunicación desea recibir tal información a través de los distintos espacios y recursos que tiene a disposición el órgano de prensa, para poder prepararse en torno al tema y actuar en consecuencia.

2.2 Análisis integral de los resultados.

Al integrar los resultados arrojados por las técnicas empíricas aplicadas, se hizo uso de la triangulación de datos, a partir de la utilización de diversas fuentes y métodos de recolección, en busca de una visión holística, múltiple y enriquecedora de la problemática que se estudia (Hernández, Fernández & Baptista, 2006), partiendo de las principales causas que generan el problema, las cuales son reflejadas en el Diagrama de espina de pescado o Técnica de Kauro Ishikawa (Ver Anexo #14).

De manera general se aprecia desconocimiento tanto en los realizadores de la planta radial, dígase artistas y periodistas, como en los directivos del medio de comunicación en aspectos claves como el proceso de desarrollo local, la EDL del municipio y sus líneas estratégicas, y el papel que desempeña la emisora en la orientación, divulgación, información, educación y participación activa de la audiencia en torno a este tema.

A pesar de que en los radialistas existe motivación y voluntad para desde la emisora comunicar con enfoque al desarrollo local, reconocen que una de las principales limitaciones reside en la propia falta de conocimiento del asunto en cuestión, pese a la autopreparación que algunos de ellos posee al participar en acciones de capacitación fuera del entorno laboral, pues la mayoría de ellos asegura no haber estado en

actividades de superación al respecto, salvo algunos vespertinos en la institución donde se ha hablado del tema.

No obstante, otros aspectos se consideran esenciales para lograr comunicar con enfoque al desarrollo local a través del medio de comunicación como el sentido de pertenencia como cabaiguanenses en los realizadores, las orientaciones de los directivos del centro con este fin, y que constituya además una demanda del ICRT, el PCC y el Gobierno como órganos que rigen la línea editorial del medio.

Y en este sentido, uno de los aspectos más preocupantes reside en la no inclusión del desarrollo local en la agenda editorial de la emisora, en lo cual existe divergencia de criterios pues a pesar de que algunos entrevistados aseguran que sí se incluye, quedó demostrado en los restantes instrumentos aplicados que no es así, pues este tema no forma parte de los planes temáticos de los programas ni la propaganda radial, dos elementos que incluyen esta temática en contados momentos durante el año y que su propuesta de tratamiento se deriva de la agenda editorial.

He ahí una de las principales deficiencias detectadas, la falta de intencionalidad en los directivos que orientan y controlan la política informativa de la emisora para comunicar con enfoque al desarrollo local, quienes no conciben este aspecto con la importancia requerida, pese a que el país hoy brinda mayor atención al mismo como parte de la actualización del modelo económico cubano; y dejando a un lado estas demandas, no insertan el tema desarrollo local en la agenda editorial de la emisora.

De lo anterior se deriva el bajo tratamiento que recibe este tema en la programación radial, el cual se reduce esencialmente a la programación informativa pues en los restantes espacios es aún más limitado (solo se aborda en algunos programas infantiles, de variedades, de mujer y familia, etc.).

Existe además un bajo aprovechamiento de los recursos radiofónicos con tales fines, o sea, la música, los efectos, la ambientación sonora, el silencio y la palabra en voz de los locutores, no se emplean con la finalidad de comunicar con enfoque al desarrollo local. Solo se trabaja a partir de pequeños diálogos entre locutores, y entre estos y la

audiencia en pocas ocasiones, así como en la producción radial de los contenidos que se emiten, esencialmente los trabajos periodísticos.

Y es que no existe en la emisora cabaiguanense un catálogo sonoro que agrupe y organice estos recursos para contribuir a la realización radial con tal propósito, un aspecto que limita el mejor desempeño pues una de las funciones de la sonoridad es ambientar la escena, recrear el lugar a través de efectos radiales, lo cual conlleva a una mejor comprensión del mensaje que se emite a la audiencia, y actualmente este trabajo no puede realizarse tal cual debido a la inexistencia de este producto.

En los propios espacios radiales, no se aprovechan las ventajas de los recursos de los cuales dispone el medio para comunicar con enfoque al desarrollo local. No se le da tratamiento al tema en los boletines, notas y guiones de los programas, la propaganda radial al respecto es escasa, la comparecencia de especialistas en desarrollo local también es baja, y los trabajos periodísticos empleados con tales fines (esencialmente informaciones, entrevistas, y en menor medida comentarios) son muy pocos si se tiene en cuenta la amplia gama de posibilidades que brinda la programación radial para situar este tipo de programas.

En ocasiones falla también el punto de vista con el cual el director del programa aborda el tema y la propia dramaturgia que caracteriza un espacio radial, limitándose la creatividad y las posibilidades de abordar la temática desde varias aristas.

Además, en este aspecto incide la sectorialización que define el trabajo de los periodistas, pues quien asume el Gobierno entre sus sectores es quien más tributa en relación al tema, cuando el desarrollo local es de todos y puede tratarse desde cualquier ámbito.

También influye el déficit de reporteros en la planta radial, actualmente con plazas vacantes, y la propia inestabilidad (cuando ya logran una preparación en el tema y se interesan por ello, se separan del medio), además de los pocos graduados de la especialidad en la academia, o de carreras afines, los cuales desde la universidad traen una mejor preparación sobre el tema ya que reciben allí la asignatura Comunicación para el desarrollo.

Los periodistas aluden además a la escasez de recursos, entre ellos el tiempo para crear su discurso periodístico materializado en los diversos géneros y enfocado al desarrollo local, y que existe en el territorio poca visibilidad del trabajo que se lleva a cabo en función del desarrollo local.

Con lo anteriormente expuesto se puede decir que no existe coherencia entre los objetivos de trabajo de la emisora y las prioridades establecidas en la EDL de Cabaiguán. O sea, entre las necesidades comunicativas del gobierno plasmadas en su herramienta de gestión en la cual la emisora constituye actor esencial del proceso de desarrollo local, y las proyecciones del medio de comunicación; dejando una brecha abierta a la improvisación y al inadecuado tratamiento de esta temática en la programación radial, en desacuerdo a los requerimientos establecidos desde el Gobierno local, principal gestor del proceso.

Todo ello repercute en que el desarrollo local actualmente en Cabaiguán no conforme la agenda pública, o sea, que las personas no sientan motivación por este aspecto, y ni siquiera lo mencionen como temas abordados en los espacios de la CMGI que más escuchan, a pesar de que son múltiples las vías con que cuenta el medio para darle un mejor tratamiento al tema, y lograr posicionarlo en los intereses de la población, principales beneficiarios del mismo.

2.3 Conclusiones parciales.

El tratamiento que recibe el desarrollo local en la programación habitual de la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán” es escaso, limitado a los espacios informativos, con un bajo aprovechamiento de los recursos radiofónicos, la propaganda radial y el discurso periodístico con este fin, y marcado fundamentalmente por la no inclusión del tema en la agenda editorial del medio pese a la actualización del modelo económico cubano donde cada vez se le da mayor importancia a la escala local.

La falta de planificación, orientación e intencionalidad de los directivos del medio quienes rigen la política informativa, incide en el inadecuado tratamiento al tema por

parte de los realizadores radiales a pesar de su motivación y voluntad por comunicar con enfoque al desarrollo local.

El desarrollo local no constituye tema de la agenda pública en Cabaiguán, aspecto en el que deberá trabajarse para lograr que la audiencia se involucre, participe activamente y sea protagonista de su propio desarrollo.

CAPÍTULO III: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN CON ENFOQUE AL DESARROLLO LOCAL. UNA PROPUESTA QUE CAMBIE LA REALIDAD

Como parte de este capítulo se incluye la propuesta de estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local para la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”, en calidad de herramienta concreta como alternativa de solución que permitirá suplir las deficiencias detectadas en el diagnóstico, con el propósito de mejorar el tratamiento que recibe el desarrollo local en la programación habitual del medio de comunicación. Asimismo, se exponen los resultados de la evaluación de la propuesta mediante criterio de expertos.

3.1 Propuesta de estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local.

Con la finalidad de elaborar la estrategia de comunicación prevista, se utiliza el modelo propuesto por Cardoso (2002), en el cual se incluyen varios aspectos esenciales como la definición de elementos estratégicos, plan de medios o acciones de comunicación, el análisis del presupuesto, y el control y evaluación de la estrategia.

Para su elaboración se parte de la necesidad latente de planificar y coordinar los esfuerzos de los radialistas y recursos de que dispone la emisora local, así como las orientaciones de directivos del sector y de los órganos que rigen la política informativa en un medio de prensa cubano. Todo ello con vistas a lograr una comunicación con enfoque al desarrollo local, atemperada a los tiempos que corren donde se lleva a cabo la actualización del modelo económico del país desde los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, otorgándosele mayor importancia a la escala local y a la participación ciudadana en la solución de sus problemáticas.

Para que cada cabaiguanense (incluidos los radialistas) sea partícipe de su propio desarrollo, y a través del medio de comunicación municipal obtenga la información necesaria transformada en conocimientos concretos en torno al proceso de desarrollo local, con la finalidad de convertirlo en protagonista como actor clave del mismo, se ha pensado en la estrategia que se propone a continuación la cual mejorará el

tratamiento al tema en la programación habitual de la emisora cabaiguanense (Ver Anexo #15).

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN CON ENFOQUE AL DESARROLLO LOCAL PARA LA EMISORA MUNICIPAL CMGI “LA VOZ DE CABAIGUÁN”

1). Definición de elementos estratégicos:

Para lograr una adecuada definición de los elementos estratégicos de la propuesta, es preciso partir de un breve análisis de la situación, resumido en una descripción general de la institución y la identificación de las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que marcan el tratamiento actual que recibe el desarrollo local en la emisora cabaiguanense; lo cual permitirá encausar el trabajo en el medio de comunicación en función de los propósitos que se definan.

La Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”, situada en el centro mismo de esta ciudad, transmite seis horas diarias, de lunes a domingo, con una programación diferenciada el fin de semana. La misma se dirige a los distintos públicos etéreos que integran la audiencia del medio de prensa local, único de su tipo en el territorio, y entre las principales funciones que cumple se hallan la informativa, recreativa, orientación, cultural, y divulgación.

La programación es diversa e incluye programas de las distintas tipologías: informativos, musicales, variados, con un mínimo de espacios especializados según necesidades del entorno; y en la mayoría de estos el destinatario que prevalece es población general.

Dicha programación radial actualmente dista mucho de las proyecciones del Gobierno Municipal en su Estrategia de Desarrollo Local (EDL), una herramienta de gestión que orienta el accionar del territorio en función del desarrollo local y donde queda claro el papel que en la misma desempeña la radio, específicamente como actor clave del proceso en función de la línea estratégica Gestión del conocimiento, para lograr la participación ciudadana para el cambio social a partir de una comunicación enfocada al desarrollo local.

Existen varios elementos que caracterizan el tratamiento que recibe el proceso de desarrollo local en la emisora cabaiguanense, el cual se resume en las siguientes debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades:

Debilidades:

- Deficiente preparación de los decisores de políticas de divulgación y de las líneas editoriales frena la posibilidad de que el medio tribute más y mejor al desarrollo local.
- No existe una estrategia de trabajo que encauce el accionar de los realizadores radiales en función del desarrollo local.
- La rutina productiva dentro del medio de prensa es vertical, lo que limita la creatividad de los realizadores.
- Los periodistas “dependen” de las fuentes para hacer su trabajo, lo que genera una visión institucionalizada de la realidad local y no orientada desde las demandas de la población, como debe ser.
- Al decidir qué se publica, o sea, la agenda editorial, no se tiene en cuenta el tema desarrollo local, pese a la intencionalidad que poco a poco se le ha dado desde la dirección del país en los últimos tiempos, lo cual impide su inserción en la agenda pública.
- Los momentos en que esta temática recibe cobertura se circunscriben fundamentalmente a la programación informativa a través de la generalización de experiencias de proyectos que se implementan a escala local y se le da prioridad a la arista económica, o sea, se ve el desarrollo local como posibilidad de crecimiento económico.
- El trabajo por sectores en los periodistas, limita una visión más amplia del tema desde otros ámbitos.
- Los recursos radiofónicos, el discurso periodístico y la propaganda radial no se explotan en función del desarrollo local.

- Inexistencia de un catálogo sonoro que permita recrear a través de estos recursos los contenidos de los mensajes que se emiten.
- La capacitación del personal artístico y de los reporteros es insuficiente desde el punto de vista institucional (algunos han participado en cursos del Centro Universitario Municipal (CUM); en la emisora el tema solo ha sido impartido en algunos vespertinos) y la autopreparación es mínima.

Amenazas:

- La política informativa del medio de comunicación es trazada por el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) y el Partido Comunista de Cuba (PCC) sin una intencionalidad marcada en cuanto a la comunicación con enfoque al desarrollo local.
- Los estudiantes que egresan de la carrera de Periodismo en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas no se incorporan a la emisora cabaiguanense para ejercer allí su profesión y prefieren otras opciones, especialmente los medios provinciales, lo que influye en la existencia hoy de plazas vacantes en la plantilla de reporteros.

Fortalezas:

- Los radialistas de la emisora cabaiguanense están dispuestos a superarse en el tema y abiertos a las nuevas posibilidades de ejercer su labor comunicativa, ahora con la incorporación de este enfoque.
- Directivos del medio dispuestos a enfrentar el nuevo reto.
- Reconocimiento por parte del personal de las lagunas que existen en la preparación y el conocimiento en torno al tema y el papel que desempeñan en función de comunicar con enfoque al desarrollo local.

Oportunidades:

- El prestigio del medio de comunicación en su entorno.

- El personal artístico y los reporteros de la emisora se caracteriza por su juventud una etapa de la vida que favorece la incursión en lo nuevo.
- Los trabajadores del medio tienen sentido de pertenencia y conocen la responsabilidad que tienen en el municipio como actores del desarrollo local, y por tanto prima su voluntad y motivación por el tratamiento al tema.
- Desde el 2011 a nivel nacional se vienen incentivando los procesos de desarrollo local y el empoderamiento de los gobiernos municipales, al tiempo de enfatizar en el papel que con este fin desempeña la comunicación y los medios de prensa.

Lo anterior permite establecer que es en dos ámbitos donde existen las principales deficiencias relacionados con la intención de comunicar con enfoque al desarrollo local desde el medio de comunicación enclavado en el entorno cabaiguanense: el conocimiento de radialistas, directivos y población en general sobre el desarrollo local y el papel que en este proceso desempeñan; y las habilidades prácticas de los profesionales del medio para encauzar su trabajo con este enfoque y lograr una mejor utilización y aprovechamiento de los recursos radiofónicos con este fin.

Identificación de públicos meta

La estrategia de comunicación está dirigida a los siguientes públicos meta:

Internos:

- Directivos de la emisora.
- Realizadores radiales: periodistas y artistas (realizadores de sonidos, locutores, directores de programas, asesores).
- Especialistas en medios audiovisuales.
- Otros trabajadores del medio (personal de apoyo).

- Especialistas del desarrollo local, gestores y actores que tributan a la realización radial.

Externos:

- Oyentes: destinatario final de cada espacio.

Definición de objetivos

Objetivo general: Diseñar un sistema de acciones comunicativas dirigidas a lograr un tratamiento adecuado, planificado e intencionado del proceso de desarrollo local a través de una comunicación con este enfoque en la programación radial de la emisora cabaiguanense.

Para cumplir este propósito, la estrategia se dividirá en tres etapas, en correspondencia con las diferentes funciones del proceso de influencias de una herramienta de este tipo: educativa, informativa, y movilizativa o persuasiva. Cada una de estas etapas contiene una intención concreta, de ahí que como parte del proceso de elaboración y en función de las etapas previstas se definan tres objetivos específicos que a su vez darán cumplimiento a la proyección general.

Objetivos específicos:

1. Capacitar sobre el desarrollo local, la EDL del Gobierno y sus líneas estratégicas con vistas a aumentar el conocimiento y nivel de información en torno al tema en los distintos públicos internos para que puedan comunicar con enfoque al desarrollo local.
2. Informar a la audiencia de la emisora cabaiguanense sobre el desarrollo local y su implicación en este proceso, como protagonistas y partícipes de su propio desarrollo.
3. Comprometer a los públicos objetivos en la ejecución de acciones comunicativas para involucrarlos en el proceso de desarrollo local que se implementa en el territorio.

Determinación de ejes psicológicos o conceptuales

Contenido de los mensajes:

La esencia de la estrategia se centra en la comunicación misma, ahora realizada con enfoque al desarrollo local, en aras de hacer partícipes a los públicos meta, y convertirlos en protagonistas de su propio desarrollo. De ahí que el contenido de los mensajes se oriente específicamente a promover en ellos la adquisición de conocimientos en torno al desarrollo local, a través de la información oportuna, planificada y orientada intencionalmente desde la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”, en busca de la participación activa de la ciudadanía. Asimismo, fortalecer la motivación de realizadores radiales del territorio cabaiguanense, el sentido de pertenencia con su terruño, y la voluntad de crear y actuar en función del desarrollo de la localidad.

Ideas esenciales a transmitir:

- La comunicación como eje transversal del desarrollo local en la creación de capacidades y conocimientos bajo un enfoque integral, concertado y sostenible.
- Tú puedes conocer más sobre desarrollo local, presentar ideas, proyectos y apoyar iniciativas locales. Acércate a la Oficina de Proyectos en el Gobierno Municipal.
- Entre todos podemos mejorar la gestión municipal y nuestra calidad de vida.

Lemas:

“Desarrollo local: una oportunidad para todos los cabaiguanenses”.

“El desarrollo local es de todos: participa”.

“Por un desarrollo local inclusivo y participativo en beneficio de los cabaiguanenses”.

“Cambiemos la realidad a favor de nuestro desarrollo”.

Eslogan:

“Cabaiguán: protagonista de su desarrollo”.

Forma:

En cuanto a los elementos relacionados con la forma de los mensajes y el propio slogan, se propone mantener como parte de la estrategia los propuestos en el Proyecto PRODEL “El arte de comunicar la Estrategia de Desarrollo Local de Cabaiguán”, el cual se implementó en el municipio en el 2015 y tuvo a la emisora como una de las entidades participantes.

Respetando entonces el concepto de marca, se decide mantener la gama cromática utilizada en los productos comunicativos, la tipografía, el slogan, y el diseño gráfico del logotipo, para asegurar así que la marca permanezca poderosa, ya que se logró cierta visibilidad en el territorio de estos elementos iconográficos y los públicos meta pueden identificarlos pues ya tienen un espacio en sus mentes.



Fuente: Manual de Identidad Visual. Estrategia de marca para el proceso de desarrollo local. Centro de Desarrollo Local y Comunitario, CEDEL, 2015.

Los códigos cromático y tipográfico se suman a los principios generados en el proyecto. Los colores presentados en el logotipo (dos tonos de verde, que denotan naturaleza, frescura, sostenibilidad, armonía) y la tipografía (DIN es un tipo de letra Sans Serif en el logotipo y Myriad Pro para el eslogan) la primera con una estructura que favorece la lectura, y la segunda tiene un alto grado de legibilidad tanto en el

medio digital como impreso; de ahí que se mantengan dichas tipografías con la finalidad de respetar la identidad de marca lograda.

Pero, teniendo en cuenta que la estrategia se diseña esencialmente para la radio, al logotipo del desarrollo local en Cabaiguán se le incorporaron algunos elementos con la finalidad de adaptarlo a los objetivos trazados y utilizarlo en la propuesta comunicativa.



Se le incorporó al diseño original, el nombre de la emisora cabaiguanense y dos elementos incluidos en el logotipo del Sistema de la Radio Cubana: la palabra Radio y las ondas de este medio en color rojo de acuerdo con el logotipo de la Radio

Fuente: Elaboración propia.

La estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local, se concibe para el período de 2018 – 2020 (tres años). La misma será implementada en el medio de comunicación cabaiguanense, e incluirá también acciones que demandarán la participación de otros actores municipales del desarrollo local, y dirigidas a los públicos meta identificados. Acogerá además otras acciones incluidas en la campaña de *marketing* social que aboga por el reciclaje de los residuos sólidos urbanos, como parte de la implementación del proyecto relacionado con la puesta en marcha del “Centro Integral de Residuos Sólidos Urbanos de Cabaiguán”, y de otros proyectos que se ejecuten en la localidad en ese período.

2). Plan de Medios o Acciones de Comunicación (PMAC):

En el PMAC se incluyen varias actividades y acciones de comunicación que se prevén ejecutar en tres etapas a tono con los objetivos trazados en la estrategia (Ver Anexo #15). Cada etapa se llevará a cabo en un año, de acuerdo con lo previsto en el tiempo total de duración de la estrategia. En general contiene 30 acciones (siete de la primera etapa, 12 de la segunda y 11 de la tercera).

	No.	Medio o acción específica a realizar	Fecha o período de ejecución	Ejecutor	Público destinatario	Objetivo
1ra Etapa Año 2018	1	Insertar el desarrollo local en la agenda editorial de la emisora como tema priorizado a abordar desde las distintas aristas.	A partir de diciembre de 2017 cuando se diseñe la política informativa y la agenda editorial del medio, y para ser abordado cada mes.	Director de la emisora y Subdirectora de Programación.	Públicos internos.	Incorporar el tema desarrollo local en la agenda editorial del medio.
	2	Intencionar la incorporación a la emisora de los egresados de la academia de las carreras de Periodismo y Comunicación Social.	Septiembre de 2018.	Director de la emisora, Presidenta de la Delegación de Base de la UPEC y Especialista de Recursos Humanos.	Públicos internos y externo.	Promover la incorporación de egresados de la universidad en el ejercicio del periodismo.
	3	Promover la cobertura total a la plantilla de periodistas del medio.	Octubre de 2018.	Director de la emisora, Presidenta de la Delegación de Base de la UPEC y Especialista de Recursos Humanos.	Públicos internos y externo.	Completar la plantilla de reporteros del medio de comunicación.
	4	Elaborar de conjunto con el CUM un plan de capacitación para los radialistas	Enero de 2018 para implementar de febrero a junio del mismo año.	Especialista de Recursos Humanos y Secretaria	Realizadores radiales.	Capacitar sobre desarrollo local, la EDL y líneas estratégicas,

		cabaiguanenses.		docente del CUM.		mediante cursos, clases prácticas y paneles de discusión.
	5	Gestionar la participación de radialistas en un diplomado como modalidad de capacitación.	Febrero de 2018 para implementarse de septiembre a diciembre del propio año.	Especialista de Recursos Humanos y Secretaria docente del CUM.	Artistas y periodistas de la emisora.	Capacitar sobre la gestión de proyectos de desarrollo local, habilidades prácticas y herramientas básicas para comunicar con enfoque al desarrollo local.
	6	Crear un producto informático que incluya efectos sonoros propios para la producción radial relacionada con el desarrollo local.	Octubre de 2018.	Informático de la emisora, realizador de sonidos y fonotecaria.	Realizadores radiales.	Dotar a la emisora de un producto informático para facilitar el trabajo de creación y la producción de programas de radio.
	7	Diseñar un suelto con información básica sobre el proceso de desarrollo local en Cabaiguán como documento para la preparación de los radialistas en el tema.	Septiembre de 2018.	Diseñador gráfico del Grupo Gestor de Proyectos de Desarrollo Local y Daimet Sanz, comunicadora social.	Realizadores radiales.	Proveer a los realizadores radiales de información básica sobre el desarrollo local.
2da Etapa Año	8	Diseñar propagandas en sus distintas modalidades para abordar el proceso de desarrollo local mediante el programa más corto de	Todos los meses se diseñan, se graban y se dosifica su transmisión con	Guionistas de propagandas y especialistas en medios audiovisuales.	Oyentes (población general).	Informar a la audiencia sobre el desarrollo local en Cabaiguán, proyectos, actores.

2019		la emisora, y programar su transmisión de manera intencionada y planificada.	frecuencia semanal y en los distintos espacios.			
	9	Incentivar el tratamiento al tema desarrollo local en los espacios informativos mediante trabajos periodísticos en los distintos géneros.	Mensual según distribución del plan temático y orientaciones de los directores de programas.	Directores de programas y periodistas.	Oyentes (población general).	Abordar el tema desarrollo local en todos los espacios informativos de la emisora y a su vez proveer a la audiencia de información y conocimientos sobre el tema.
	10	Incorporar a la Revista Informativa Espectros la Sección “Por el desarrollo local”.	Una frecuencia semanal a partir de enero de 2019 y hasta diciembre de 2020.	Director de la Revista Espectros, periodistas.	Oyentes (población general).	Crear una sección fija para abordar el proceso de desarrollo local.
	11	Gestionar con actores del desarrollo local y especialistas del tema su comparecencia en el medio de manera planificada.	Una frecuencia trimestral (marzo, junio, septiembre y diciembre) y así también durante el 2020.	Subdirectora de programación, directores de, especialistas, actores del desarrollo local.	Oyentes y realizadores radiales.	Propiciar sinergia entre la radio y demás actores del desarrollo local, y a su vez, entregar a la audiencia información actualizada y especializada sobre la temática.
	12	Diseñar un plegable díptico informativo sobre el desarrollo local en Cabaiguán para distribuirlo a la población.	Febrero de 2019.	Diseñador gráfico del Grupo Gestor de Proyectos de Desarrollo	Población general.	Construir un producto comunicativo con información sobre el desarrollo local, con un diseño atractivo,

				Local y Daimet Sanz, comunicadora social.		sencillo y asequible a la población en busca de promover su participación en este proceso.
	13	Crear un enlace para el sitio <i>Web</i> de la emisora bajo el título “Comunicando el desarrollo local” para difundir allí el quehacer del territorio en este sentido gracias a las bondades de la hipermedia.	Abril de 2019 y a partir de mayo del propio año comenzar allí la publicación de trabajos periodísticos, fotos, y productos audiovisuales sobre el desarrollo local con actualización semanal.	Diseñador gráfico del Grupo Gestor de Proyectos de Desarrollo Local, <i>webmaster</i> de la emisora y Daimet Sanz, comunicadora social.	Cibernautas de Cabaiguán o fuera del municipio que visiten el sitio.	Divulgar el desarrollo local de Cabaiguán en internet utilizando los recursos de la hipermedia.
	14	Incorporar a la programación un nuevo espacio, el programa de género titulado “Emprendedores” para divulgar el quehacer de cabaiguanenses que apuestan por el desarrollo local.	A partir de julio de 2019 y hasta diciembre de 2020 con una frecuencia semanal.	Subdirectora de programación y realizadora radial Daimet Sanz.	Oyentes y actores del desarrollo local.	Divulgar acciones emprendedoras de actores del desarrollo local como reconocimiento al buen desempeño en este sentido.
	15	Socializar buenas prácticas e ideas novedosas a través de comparecencias de especialistas o trabajos periodísticos en los	Una frecuencia trimestral a partir de marzo de 2019 y hasta diciembre de 2020.	Directores de programas, responsables de la EDL, miembros del Grupo Gestor	Oyentes, especialistas del tema y gestores de proyectos.	Divulgar buenas prácticas en el desarrollo local, en busca de motivar a otros a que se incorporen a la

		diversos espacios de la parrilla de programación.		y actores del desarrollo local.		acción creativa en torno a esta temática.
	16	Promover la publicación de trabajos periodísticos, fotos y audios relacionados con el desarrollo local en Cabaiguán en la página institucional de la emisora en la red social <i>Facebook</i> .	Una vez a la semana a partir de febrero de 2019 y hasta diciembre de 2020.	Diseñador gráfico del Grupo Gestor de Proyectos de Desarrollo Local, <i>webmaster</i> de la emisora y Daimet Sanz, comunicadora social.	Cibernautas de Cabaiguán o fuera del municipio que visiten el sitio.	Divulgar en la red social <i>Facebook</i> el quehacer del municipio en torno al desarrollo local.
	17	Convocar al “twittazo”: Por el desarrollo local, a través de la radio cabaiguanense.	Se hará en dos ocasiones: el cinco de junio de 2019 (día mundial del medio ambiente) y el 15 de octubre en el contexto de las celebraciones por el día de la cultura cubana.	Jefe del departamento informativo y periodistas.	Cibernautas de Cabaiguán o fuera del municipio seguidores de @rcabaiguan y de las cuentas personales de los periodistas del medio.	Promover la generación de contenidos en la red social <i>Twitter</i> sobre el desarrollo local de Cabaiguán, aportar nuevas ideas y socializar experiencias.
	18	Diseñar y publicar el boletín “Cabaiguán: protagonista de su desarrollo”.	Una emisión semestral (junio y diciembre) cada año.	Diseñador gráfico del Grupo Gestor de Proyectos de Desarrollo	Población general.	Divulgar el quehacer del municipio en el desarrollo local, así como de los radialistas

				Local y Daimet Sanz comunicadora social.		cabaiguanenses en la comunicación con este enfoque y la gestión del conocimiento.
	19	Insertar en la programación habitual de la radio acciones correspondientes a la cobertura informativa y de comunicación de las campañas que ejecutan los proyectos de desarrollo local que se implementen en el territorio y que se sirven para ello de la radio, único medio de comunicación de la localidad.	Según cronograma establecido en dichas campañas y previo análisis en el Consejo de Programación de la emisora para evaluar su factibilidad y finalmente decidir modo y frecuencias de transmisión.	Coordinadores de iniciativas de desarrollo, gestores de proyectos, director de la emisora, periodistas, especialistas en medios audiovisuales.	Oyentes y gestores de proyectos de desarrollo local.	Divulgar las proyecciones, acciones y resultados correspondientes al trabajo desarrollado como parte de las iniciativas y proyectos de desarrollo local que se implementen en el territorio.
3ra Etapa Año 2020	20	Realizar estudios de audiencia y recepción para conocer cómo se están recibiendo los mensajes que sobre el desarrollo local transmite la emisora y registrar sugerencias al respecto para adaptar el trabajo en lo adelante en caso necesario.	Enero y febrero de 2020.	Especialistas en medios audiovisuales.	Oyentes.	Constatar que los mensajes transmitidos por la emisora relacionados con el desarrollo local son escuchados por la audiencia y obtener sugerencias para mejorar el trabajo al respecto.
	21	Convocar al concurso "Radialistas por el desarrollo local".	Divulgar convocatoria durante primer trimestre para	Especialistas en medios audiovisuales.	Realizadores radiales.	Promover la competencia de saberes y la socialización de

			efectuar el evento en abril de 2020 (en el contexto de la semana de la cultura cabaiguanense.			prácticas radiofónicas sobre el desarrollo local.
	22	Desarrollar un taller de prácticas periodísticas para exponer resultados e incorporar nuevas ideas en el tratamiento al desarrollo local desde la radio.	Julio de 2020.	Especialistas en medios audiovisuales y jefe del departamento informativo.	Periodistas.	Crear un espacio de debate e intercambio entre reporteros para presentar ideas, proyectos y trabajos en torno al desarrollo local.
	23	Insertar el tema desarrollo local a través de una conferencia magistral en las sesiones teóricas del Festival de la radio cabaiguanense.	Jornada a propósito del Festival de la radio local en septiembre de 2020 (según cronograma confeccionado).	Especialistas en medios audiovisuales y Asesora de proyectos en el municipio.	Realizadores radiales, y población general que desee participar.	Actualizar al auditorio sobre el desarrollo local en Cabaiguán.
	24	Crear un producto audiovisual que refleje el quehacer de la radio a 15 años de su creación en el desarrollo local de Cabaiguán, para presentarlo en el contexto de las celebraciones por el aniversario 16 de creada la emisora en el 2020.	Jornada a propósito del Festival municipal de la radio en septiembre de 2020 (según cronograma confeccionado).	Realizador audiovisual del Grupo Gestor de Proyectos de Desarrollo Local y Daimet Sanz comunicadora social.	Población general.	Informar sobre el quehacer de la radio en el desarrollo local.
	25	Realizar un programa de opinión y debate Agenda	Una frecuencia semestral (junio y	Director de la emisora,	Oyentes.	Habilitar un espacio de socialización y

		Abierta con carácter semestral como espacio de socialización e intercambio con la audiencia.	diciembre) en el 2020.	director del programa, especialistas del tema y responsables de la EDL del Gobierno.		debate entre la audiencia, la radio y los especialistas y responsables del desarrollo local en el municipio, para conocer sus expectativas y proyecciones sobre el tema.
	26	Habilitar en la programación habitual del medio, un espacio para que gestores de proyectos y actores del desarrollo local promuevan su accionar, buscando una coherencia entre la línea estratégica a la que tributan y el perfil del programa donde se incluirá.	Una frecuencia trimestral en el 2020 (enero, abril, julio, octubre).	Subdirectora de programación, directores de programas, gestores de proyectos y actores del desarrollo local.	Oyentes según destinatario de cada programa.	Divulgar el accionar de gestores de proyectos y actores del desarrollo local en el municipio.
	27	Trabajar con los niños y adolescentes que integran el Círculo de Interés de Locución y Periodismo de la emisora, para insertarlos en acciones a favor de la participación activa de la ciudadanía en función del desarrollo local.	Una vez al mes.	Realizador radial Yaikel Arias, Coordinador del Círculo de Interés.	Niños y adolescentes del Círculo de Interés de la emisora y población general.	Divulgar información sobre el desarrollo local, y promover la participación de los niños y adolescentes y la ciudadanía en general en función del tema, mediante conferencias y actividades.
	28	Convocar a la exposición	Marzo de 2020	Especialistas	Población	Presentar en

		fotográfica “El desarrollo local en el lente de los cabaiguanenses” y seleccionar la mejor imagen para ser premiada.	(rememorando la última actualización de la EDL de Cabaiguán).	en medios audiovisuales, responsables de la EDL en el Gobierno, especialistas del tema y de la fotografía que participarán como jurado.	general, fotógrafos profesionales y aficionados a la fotografía en el territorio.	imágenes los principales resultados del municipio en el desarrollo local.
	29	Presentar a convocatorias un proyecto de desarrollo local de la emisora con vistas a obtener un financiamiento externo para fortalecer la entidad y mejorar la calidad del desempeño cotidiano de sus radialistas.	Según cronograma.	Gestores de proyectos de la emisora.	Realizadores radiales y demás trabajadores del medio de prensa.	Diseñar un proyecto de desarrollo local dirigido a la divulgación del proceso desde la emisora local.
	30	Presentar los principales resultados de la implementación de la estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local a los públicos objetivos mediante los canales pertinentes.	Diciembre de 2020.	Daimet Sanz, comunicadora social y diseñadora de la estrategia.	Gobierno Municipal y dirección de la emisora.	Informar sobre resultados de la implementación de la estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local.

3). Análisis del presupuesto:

Para la implementación de la estrategia presentada se requiere disponer de un presupuesto que permitirá la realización de algunas de las acciones propuestas que necesitan determinado financiamiento.

A partir de septiembre de 2018 se requerirá dicho presupuesto para costear el diseño, publicación y reproducción del suelto informativo pero el mismo correrá a cargo del proyecto “El arte de comunicar la Estrategia de Desarrollo Local de Cabaiguán”, de modo que, en ese propio año, el Director de la emisora cabaiguanense pueda presentar al plan de la economía la solicitud demandada con vistas a contar con ese presupuesto para el 2019.

El mismo cubrirá entonces en el citado año y hasta la culminación de la estrategia en el 2020, el pago al diseñador y *webmaster*, el pago a los realizadores del programa de género “Emprendedores” y la sección “Por el desarrollo local”, así como a los especialistas que comparecerán una frecuencia cada tres meses. Además, se necesita presupuesto para adquirir los premios a la mejor fotografía y a los radialistas ganadores del concurso, también para cubrir acciones referidas a la logística con vistas a asegurar las actividades de capacitación y los talleres de socialización de experiencias, así como la publicación y reproducción de otros materiales como el plegable díptico y el boletín. A continuación, se muestra una tabla con el presupuesto aproximado que se necesita para ejecutar las acciones programadas, y que asciende a 5000.00 pesos:

Descripción del gasto	Costo en MN
Recursos para asegurar las acciones de capacitación y talleres de socialización.	750.00
Material gastable y otros insumos (papel, lapiceros, cartuchos y cintas de impresora).	500.00
Reproducción de materiales.	1500.00
Pago a especialistas, realizadores radiales, diseñador y <i>webmaster</i> .	2000.00
Recursos para premiar a ganadores del concurso entre radialistas y del de fotografía.	250.00
Total	5000.00

Fuente: Elaboración propia.

4). Control y evaluación de la estrategia:

Como se expresó anteriormente la estrategia se prevé implementar en un período de tres años (2018 al 2020). Durante esta etapa, las responsables de controlar su ejecución son la Vicepresidenta del Gobierno Municipal al frente de la línea estratégica dos Gestión del conocimiento de la EDL de Cabaiguán, y la Asesora de Proyectos del territorio.

Cada vez que finalice una etapa de la estrategia, se deberá realizar un corte evaluativo para monitorear y controlar su evolución. Asimismo, el seguimiento se realizará de manera constante por parte de la investigadora que propone la estrategia, a través de la observación de las acciones ejecutadas, el cumplimiento de los objetivos propuestos y el impacto provocado en los públicos objetivos.

Concluida la implementación de la estrategia, se aplicarán técnicas de recolección de datos como entrevistas y cuestionarios, las cuales permitirán constatar si todas las acciones propuestas fueron ejecutadas o analizar las causas en caso negativo. La evaluación constante permitirá medir la efectividad de la estrategia, lo cual está directamente relacionado con el cumplimiento de los objetivos trazados. A partir ahí se analizarán los resultados obtenidos, y se darán a conocer a los públicos objetivos a través de los canales de comunicación pertinentes y disponibles para ello.

3.2 Evaluación de la propuesta de estrategia mediante el criterio de expertos.

Con el propósito de evaluar la calidad y efectividad de la propuesta de estrategia diseñada se utilizó el método Delphy o criterio de expertos, una de las técnicas más empleadas para la validación de herramientas de este tipo. El mismo ofrece varias ventajas: criterios de mayor grado de complejidad, el consenso logrado es confiable, la toma de decisiones sobre la base de los resultados obtenidos tiene la probabilidad de ser eficiente, permite valorar alternativas de solución, evita conflictos entre los expertos, logra un clima favorable a la creatividad y garantiza la libertad de opiniones (Lorenzo, 2012).

Para su aplicación se siguen cuatro pasos esenciales:

1). Elaboración del objetivo: Posibilita validar la propuesta desde su concepción teórica. En este caso, se trata de validar la propuesta de estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local para la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”.

2). La selección de los expertos: Es considerada como una de las etapas más importantes en el proceso de evaluación. Se entiende por experto “tanto al individuo en sí como a un grupo de personas u organizaciones capaces de ofrecer valoraciones conclusivas de un problema en cuestión y hacer recomendaciones respecto a sus momentos fundamentales con un máximo de competencia” (Pérez, Valcárcel & Colado, 2005).

Con este fin se hace llegar a los especialistas una comunicación (Ver Anexo #16) con el propósito de conocer su disposición a participar como posibles expertos en la investigación. Ello conduce a la conformación final de la relación de expertos (Ver Anexo #17) que por su voluntad de colaborar y conocimientos en la temática participarán en la evaluación de la estrategia.

A continuación, los expertos se someten a una autovaloración de los niveles de información y argumentación que poseen sobre el tema en cuestión. De acuerdo con Pérez, Valcárcel & Colado (2005), posteriormente se calcula el coeficiente de competencia (K) de los 16 expertos seleccionados por estar vinculados al tema de la propuesta de estrategia diseñada, a partir de la integración de los cálculos del coeficiente de conocimiento (Kc) que poseen acerca del tema de investigación, y el coeficiente de argumentación (Ka) que les permiten emitir los criterios, una vez contestado el cuestionario (Ver Anexo #18).

Para la obtención del coeficiente de conocimiento (Kc) se multiplica por 0.1 la valoración dada por cada posible experto en la escala sobre el conocimiento que posee de la temática (pregunta 1 del cuestionario), considerando como Kc alto entre 1 y 0.9, medio entre 0.8 y 0.6 y bajo desde 0.5 hasta 0.

Para la obtención del coeficiente de argumentación o fundamentación de los criterios del experto (K_a), a cada posible experto se le presentó una tabla modelo sin cifras y se le orientó marcar con una X cuáles de las fuentes de argumentación propuestas consideran que tienen influencia en sus conocimientos (pregunta 2 del cuestionario), de acuerdo con los grados alto, medio y bajo; considerando como K_a alto cuando $0.8 \leq K_a \leq 1$, medio cuando $0.5 \leq K_a < 0.8$ y bajo cuando $0 \leq K_a < 0.5$.

De esta forma, se determinó el coeficiente de competencia K para cada experto, donde $K = \frac{1}{2}(K_c + K_a)$, teniendo en cuenta que se considera que entre los valores $0.8 \leq K \leq 1$, el experto tiene competencia alta, entre los valores $0.5 \leq K < 0.8$, el experto tiene competencia media y entre $0 \leq K < 0.5$, el experto tiene competencia baja.

El análisis de los resultados finales (Ver Anexo #19) condujo a la selección definitiva de los 16 expertos como evaluadores de la propuesta los cuales aportaron un nivel de competencia entre alto (15) y medio (1), lo que constituye el 100% del total de candidatos. Ello permitió asegurar la confiabilidad del estudio sometido a su consideración.

3). Selección y ejecución de la metodología: A los expertos seleccionados se les presentó una guía para la evaluación de la propuesta de estrategia (Ver Anexo #20) y fueron consultados individualmente. El instrumento para la consulta fue elaborado a partir de la metodología planteada por el método Delphy para recoger información, en el cual los expertos expresan su criterio sobre cada indicador. Para ello se siguen las escalas de valores siguientes: Muy Adecuada(o) (MA- 5); Bastante Adecuada(o) (BA- 4); Adecuada(o) (A-3); Poco Adecuada(o) (PA-2); e Inadecuada(o) (I-1). Asimismo, se dio la posibilidad de exponer otras opiniones, cambios, adiciones, supresiones u otro aspecto relacionado con la estrategia.

4). Procesamiento de la información: Constituye el paso final y brinda los datos estadísticos necesarios para realizar la valoración de la propuesta. Las evaluaciones se efectúan a través de un sistema de procedimientos organizados, lógicos y estadísticos-matemáticos, dirigidos a obtener la información proveniente de los

expertos y su posterior análisis, con el objetivo de tomar decisiones confiables (Ver Anexo #21).

Para determinar la categoría o grado de adecuación de cada uno de los pasos, o sea, de los indicadores que permiten evaluar la estrategia, y utilizando el procedimiento propuesto en el método Delphy, se opera del modo descrito a continuación.

Tomando como referencia el valor calculado de N-P, y los puntos de corte para cada categoría se obtiene entonces que:

Muy Adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Inadecuado
N-P \leq Punto de corte de esa categoría	Punto de corte de categoría anterior \leq N-P \leq Punto de corte de esa categoría	Punto de corte de categoría anterior \leq N-P \leq Punto de corte de esa categoría	Punto de corte de categoría anterior \leq N-P \leq Punto de corte de esa categoría	Punto de corte de categoría anterior \leq N-P \leq Punto de corte de esa categoría

Sustituyendo:

Pasos	Muy Adecuado	Bastante Adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Inadecuado
1	$-0.06 \leq 1.29$				
2	$-0.54 \leq 1.29$				
3	$-0.05 \leq 1.29$				
4	$-0.70 \leq 1.29$				
5	$-0.70 \leq 1.29$				
6	$-0.15 \leq 1.29$				
7	$-0.61 \leq 1.29$				
8	$-0.61 \leq 1.29$				
9	$-1.09 \leq 1.29$				

Entonces, de acuerdo a la escala anterior, los pasos o indicadores de la metodología establecida para evaluar la propuesta de estrategia se corresponden con el requisito de Muy Adecuado como categoría otorgada por los expertos, al enmarcarse dentro de los valores resultantes de los cálculos definidos por el método Delphy. Debido a que se obtuvo un resultado positivo en la evaluación, no se necesitan aplicar nuevas rondas a los expertos.

Como resultado del procesamiento de las respuestas a la guía, se identificaron las regularidades en relación con los juicios de mayor consenso emitidos por los expertos consultados en relación con la propuesta de estrategia diseñada, los cuales denotan la calidad de la propuesta. A continuación, una síntesis de la evaluación de los expertos:

- La estrategia refleja los principios teóricos que la sustentan, responde en su diseño a lo previsto en la metodología empleada para su confección, lo cual conduce al logro del objetivo propuesto.
- Posee un orden lógico en las etapas declaradas para el establecimiento de las actividades propuestas y en su ejecución, en correspondencia con los objetivos trazados.
- Los indicadores del sistema de control propuestos son precisos y miden el cumplimiento de los objetivos.
- Es factible, cumple con su proyección real de utilización y de los recursos que necesita para la ejecución de las actividades.
- Es aplicable, consta de la suficiente claridad lo que facilita su implementación por otras personas.
- Es generalizable, su aplicabilidad y factibilidad permiten la extensión de los resultados a otras emisoras municipales en condiciones normales, donde se presenten similares características aunque cambie el contexto.

- Tiene pertinencia por su importancia y su valor social, además de responder a la necesidad actual de proveer a la emisora de una herramienta concreta para el tratamiento del tema desarrollo local en la programación radial.
- Tiene novedad y originalidad, pues hasta el momento la emisora cabaiguanense carecía de la misma.
- Tiene validez, pues su concepción total conduce al logro de los objetivos trazados.

3.3 Conclusiones parciales.

Partiendo del modelo propuesto por Cardoso (2002) y de los resultados del diagnóstico realizado como parte de la investigación se diseñó la propuesta de estrategia con enfoque al desarrollo local para fortalecer el tratamiento a este proceso en la programación de la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”.

La estrategia diseñada prevista a ejecutarse en el período 2018-2020 consta de cuatro pasos esenciales y 30 actividades integran el Plan de Medios y Acciones de Comunicación; las cuales, divididas en tres fases y orientadas hacia los distintos públicos meta, permiten cumplir los objetivos trazados tomando como referencia el presupuesto solicitado para su implementación y las indicaciones establecidas como parte de su control y evaluación.

Mediante el método Delphy o criterio de expertos fue evaluada la propuesta de estrategia diseñada, donde 16 expertos avalaron su calidad a partir de indicadores establecidos como: reflejo de la concepción teórica y práctica, orden lógico y metodológico en las etapas, indicadores del sistema de control establecidos para medir el cumplimiento de los objetivos, la factibilidad, aplicabilidad, nivel de generalidad como solución práctica al problema presentado, nivel de pertinencia, originalidad y validez.

Con la propuesta de la estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local apta para su implementación gracias a la evaluación realizada mediante el criterio de expertos, se cumple el objetivo general de la investigación y la hipótesis trazada.

CONCLUSIONES

1. La comunicación constituye eje transversal en el desarrollo local que incide en el cambio de comportamientos y la participación ciudadana; y la radio, como medio enmarcado en el ámbito local, desempeña un rol educativo y articulador entre los actores y puede promover una comunicación con enfoque al desarrollo local a través de la programación que cada día transmite a sus oyentes. Los fundamentos teóricos estudiados en la diversa bibliografía consultada permitieron conocer el estado del arte del tema investigado.
2. El tratamiento que actualmente recibe el desarrollo local en la programación habitual de la CMGI “La Voz de Cabaiguán” es escaso, reducido a los espacios informativos, debido al desconocimiento de directivos y realizadores radiales, y a la falta de intencionalidad en los decisores que trazan la política informativa quienes no incluyen este tema en la agenda editorial del medio de comunicación. Además, incide el bajo aprovechamiento de los recursos radiofónicos, el discurso periodístico y la propaganda; la plantilla de reporteros incompleta; la falta de exigencia del Gobierno Municipal como principal gestor del proceso; y las incoherencias entre los objetivos de trabajo de la emisora y las proyecciones de la EDL del territorio.
3. Se diseñó la estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local que incluye cuatro pasos estratégicos y propone un sistema de actividades dirigido a los públicos internos de la emisora y a los oyentes. La misma contribuye al tratamiento adecuado, planificado e intencionado de este proceso a través de los diferentes recursos de que dispone el medio radial.
4. La evaluación mediante el criterio de expertos de la estrategia diseñada permitió constatar la estructura lógica y coherente del producto, su validez, pertinencia, aplicabilidad y factibilidad, además de su eficacia en pos de solucionar el problema abordado; y proveer a la emisora cabaiguanense de una herramienta concreta para el tratamiento al desarrollo local en su programación.

RECOMENDACIONES

- 1.** Socializar los resultados de la investigación con los trabajadores de la planta radial cabaiguanense y responsables de la EDL del Gobierno Municipal.
- 2.** Implementar la propuesta de estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local para la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán” en la fecha prevista; para elevar los conocimientos de radialistas y oyentes sobre el tema, mejorar el tratamiento a este proceso en la programación radial y cumplir el rol que debe desempeñar el medio favoreciendo la participación activa de los cabaiguanenses en este proceso como protagonistas de su desarrollo.
- 3.** Generalizar la experiencia a otras emisoras municipales de radio de la provincia y el país, adaptando la propuesta a las características de su entorno y a sus problemáticas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acurio, T. (2001). *La comunicación en la planificación y gestión del desarrollo local. Haciendo desarrollo con la gente. Serie Comunicación y Participación Ciudadana para el Desarrollo Local*. Perú: Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA.
- Alfa Media, (s.f). Los lenguajes de los medios. Resumen del texto Canales de comunicación para el aprendizaje, tomado del sitio Web Alfa Media <http://www.mariapinto.es/alfamedia/canales.htm>. En Saladrigas, H. et al. (s.f.). (comp). *Selección de lecturas Comunicación Social. Volumen III*, 321-335. La Habana: Félix Varela.
- Alfaro, R.M. (1993). *Una comunicación para otro desarrollo*. Extraído el 6 de abril de 2015 de: http://www.calandria.org.pe/rec_descarga.php?id_rec=327.
- Alonso, J. (2006). *Tipos y Técnicas de Investigación*. Curso de Metodología de la investigación. Santa Clara, Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.
- Alonso, M. M. & Saladrigas, H. (2002). *Para investigar en Comunicación Social. Guía didáctica*. La Habana: Félix Varela.
- American Psychological Association. (2009). *Publication Manual of the American Psychological Association* (6th Ed.). Washington, DC: Author.
- Arellano, E. (1998, enero - marzo). La estrategia de comunicación como un principio de integración/ interacción dentro de las organizaciones. *Revista Razón y palabra*, 3. Extraído el 6 de abril de 2015 de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/supesp/estrategia.htm>.
- Ayes, G. N. (2006). *Desarrollo sostenible y sus retos*. La Habana: Científico-Técnica.
- Boerger, V. (2010). *Comunicación para el desarrollo y uso de redes para el manejo de agua*. Extraído el 6 de abril de 2015 de: <http://www.pnuma.org/agua-miaac/REGIONAL/MATERIAL%20ADICIONAL/PRESENTACIONES/PONENTES/>

[Tema%202%20-%20Herramientas/Herramientas%20de%20comunicacion%20para%20el%20desarrollo%20-%20Vera%20Boerger/Comunicacion%20para%20el%20desarrollo.pdf.](#)

Bretones, M. T. (1997). *La comunicación política mediática y sus dimensiones sociales, Parte II*. Tesis Doctoral. España, Universidad de Barcelona.

Calviño, M. (2004). *Actos de comunicación. Desde el compromiso y la esperanza*. La Habana: Ediciones Logos.

Cardoso, H. (2002). *Diseño de estrategias de comunicación*. Santiago de Cuba: Universidad de Oriente.

Carrillo, R. (2005). Metodología de la investigación y estadística para comunicadores. *Revista Espacio*, 10, 25-28. La Habana: Ediciones Logos.

Castañeda, M. (2005). *Comunicación y Desarrollo Local. Cuaderno de consulta*. Perú: Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA.

Centro de Desarrollo Local y Comunitario (CEDEL), (2015). *Manual de Identidad Visual. Estrategia de marca para el proceso de desarrollo local*. [CD-ROM]. La Habana: CEDEL.

ConectaDEL (2013). *Comunicación para el desarrollo. Apuntes para facilitadores*. Programa Regional de Formación en Desarrollo Económico Local con Inclusión Social para América Latina y El Caribe, del Fondo Multilateral de Inversiones. Extraído el 16 de junio de 2016 de: <http://www.conectadel.org>.

Connolly, C. (2008). *Organizational Culture: Is it a Plus or a Minus in Your Organization?* Extraído el 10 de febrero de 2010 de: <http://static1.1.sqspcdn.com/static/f/1196634/16775661/1330053232333/OrganizationalCulture-PlusMinus-connolly.pdf?token=IVZc2siNg%2B9mVv9x3gggHenehQQ%3D>

- Córdova, A. O., Font, I., Gudiño, P., Hernández, E. R. & Sánchez, A. (1998, julio - diciembre). Un enfoque del estudio de la cultura organizacional. *Revista Gestión y estrategia*, (7), 14. Extraído el 10 de febrero de 2010 de:
<http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num14/doc09.html>.
- Costa, J. (1995). *Comunicación corporativa y revolución de los servicios*. Madrid: Ediciones de las Ciencias Sociales.
- Cubías, A. (2006). *La planificación operativa*. Extraído el 27 de abril de 2010 de:
<http://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1HLNYZJM9-1F5FY09-LX6/Planificaci%C3%B3n%20Operativa.pdf.pdf>.
- De Santamaría, L., Quiroz, E., Díaz, G. & Melamed, M. (2013). *Técnica de Espina de Pescado*. Extraído el 25 de mayo de 2017 de:
<https://es.slideshare.net/MordahayM/tcnica-espina-de-pescado>.
- Del Pino, T. (2016). *La comunicación en el desarrollo local. Experiencias de proyectos infocomunicacionales en Cuba*. Trabajo presentado en el Taller de Comunicación y Desarrollo Local, 27-29 de enero, La Habana.
- Díaz, B. (2015). *Estrategia de comunicación para la gestión local del hábitat en el municipio Cumanayagua*. Tesis de Licenciatura. Santa Clara, Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.
- Díaz, K. (2008). *Publicidad, Comunicación y Estrategias para comunicadores sociales*. México: Cruet & Asociados.
- Díaz, Y. (2016). *El desarrollo local, un enfoque integral e inclusivo. Conceptos y propuestas metodológicas*. Trabajo presentado en el Taller de Comunicación y Desarrollo Local, 27-29 de enero, La Habana.
- Diéguez, C.R. (2003). *Seguimos haciendo radio*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Domínguez, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. México: Red Tercer Milenio S.C.

- Enciclopedia Colaborativa Ecured. (2017). *Radio en Cuba*. Extraído el 23 de febrero de 2017 de: https://www.ecured.cu/Radio_en_Cuba.
- Fernández, C. (1997). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.
- Garcés, R. (s.f). *Programas de radio. Selección de textos*. La Habana: Félix Varela.
- García, M. & González, I. (2014, julio - septiembre). Construcción del discurso periodístico con enfoque al desarrollo local en el Periódico Guerrillero. *Revista Avances*, 3, 246-256. Extraído el 6 de abril de 2015 de: <http://www.ciget.pinar.cu/Revista/No.2014-3/art%EDculos/Discurso%20periodistico.pdf>.
- García, M. et al. (2006). *Las teorías acerca del subdesarrollo y el desarrollo: una visión crítica*. La Habana: Félix Varela.
- Gobierno Municipal de Cabaiguán, (2015, marzo). *Estrategia de Desarrollo Local*.
- Gómez, N. (2005). El giro cultural en los estudios de comunicación. *Revista Espacio*, 10, 32-35. La Habana: Ediciones Logos.
- González, A. & Díaz, B. (2015). *Hábitat, comunicación y desarrollo local*. Manuscrito no publicado.
- González, A. (2011). *Gestión estratégica de la comunicación en el Centro de Investigación y Desarrollo de las Estructuras y los Materiales (CIDEM) de la Universidad Central de Las Villas*. Tesis de Maestría. Santa Clara, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.
- González, I. (2016). *Medios territoriales en Cuba. ¿Qué se hace y qué falta para lograr un periodismo con enfoque al desarrollo local?* Trabajo presentado en el Taller de Comunicación y Desarrollo Local, 27-29 de enero, La Habana.
- González, J. C. (2005). *AMBOS. Autoexpresión y comunicación interpersonal en la organización*. La Habana: Ediciones Logos.

- González, O. (2011). *Los medios de comunicación en el desarrollo local: Una aproximación teórica desde Cuba*. Extraído el 16 de junio de 2016 de: <http://www.monografias.com/trabajos86/medios-comunicacion-desarrollo-local-aproximacion-teorica-cuba/medios-comunicacion-desarrollo-local-aproximacion-teorica-cuba.shtml>.
- Grau, R., Correa, C. & Rojas, M. (1999). *Metodología de la investigación*. Ibagué: Coruniversitaria.
- Guzón, A. (2016). *Estrategia de Desarrollo Local: Herramienta de gestión municipal*. Trabajo presentado en el Taller de Comunicación y Desarrollo Local, 27-29 de enero, La Habana.
- Guzón, A. et al. (2011). *Cataurito de herramientas para el desarrollo local*. La Habana: Caminos.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4. ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Herrera, J.J. (2011). *La Radio Comunitaria, estrategia para la comunicación pública*. Artículo científico para optar por el Título de Especialista en Comunicación Organizacional. Colombia: Universidad de Manizales.
- Hoeberichts, A. & López, M. (2001). *Comunicación y radio para el desarrollo local: una propuesta latinoamericana a partir de la radio ciudadana en el Perú. Guía para la acción*. Ecuador: Abya Yala.
- Ibargollín, G. et al. (2005). *Estudio de Entorno de la Emisora Municipal CMGI "La Voz de Cabaiguán"*. Documento oficial. Sistema de la Radio en Sancti Spíritus.
- Instituto Cubano de Radio y Televisión, (2016). *La comunicación sobre la mesa*. Programa Televisivo Mesa Redonda, 9 de septiembre. [Video]. La Habana: Televisión Cubana.

- Iñíguez, L. (2016). *La actualización del modelo económico cubano desde la perspectiva territorial*. Trabajo presentado en el Taller de Comunicación y Desarrollo Local, 27-29 de enero, La Habana.
- Kaplún, G. (2001). *Comunicación, educación y cambio*. La Habana: Caminos.
- Kaplún, M. (1999). *Producción de programas de radio*. Ecuador: CIESPAL.
- Labacena, Y. (2017, marzo, 01). Crean Cátedra de Información y Comunicación para el Desarrollo. *Juventud rebelde*. 52 (113), 8.
- López, I. (2016). Programa A tiempo. [Video]. La Habana: Televisión Cubana.
- López, J.I. (2000). *Manual urgente para radialistas apasionados*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- López, L. (2003). *Comunicación Social*. La Habana: Félix Varela.
- López, O. L. (2002). *La radio en Cuba*. La Habana: Letras cubanas.
- Lorenzo, J. A. (2012). *Estrategia de capacitación en comunicación social para los trabajadores por cuenta propia*. Tesis de Maestría. Sancti Spíritus, Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez”.
- Marañón, E., Bauzá, E. & Bello, A. A. (2006, noviembre). La comunicación interna como proceso dinamizador para fomentar valores institucionales y sustento de una identidad universitaria. *Revista Iberoamericana de Educación*, 40. Extraído 10 de febrero de 2010 de:
<https://es.slideshare.net/Lascienciasdelaprendizaje/comunicacin-interna-como-proceso-dinamizador-para-fomentar-valores-institucionales-y-sustento-de-una-identidad-universitaria-por-enrique-maran-eriberto-bauz-y-ana-bello>.
- Marí, V.M. (2010). El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios. En Estudios cinematográficos:

revisiones teóricas y análisis, *Revista Razón y Palabra*, 71. Extraído el 6 de abril de 2015 de: www.razonypalabra.org.mx.

Martin, M.V. (2007, febrero - marzo). Planificación en Comunicación: Tres Aproximaciones a su Finalidad en las organizaciones. *Revista electrónica Razón y Palabra*, 55. Extraído el 10 de febrero de 2010 de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n55/mmartin.html>.

Martínez, Y. (2009). *Hablemos de comunicación. Una aproximación a las dimensiones esenciales de la comunicación institucional*. La Habana: Ediciones Logos.

Mejía, B. M. & Giraldo, L. (2011, octubre). Estrategias comunicativas para la movilización social en procesos de planeación del desarrollo local. *Revista Argumentos*. Argentina: Instituto de Investigaciones Gino Germani.

Mieres, A. (2016). *Información: Crean Cátedra de Información y Comunicación para el Desarrollo en la Universidad de La Habana*. Programa Habana Noticiario, 28 de febrero. [Video]. La Habana: Televisión Cubana.

Monerris, A. (2006). *Estrategia de Comunicación*. Extraído el 6 de abril de 2015 de: <http://conceptos-estrategicos-clave.blogspot.com/2006/11/estrategia-de-comunicacin.html>.

Monteagudo, V. (2011): *En la misma dirección...hacia un desarrollo local*. Tesis de Licenciatura. La Habana: Universidad de La Habana.

Muñoz, L., Pedrozo, C., Manrique, M. & Ospina, W. (2011). *Programación en radio*. Extraído el 25 de febrero de 2016 de: https://www.google.com.cu/?gws_rd=ssl#q=programacion+radial+definicion.

Muriel, M. L. & Rota, G. (1980). La implementación de la comunicación institucional. En Saladrigas, H. et al. (s.f.). (comp.). *Selección de lecturas Comunicación Social. Volumen III*, 288-320. La Habana: Félix Varela.

- Nápoles, E., Portal, R. & Del Pino, T. (2012, julio - septiembre). Comunicación y desarrollo: posibles articulaciones en el contexto cubano. *Revista Temas*, 71, 66-73. Extraído el 6 de abril de 2015 de: http://www.temas.cult.cu/revistas/71/066-073_Napoles.pdf.
- Nieves, F. (2006). *Plan estratégico de comunicación*. Extraído el 7 de abril de 2010 desde: <https://es.scribd.com/document/234268449/Nieves-F-2006-Comunicacion-Estrategica>
- Núñez, C. & Antillón, R. (1995). *Para construir el futuro hay que soñarlo primero. Elementos en torno a la planeación estratégica*. México: IMDEC.
- Ochoa, R. & Pérez, F. (2006). *Manual de técnicas participativas*. La Habana: Molinos Trades.
- Partido Comunista de Cuba (PCC), (2011). *Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución*; aprobados en el VI Congreso del Partido Comunista de Cuba, abril, 18, La Habana: Editora Política.
- Partido Comunista de Cuba (PCC), (2016). *Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social hasta 2030: Propuesta de Visión de la Nación, Ejes y Sectores Estratégicos*; aprobado en el VII Congreso del Partido Comunista de Cuba, 16-19 de abril, La Habana: Editora Política.
- Partido Comunista de Cuba (PCC), 2016. Actualización de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el período 2016-2021, aprobados en el VII Congreso del Partido en abril; y por la Asamblea Nacional del Poder Popular en julio, La Habana: Editora Política.
- Pastor, N. (2013). *Desarrollo y Plan de Comunicación de una emisora de radio: Radio Élite*. Trabajo final de grado. España: Universidad Politécnica de Valencia.
- Pérez, A.O., Valcárcel, N. & Colado, J. (2005). *Método DELPHY*. La Habana: Universidad Pedagógica “Enrique José Varona”.

- Pérez, R. M. (2009). La comunicación de bien público y su importancia en la sociedad moderna. *Revista Espacio*, 12, 43-45. La Habana: Ediciones Logos.
- Portal, R. (2009). *Comunicación para el desarrollo*. La Habana: Félix Varela.
- PRODEL. (2012). *Rutas del Desarrollo Local*. Folleto del Programa de Fortalecimiento de Capacidades para el Desarrollo Local.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23a ed.). Madrid: Autor.
- Rodríguez, A. & Virizuela, M. (1988). Apuntes para una política de desarrollo local en Vitoria-Gasteiz. En *La ciudad. Instrumento de recuperación económico y de creación de empleo*. España: Ayuntamiento de Vitoria-gasteiz.
- Rodríguez, G., Gil, J. & García, E. (2004). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. La Habana: Félix Varela.
- Rodríguez, M. (1981). *Radio periodismo*. Santiago de Cuba: Editorial Oriente.
- Rosello, T. (2008). Pensar la comunicación en diálogo con el desarrollo. *Revista Futuros*, VI, 20.
- Saladrigas, H. & Gómez, N. (2002). Conceptos generales de comunicación. En Portal, R. (s.f). (comp.). *Selección de lecturas de comunicación social II*, 6-38. La Habana: Félix Varela.
- Saladrigas, H. (2008). *Introducción a la teoría y a la investigación en Comunicación*. La Habana: Félix Varela.
- Sanz, D. & Rivas, C.A. (2016, junio): Comunicación para el desarrollo local: una mirada desde la programación informativa de la emisora cabaiguanense, *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Extraído el 15 de septiembre de 2016 de: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/06/emisora.html>.

- Servaes, J. (2000). Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. *Revista Temas y problemas de comunicación*, (8), 10, 5-28. Extraído el 16 de junio de 2016 de: <http://catedras.fsoc.uba.ar/gpost/material/servaes.pdf>
- Shocron, L. (1999). *Adecuación de las Estructuras para la Gestión Estratégica*. México: Alta Gerencia.
- Sierra, F. (2006). *Políticas de Comunicación y Educación. Crítica y Desarrollo de la Sociedad del Conocimiento*. España: Gedisa.
- Sitio Web de la Radio Cubana (2017). En <http://www.radiocubana.cu>.
- Toirac, Y. (2001, diciembre). No miento, confíen en mí. *Revista Espacio*, 6, 6-8. La Habana: Ediciones Logos.
- Trelles, I. (2004). *Comunicación organizacional*. La Habana: Félix Varela.
- Vázquez, A. (1988). *Desarrollo Local. Una estrategia de creación de empleo*. Madrid: Pirámide.
- Vázquez, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Revista de Investigaciones Regionales*, 11, 183-210.
- Vidal, J. R. (2006). *Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Vidal, J.R. (2017, abril, 05). ¿Sabremos aprovechar las posibilidades de la nueva era de la comunicación? Fragmento de la conferencia en la constitución de la Cátedra de Información y Comunicación para el Desarrollo, el 28 de febrero de 2017, en el Aula Magna de la Universidad de La Habana. *Granma*. 53, (80), 8.

ANEXO # 1: PRODUCTOS COMUNICATIVOS DEL PROYECTO “EL ARTE DE COMUNICAR LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL DE CABAIGUÁN”



Fotos: De la autora.

ANEXO # 2: CAMBIOS EN LOS MODELOS DE COMUNICACIÓN Y EN EL CONCEPTO DE DESARROLLO LOCAL VISTOS EN SU EVOLUCIÓN

a) Comunicación.

ANTES	AHORA
La comunicación como proceso vertical y unilateral de un emisor a un receptor pasivo.	La comunicación como proceso de diálogo entre personas que resignifican su sentido.
La comunicación es valorada para persuadir, convencer y propiciar cambios inmediatos.	La comunicación es valorada para involucrar y comprometer a las personas en su desarrollo.
La comunicación es reducida al uso de medios, instrumental y voluntarista.	La comunicación pasa a ser una acción planificada y medible, usando medios, canales y espacios.

Fuente: Comunicación y Desarrollo Local. Cuaderno de consulta, (2005).

b) Desarrollo local.

ANTES	AHORA
Visión que priorizaba el aspecto económico-material como infraestructura, servicios, tecnología.	Visión integral que busca ampliar capacidades, información, libertades, derechos y deberes, autoestima, equidad.
Era responsabilidad del Estado y las decisiones eran tomadas por políticos y técnicos.	Es responsabilidad de todos: Estado, ciudadanos, organizaciones, instituciones.
Los ciudadanos son percibidos como objetos del desarrollo y no sujetos activos.	Los ciudadanos son el centro del desarrollo, en tanto dueños de su destino deben participar en él.
Se planificaba a corto plazo en coyunturas, basado en el pasado y el presente.	Se planifica a largo plazo, basado en análisis del presente y la visión de futuro.

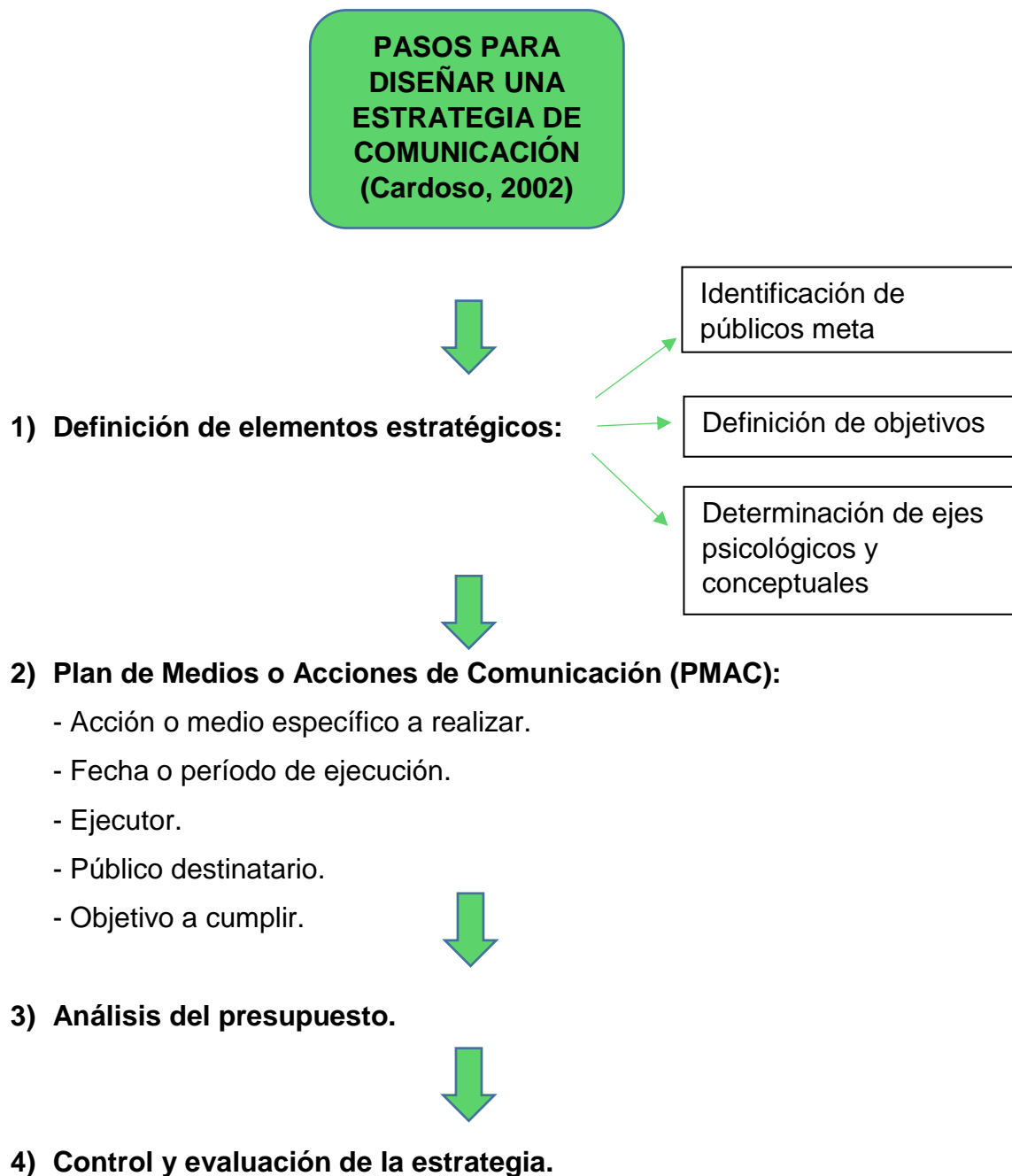
Fuente: Comunicación y Desarrollo Local. Cuaderno de consulta, (2005).

ANEXO # 3: ENFOQUES DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO



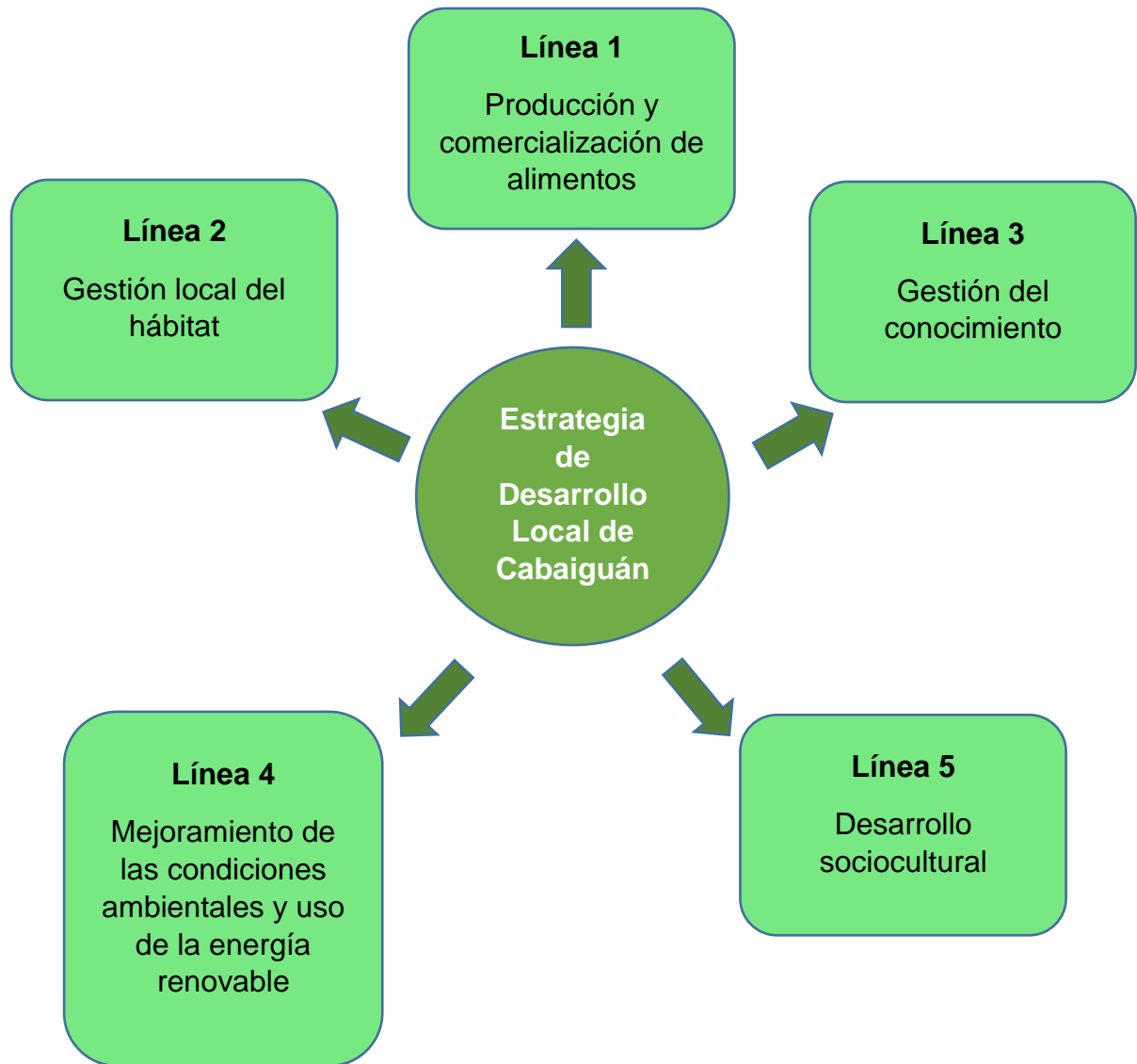
Fuente: “Comunicación para el desarrollo. Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas” (2011), en ConectaDEL (2013).

ANEXO # 4: GUÍA PARA EL DISEÑO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



Fuente: Elaboración propia a partir de Cardoso (2002): *Diseño de estrategias de comunicación*.
Universidad de Oriente: Santiago de Cuba.

ANEXO # 5: LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL DE CABAIGUÁN



Fuente: Elaboración propia a partir de la Estrategia de Desarrollo Local de Cabaiguán actualizada en el 2015.

ANEXO # 6: ALGUNAS EMISORAS QUE INTEGRAN EL SISTEMA DE LA RADIO CUBANA



Logotipo del Sistema de la Radio Cubana

Emisoras Nacionales

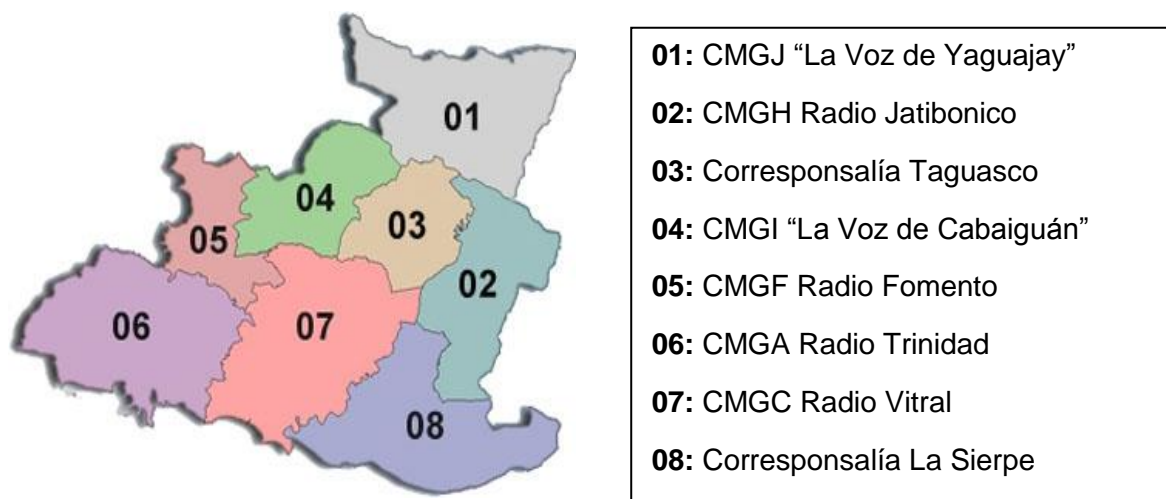
- Radio Rebelde: fundada el 24 de febrero de 1959 por Ernesto Che Guevara en la clandestinidad. Actualmente posee una programación generalista. Se destaca por combinar noticias, deportes y música.
- Radio Reloj: fundada el 1 de julio de 1947. Es una radio de corte informativo y noticioso, que da la noticia minuto a minuto.
- Radio Progreso: fundada el 15 de diciembre de 1929. Posee una programación generalista. Se destaca por combinar noticias, radionovelas y música.
- Radio Taíno: fundada el 3 de noviembre de 1985. Posee una programación generalista, fundamentalmente destinada al visitante extranjero. Transmite en frecuencia modulada para los principales polos turísticos de la Isla.
- Radio Enciclopedia: fundada el 7 de noviembre de 1962. Posee una programación de carácter educativo y cultural.
- CMBF Radio Musical Nacional: Fundada el 25 de abril de 1948. Se especializa en música clásica y popular.
- Radio Habana Cuba: Fundada el 1 de mayo de 1961. Es una emisora que tiene encomendada la transmisión en onda corta, satélite e Internet de programas para los cubanos en el exterior y para los extranjeros interesados por Cuba. Posee un perfil informativo, cultural, musical. Transmite en nueve idiomas.

Emisoras Provinciales

- Radio Ciudad de la Habana, Ciudad de La Habana.
- Radio Metropolitana, La Habana.

- Radio COCO, La Habana.
- Radio Cadena Habana, La Habana.
- Radio Guamá, Pinar del Río.
- Radio Artemisa, Artemisa.
- Radio Mayabeque, Mayabeque.
- Radio 26, Matanzas.
- CMHW, Villa Clara.
- Radio Ciudad del Mar, Cienfuegos.
- CMGL Radio Sancti Spíritus, Sancti Spíritus.
- Radio Surco, Ciego de Ávila.
- Radio Cadena Agramonte, Camagüey.
- Radio Victoria, Las Tunas.
- CMKO Radio Angulo, Holguín.
- Radio Bayamo, Granma.
- CMKC Radio Revolución, Santiago de Cuba.
- Radio Trinchera, Guantánamo.
- Radio Municipio Especial Isla de la Juventud.

En Sancti Spíritus



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos en https://www.ecured.cu/Radio_en_Cuba y mapa tomado de Internet.

ANEXO # 7: LA RADIO EN CABAIGUÁN

a) Historia de las transmisiones radiales en Cabaiguán.

Las transmisiones radiales en tierra cabaiguanense tienen sus antecedentes en el año 1947. La entonces Radio Cabaiguán surgió gracias a la compra hecha por un comerciante en Placetas, y tenía su localización en el Pasaje Fajardo. La programación era netamente comercial, artistas aficionados realizaban allí sus presentaciones y se hacían anuncios con los cuales se mantenía la instalación.

En el año 1952 cuando se produce el golpe de Estado de Batista recesan las transmisiones. Después, algunas personas del territorio con cierta influencia política reclaman al gobierno del país una planta radial, petición que es favorecida por Martha Fernández de Batista, primera dama de la República y ya a mediados del propio año se reinician las transmisiones radiales en el municipio, esta vez desde una casa de la actual calle Bartolomé Masó. Dicha emisora llevaba por nombre Radio Cubanacán, la cual, con un corte similar a la anterior, posibilitó el desarrollo artístico de personalidades como Arturo Alonso, quien también utilizaba su prestigio para hacer propaganda revolucionaria, motivo por el que fue despedido por sus propietarios.

Radio Cubanacán estuvo al aire hasta 1958 debido a que los equipos eran necesarios en el Escambray para incrementar el alcance de Radio Rebelde, y el día 12 de noviembre de ese año las tropas rebeldes por encargo de Ernesto Che Guevara ocupan la emisora y conducen hasta el macizo montañoso gran parte de sus componentes. Con el Triunfo de la Revolución se restituye Radio Cubanacán hasta que se decidió por el gobierno fortalecer las emisoras regionales y provinciales por lo cual cesa su salida al aire.

En la década de 1980 se funda una corresponsalía de Radio Sancti Spíritus en Cabaiguán en la Avenida Sergio Soto, desde donde un periodista transmitía a la provincia los acontecimientos más importantes del territorio; y así se mantuvo durante poco más de dos décadas. Ya en el 2003, el ICRT determina la construcción de una emisora de radio en esta ciudad, la cual fue fundada el 5 de septiembre de 2004 con el nombre Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”.

b) Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”.



Fotos: De la autora.

c) Programación habitual CMGI “La Voz de Cabaiguán”.

Lunes a viernes:

HORA	PROGRAMA	DESTINATARIO
6.58 a.m. – 7.00 a.m.	Himno nacional e identificación y hora	General
7.00 a.m. – 7.13 a.m.	El patio de mi casa	Infantil
7.13 a.m. – 7.15 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
7.15 a.m. – 7.19 a.m.	Cartelera	General
7.19 a.m. – 7.20 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
7.20 a.m. – 7.58 a.m.	Cerca de ti	General
7.58 a.m. – 8.00 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
8.00 a.m. – 8.59 a.m.	Espectros	General
8.59 a.m. – 9.00 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
9.00 a.m. – 10.26 a.m.	Contigo en Casa	Mujer y Familia
10.26 a.m. – 10.29 a.m.	Boletín Informativo	General
10.29 a.m. – 10.30 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
10.30 a.m. – 11.13 a.m.	Mezcla	General
11.13 a.m. – 11.15 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
11.15 a.m. – 11.58 a.m.	Antena cultural	General
11.58 a.m. – 12.00 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
12.00 M – 12.14 p.m.	Estudio 5	General
12.14 p.m. – 12.15 p.m.	Cambio e identificación y hora	General
12.15 p.m. – 12.59 p.m.	Gente con Swin	Juvenil
12.59 p.m. – 1.00 p.m.	Identificación y cierre de la planta	General

De lunes a viernes la programación incluye los mismos espacios radiales.

Sábado:

HORA	NOMBRE PROGRAMA	DESTINATARIO
6.58 a.m. – 7.00 a.m.	Himno nacional, identificación y hora	General
7.00 a.m. – 7.04 a.m.	Cartelera	General
7.04 a.m. – 7.05 a.m.	Identificación y hora	General
7.05 a.m. – 7.58 a.m.	De mis recuerdos	General
7.58 a.m. – 8.00 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
8.00 a.m. – 8.59 a.m.	Agenda Abierta	General
8.59 a.m. - 9.00 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
9.00 a.m. – 9.41 a.m.	Dale Ritmo	General
9.41 a.m. – 9.44 a.m.	Boletín Informativo	General
9.44 a.m. - 9.45 a.m.	Identificación y hora	General
9.45 a.m. – 10.28 a.m.	¿Qué piensa Usted?	General
10.28 a.m. – 10.30 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
10.30 a.m. – 10.58 a.m.	Sábado en Frecuencia	General
10.58 a.m. – 11.00 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
11.00 a.m. – 11.28 a.m.	Súmate	Infantil
11.28 a.m. – 11.30 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
11.30 a.m. – 11.58 p.m.	Fiesta Ranchera	General
11.58 a.m. – 12.00 M	Cambio e identificación y hora	General
12.00 M – 12.14 p.m.	Estudio 5	General
12.14 p.m. – 12.15 p.m.	Cambio e identificación y hora	General
12.15 p.m. – 12.59 p.m.	¡Qué familia!	General
12.59 p.m. – 1.00 p.m.	Identificación y cierre de la planta	General

El sábado se incluyen nuevos programas, con una frecuencia semanal, y se mantiene el boletín informativo y el Noticiero Estelar Estudio 5.

Domingo:

HORA	NOMBRE PROGRAMA	DESTINATARIO
6.58 a.m. – 7.00 a.m.	Himno nacional e identificación	General
7.00 a.m. – 7.28 a.m.	Entre Guitarra y Laúd	Campesino
7.28 a.m. – 7.30 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
7.30 a.m. – 8.28 a.m.	Romances del alba	General
8.28 a.m. – 8.30 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
8.30 a.m. – 8.59 a.m.	Pedazo de mi Cuba	General
8.59 a.m. – 9.00 a.m.	Identificación y hora	General
9.00 a.m. – 9.58 a.m.	Suena a Cuba	General
9.58 a.m. – 10.00 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
10.00 a.m. – 10.43 a.m.	Canas al aire	Tercera edad
10.43 a.m. – 10.45 a.m.	Cambio e identificación y hora	General
10.45 a.m. – 10.59 a.m.	Síntesis	General
10.59 a.m. – 11.00 a.m.	Identificación y hora	General
11.00 a.m. – 12.59 a.m.	Conexión Estéreo	Juvenil
12.59 p.m. – 1.00 p.m.	Identificación y cierre de la planta	General

El domingo la programación del medio radial varía en su totalidad.

ANEXO # 8: GUÍA TEMÁTICA PARA LA REVISIÓN DE DOCUMENTOS

Documento: _____

Fecha de emisión: _____ **Fecha de la revisión:** _____

Objetivo: Indagar sobre la referencia al proceso de desarrollo local en los documentos rectores de la programación radial de la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”.

Aspectos:

- Referencia al desarrollo local en el balance de la programación y de la UPEC.
- El desarrollo local como aspecto a abordar en programas de la emisora.
- El proceso de desarrollo local como tema de propagandas.
- Inclusión del desarrollo local en la agenda editorial.
- Coherencia entre los objetivos de trabajo de la emisora y las proyecciones de la EDL.

Documentos a revisar:

- Informe del Balance de Programación del año 2015.
- Informe de la UPEC al cierre del año 2015.
- Planes temáticos de los programas transmitidos en noviembre del año 2016.
- Planificación de las propagandas transmitidas en noviembre del año 2016.
- Agenda editorial del medio de comunicación del mes de noviembre de 2016.
- Objetivos de trabajo de la emisora.
- Estrategia de Desarrollo Local del Gobierno Municipal.

ANEXO # 9: GUÍA DE OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

Programa: _____

Fecha de emisión: _____

Hora de inicio: _____

Hora de conclusión: _____

En vivo: ____ **Grabado:** ____

Objetivo: Describir qué tratamiento recibe el desarrollo local en la programación informativa de la emisora cabaiguanense.

Indicadores:

- Referencia al desarrollo local en el plan temático previsto para la emisión.
- Utilización de la propaganda indirecta en función del desarrollo local.
 - Discurso periodístico:
 - a) Géneros periodísticos.
 - b) Intención comunicativa.
 - Comparecencia de especialistas.
 - Notas informativas (boletines).
- Empleo de la propaganda directa en sus distintas modalidades.
- Utilización de los recursos radiofónicos con enfoque al desarrollo local en la producción de los contenidos que se radian.
 - Palabra.
 - Música.
 - Efectos sonoros.
 - Silencio.
 - Ambientación sonora.

ANEXO # 10: ENTREVISTA ESTRUCTURADA A DIRECTIVOS Y ESPECIALISTAS DE LA EMISORA MUNICIPAL CMGI “LA VOZ DE CABAIGUÁN”

Objetivo: Indagar sobre el proceso de toma de decisiones en relación con la línea editorial del medio de comunicación y la agenda pública en función del desarrollo local, en la conformación de la programación de la emisora cabaiguanense con este enfoque.

1. ¿Qué entiende por desarrollo local y comunicación con enfoque al desarrollo local?

Desarrollo _____ local:

Comunicación _____ con _____ enfoque _____ al _____ desarrollo _____ local:

2. ¿El desarrollo local se incluye en la línea editorial del medio de comunicación como proceso a tener en cuenta en la programación radial que cada día transmite a su audiencia? Sí ____ No ____ ¿Por qué?

3. ¿Considera que el desarrollo local es un tema de la agenda pública en Cabaiguán?

Sí ____ No ____

Argumente: _____

4. ¿Conoce las líneas estratégicas incluidas en la Estrategia de Desarrollo Local del Gobierno Municipal y el papel que en ello desempeña la radio como único medio de comunicación del territorio?

Sí ____ No ____

¿Cuáles? _____

Función de la radio:

5. ¿Cómo se viabiliza la EDL del Gobierno de Cabaiguán en la programación de la emisora?

6. ¿Los realizadores de la planta radial cuentan con la capacitación necesaria para comunicar con enfoque al desarrollo local a través de la frecuencia de transmisión de la emisora?

Sí ____ No ____

a) ¿Se han impartido cursos en el centro sobre esta temática? _____

b) ¿La capacitación es suficiente para lograr una comunicación con enfoque al desarrollo local en la emisora, o existen otros requerimientos?:

Motivación del realizador ____

Voluntad del realizador _____

Orientación desde la dirección del centro ____

Sentido de pertenencia como cabaiguanense ____

Demanda del Gobierno Municipal y el Grupo Gestor de Proyectos de Desarrollo Local del territorio ____

Otros ____ ¿Cuáles? _____

7. ¿A través de qué recursos radiofónicos y productos radiales se le da tratamiento al desarrollo local en la emisora de Cabaiguán?

8. Si tuviera que evaluar la comunicación con enfoque al desarrollo local desde la programación de la emisora de Cabaiguán, en una escala del uno al cinco, siendo

esta última la máxima calificación, ¿qué evaluación daría? Encierre en un círculo su respuesta:

1 2 3 4 5

ANEXO # 11: ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A ARTISTAS (LOCUTORES, DIRECTORES DE PROGRAMAS Y REALIZADORES DE SONIDOS) DE LA EMISORA MUNICIPAL CMGI “LA VOZ DE CABAIGUÁN”

Objetivo: Constatar la preparación, motivación y voluntad de los artistas para comunicar con enfoque al desarrollo local en la programación radial de la emisora cabaiguanense.

Indicadores:

- Autopreparación en la temática.
- Participación en cursos, talleres, eventos u otra modalidad de capacitación sobre desarrollo local.
- Conocimiento sobre desarrollo local, la EDL del Gobierno Municipal y sus líneas estratégicas.
- Recursos radiofónicos que pudieran emplearse para comunicar con enfoque al desarrollo local en los programas de la emisora cabaiguanense.
- Motivación por abordar el tema en los programas y productos radiales.
- Voluntad de comunicar con enfoque al desarrollo local.
- Orientación de los directivos del medio para comunicar con enfoque al desarrollo local.

ANEXO # 12: TRABAJO GRUPAL CON PERIODISTAS

Participantes: ____ periodistas

Objetivos:

- Determinar las causas y consecuencias que inciden en el tratamiento al desarrollo local en la programación radial de la emisora cabaiguanense, desde una comunicación no enfocada en este proceso.
- Detectar posibles soluciones para el tratamiento al tema desde el quehacer periodístico.

Técnica de presentación:

La pelota caliente: Para la realización de esta técnica se necesita una pequeña pelota. Tiene como objetivo que los integrantes del grupo se conozcan. Consiste en que el grupo se dispone en círculo y el coordinador se coloca en el centro con la pelota en sus manos, lanza la pelota al aire y al mismo tiempo dice el nombre de alguien del grupo. La persona que ha sido llamada sale corriendo e intenta agarrar la pelota antes de que caiga al suelo, y así hasta que pasen todos, por lo que los nombres no deben repetirse.

Técnicas de desarrollo:

Árbol del problema: La aplicación de esta técnica proporciona la posibilidad de identificar causas y efectos de un problema determinado. Una vez que se presente el problema, se orienta dibujar un árbol: el tronco constituye el problema, en las raíces se escriben las causas que le dieron origen al problema, y en las ramas se anotan las

consecuencias que trae consigo. De modo tal que el plenario se lleva el resultado de su reflexión como punto de partida o paso previo a las actividades propuestas que pudieran ser objetivos, soluciones, planes de acciones, etc., que serán implementados en el lugar donde se detectó el problema.

Tormenta de ideas: Esta técnica permite que los participantes expresen con absoluta libertad todo lo que estimen pertinente a propósito de un tema o como solución a un problema. Sin ningún análisis ni filtro sobre su calidad, se anotan en la pizarra. Cuando se agota la producción de ideas, se realiza una evaluación de las mismas. Permite ante todo desarrollar la creatividad y se utiliza para descubrir conceptos nuevos, resolver problemas o superar el conformismo y la monotonía.

Antes de comenzar la tormenta se expone el problema y se explican las reglas: las ideas se expresan con independencia de su calidad; no se valorará ninguna idea hasta que se diga la última frase. Se recomienda asociar libremente las ideas propias con las ya expuestas; mientras más intervenciones se realicen, más posibilidades hay de encontrar opciones válidas. Los turnos de palabra se concederán de manera indiscriminada y al finalizar, tres o cuatro personas que no hayan participado en la fase de producción, analizarán todas las ideas para valorar su utilidad en función del objetivo que se pretendía con el empleo de la técnica.

Técnica de cierre:

Positivo, negativo e interesante: Consiste en que al finalizar el encuentro se reparten papelitos a las personas para que cada uno escriba lo que le pareció positivo, negativo e interesante del encuentro. De esta forma se obtiene una información fidedigna del impacto que tuvo la actividad.



Foto: De la autora.

ANEXO # 13: CUESTIONARIO A OYENTES DE LA EMISORA CABAIGUANENSE

Estimado(a) oyente: El presente cuestionario forma de una investigación que se lleva a cabo en la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán” relacionada con el tratamiento comunicativo al desarrollo local en la programación de esta planta radial. Su colaboración es de vital importancia para el desarrollo del proceso investigativo. Le pido sea sincero(a) en sus respuestas y le aseguro absoluta confidencialidad. Gracias.

Datos del encuestado:

Sexo: F ____ M ____

Edad: Menor de 15 años ____ De 15 a 30 años ____
De 30 a 60 años ____ Mayor de 60 años ____

Consejo Popular: _____

Marque con una X en caso necesario.

1. Escucha usted la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”.

Sí _____ No _____ ¿Por qué?

2. ¿Con qué frecuencia?

De lunes a viernes _____ Sábados y domingos _____
Todos los días _____ A veces _____ Cuando puede _____

3. ¿Cuáles son sus programas preferidos? Liste los primeros tres de su preferencia:

1. _____
2. _____
3. _____

4. ¿Con qué propósitos usted escucha la radio?

Informarse _____ Recrearse _____ Entretenerse _____

5. ¿Mencione algunos de los temas de los cuales usted ha escuchado información en la Emisora Municipal de Cabaiguán?

6. En cuanto al proceso de desarrollo local que tiene lugar en el municipio, ¿qué ha conocido a través de la programación habitual del medio de comunicación?

7. ¿Mediante qué vías proporcionadas por la programación radial usted ha obtenido esa información?

Por la comparecencia de especialistas _____

Mediante trabajos periodísticos _____

En propagandas radiales _____

A través de la palabra en voz de locutores ____

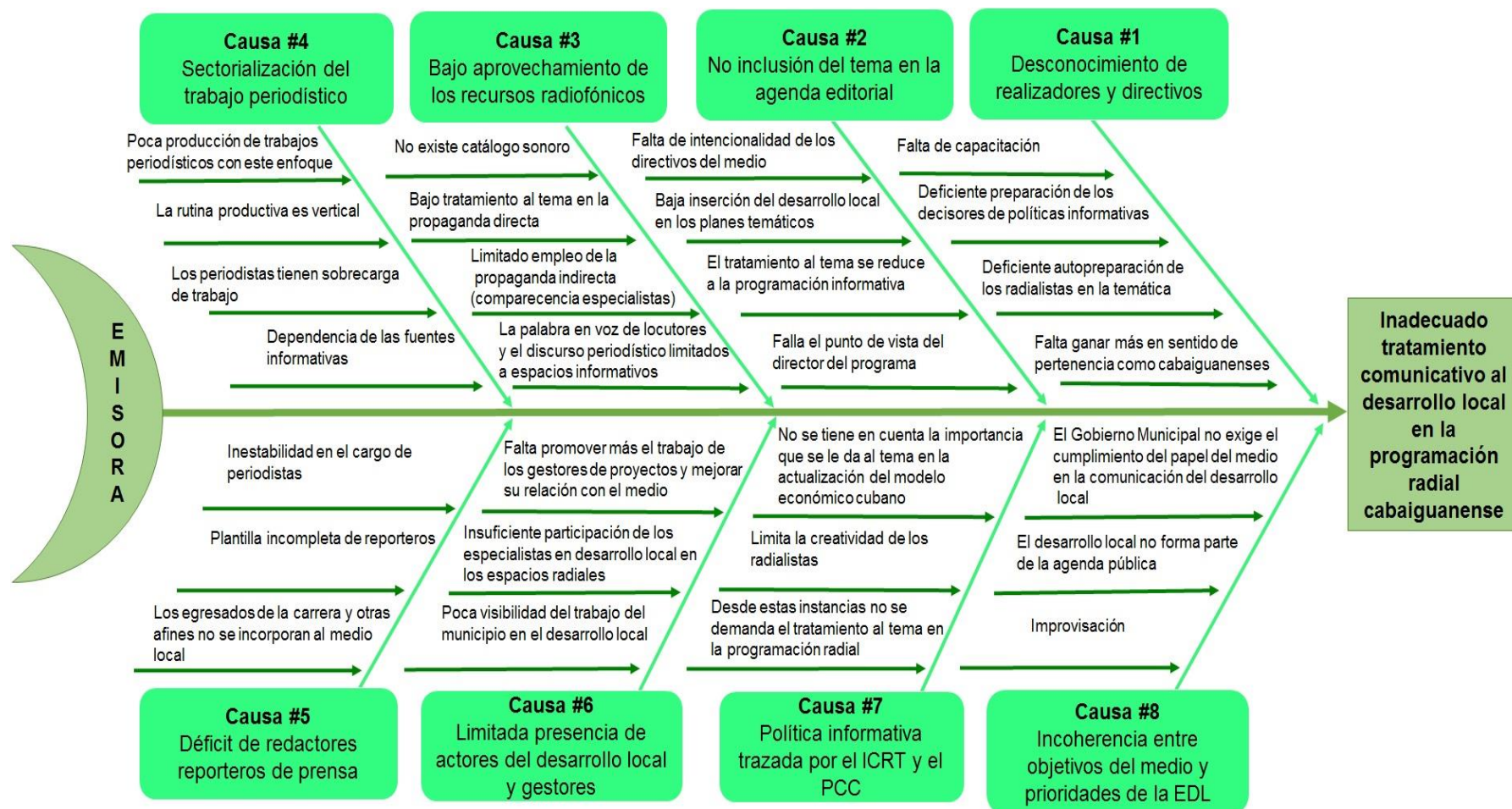
Abordado como tema central de un programa ____

8. Para que exista desarrollo local en un territorio se precisa de la participación ciudadana. ¿Está dispuesto a ser partícipe del desarrollo local en Cabaiguán?

Sí ____ No ____ ¿Por qué? _____

9. Algunas sugerencias para lograr una comunicación con enfoque al desarrollo local en la programación habitual de la emisora cabaiguanense:

ANEXO # 14: TÉCNICA DE KAURO ISHIKAWA O DIAGRAMA DE ESPINA DE PESCADO

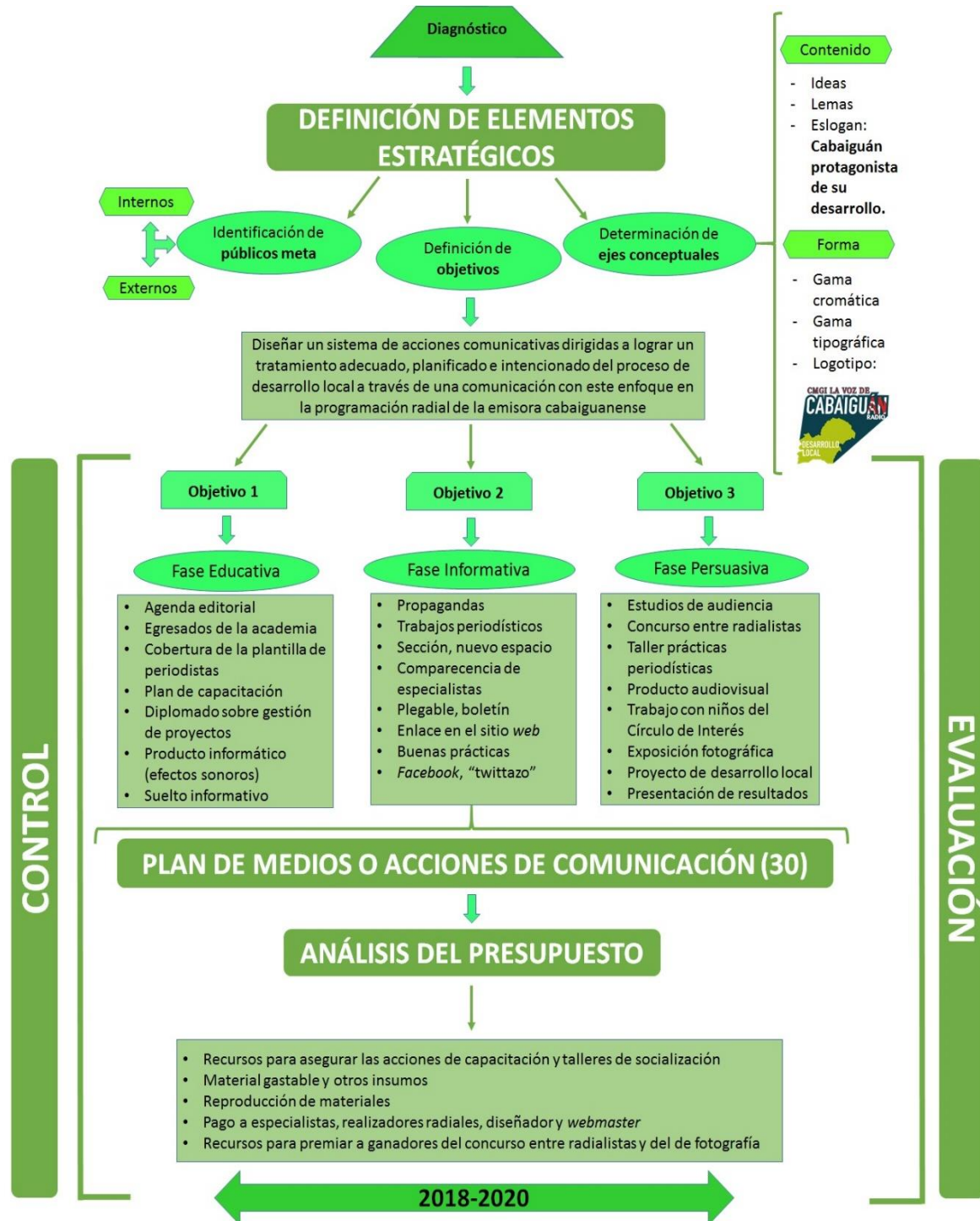


Fuente:

Elaboración

propia.

ANEXO # 15: GRÁFICO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN CON ENFOQUE AL DESARROLLO LOCAL (A PARTIR DEL MODELO PROPUESTO POR CARDOSO, 2002).



Fuente: Elaboración propia.

ANEXO # 16: COMUNICACIÓN A EXPERTOS PARA CONOCER SU DISPOSICIÓN A PARTICIPAR EN EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA

Presentación:

Con el título “Estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local para la Emisora de Cabaiguán”, en la radio cabaiguanense se lleva a cabo una investigación como parte de la Maestría en Gestión del Desarrollo Local del Centro Universitario Municipal “Simón Bolívar” de Yaguajay de la Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez”.

La misma pretende fortalecer el tratamiento al desarrollo local en la programación radial a partir de la utilización de los recursos radiofónicos de que dispone el medio de comunicación. De esta forma se cumpliría el rol encargado a la emisora expresado en la línea estratégica Gestión del conocimiento de la Estrategia de Desarrollo Local del Gobierno en el territorio. Además de que contribuirá a aumentar los conocimientos de los radialistas y la población en general como actores esenciales de este proceso en aras de convertirlos en protagonistas del desarrollo.

La propuesta de estrategia diseñada se someterá a evaluación de expertos, razón por la cual se solicita su colaboración si está en condiciones de ofrecer sus criterios en calidad de experto en el referido tema. Marque con una X si está dispuesto a colaborar: Sí ____ No _____. Si su respuesta es positiva, entonces llene los requerimientos expuestos a continuación. De antemano gracias por colaborar.

Nombre y apellidos: _____

Formación académica: _____

Centro de estudios superiores: _____

Años de experiencia profesional: _____

Ocupación actual: _____

Grado científico: _____

Categoría docente: _____

ANEXO # 17: RELACIÓN DE EXPERTOS QUE EVALUARON LA ESTRATEGIA

No.	EXPERTO	CARACTERIZACIÓN GENERAL
1	Roberto Rojas Valdés	Graduado de Diseño Informacional en el Instituto Superior de Diseño Industrial, con seis años de experiencia profesional. Trabaja por cuenta propia, como diseñador gráfico de Equipo A. Grupo Creativo. Es Presidente del Círculo de Creativos de la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales en Sancti Spíritus.
2	MSc. Humberto Ladislao Concepción Toledo	Graduado de Licenciatura en Periodismo en la Universidad de Oriente, con 28 años de experiencia profesional. Es colaborador de Radio Sancti Spíritus y del sitio <i>Web</i> del Periódico Escambray. Es Máster en Ciencias de la Comunicación. Trabaja actualmente como Presidente Provincial de la UPEC.
3	Lic. Lisdaimi Abreu Sobrino	Graduada de Licenciatura en Estudios Socioculturales en la Universidad de Cienfuegos “Carlos Rafael Rodríguez”, con 12 años de experiencia profesional. Asesora de Programas de radio con ocho años vinculada al sector. Categoría docente: Instructor. Ha impartido clases relacionadas con el desarrollo local y ha tutorado investigaciones sobre el tema.
4	Lic. Olga Elena Gómez Sosa	Graduada de Licenciatura en Comunicación Social en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas con cuatro años de experiencia profesional. Trabaja en el Departamento de Relaciones Internacionales en la Atención de Becarios Extranjeros en la Universidad de Ciencias Médicas de Sancti Spíritus. Estuvo tres años vinculada al Sistema de la Radio en la provincia.
5	MSc. Aleida Yanes González	Graduada de Ingeniería Pecuaria en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, con 31 años de experiencia profesional. Especialista de Gestión Integral del CITMA y Coordinadora Municipal de PRODEL. Máster en Ingeniería en Saneamiento Ambiental.

6	MSc. Ania Guelmes Cárdenas	Graduada de Licenciatura en Educación, Especialidad Educación Especial en el Instituto Superior Pedagógico “Capitán Silverio Blanco Núñez” de Sancti Spíritus, con 29 años de experiencia profesional. Profesor Auxiliar del CUM de Cabaiguán. Máster en Educación Superior: Mención Comunicación Social.
7	MSc. María Caridad Páez Martín	Graduada de Licenciatura en Educación, Especialidad Español Literatura, en el Instituto Superior Pedagógico “Capitán Silverio Blanco Núñez” de Sancti Spíritus, con 29 años de ejercicio profesional. Profesor Auxiliar y Directora del CUM de Cabaiguán. Máster en Estudios Sociales. Miembro del Comité Local del Proyecto Hábitat 2.
8	MSc. María del Carmen Morejón Hernández	Graduada de Licenciatura en Educación, Especialidad Educación Primaria en el Instituto Superior Pedagógico Capitán Silverio Blanco Núñez de Sancti Spíritus, con 35 años de experiencia profesional. Profesor Auxiliar y Coordinadora de la carrera Educación Preescolar, en el CUM de Cabaiguán. Máster en Educación Superior: Mención Comunicación Social.
9	MSc. Tamara Jiménez Padilla	Graduada de Licenciatura en Educación, Especialidad Español Literatura en el Instituto Superior Pedagógico Capitán Silverio Blanco Núñez de Sancti Spíritus, con 24 años de experiencia profesional. Es Profesor Auxiliar y Subdirectora General del CUM de Cabaiguán. Máster en Ciencias de la Educación. Miembro del Grupo Gestor de Proyectos del territorio y del proyecto de comunicación.
10	Dr.C. Gretter Ledesma Santos	Graduada de Ingeniería Química en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, con 17 años de experiencia profesional. Profesor Auxiliar del CUM Cabaiguán y Asesora de Proyectos en el Gobierno de Cabaiguán. Es Doctora en Ciencias Pedagógicas. Miembro del Grupo Gestor de Proyectos del territorio.

11	Dr.C. Raquel de la Cruz Soriano	Graduada de Ingeniería Química en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, con 23 años de experiencia profesional. Profesor Titular del CUM de Cabaiguán. Doctora en Ciencias Técnicas. Miembro del Grupo Gestor de Proyectos del territorio.
12	MSc. Marleny Pérez Rojas	Graduada de Arquitectura en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Subdirectora de Planificación Física en Cabaiguán. Máster en Vivienda Social. Coordinadora Municipal del Proyecto Hábitat 2.
13	Lic. Yogeny Jiménez Delgado	Graduado de Licenciatura en Comunicación Social en la Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez”, con tres años de experiencia profesional. Es miembro del Buró Municipal de la Unión de Jóvenes Comunistas de Cabaiguán. Miembro de la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales en Sancti Spíritus y de la Comisión de Ética de esa organización.
14	MSc. Beatriz Presilla Andreu	Graduada de Licenciatura en Economía Política en la Universidad Estatal de Moscú, con 33 años de experiencia. Profesora Auxiliar del CUM de Cabaiguán. Máster en Ciencias de la Educación: Mención Didáctica. Miembro del Grupo Gestor de Proyectos del territorio.
15	MSc. Juan Carlos Gutiérrez Fleites	Graduado de Licenciatura en Cultura Física en el Instituto Superior de Cultura Física “Manuel Fajardo” de Villa Clara, con 24 años de experiencia profesional. Profesor del CUM de Cabaiguán. Máster en Actividad física en la comunidad.
16	MSc. Tania Jiménez Padilla	Graduada de Licenciatura en Lengua y Literatura rusa en el Instituto Lenin de Moscú y de Licenciatura en Español Literatura en el Instituto Superior Pedagógico “Félix Varela” de Villa Clara, con 28 años de experiencia profesional. Especialista de Relaciones Públicas e Investigaciones Sociales en Radio Sancti Spíritus. Máster en Ciencias de la Comunicación. Es Miembro de la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales.

ANEXO # 18: CUESTIONARIO PARA DETERMINAR EL COEFICIENTE DE COMPETENCIA DE LOS EXPERTOS

Tomando en consideración que usted comunicó su disposición de cooperar con la investigación en calidad de experto para evaluar la estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local diseñada, le presentamos este cuestionario con el objetivo de determinar el coeficiente de conocimiento y argumentación que posee sobre la temática propuesta. Gracias por su colaboración.

1. Marque con una X en la siguiente tabla el valor que corresponda con el grado de conocimiento que usted posee sobre el tema. Considere que la escala es ascendente, es decir, el conocimiento sobre el tema referido va creciendo desde 0 hasta 10.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Realice una autoevaluación del grado de influencia sobre el nivel de argumentación o fundamentación que usted posee respecto al tema señalado. Marque con una X según corresponda, Alto (A), Medio (M), o Bajo (B), cada una de las fuentes que se presentan a continuación:

No.	Fuentes de argumentación	Grado de influencia de las fuentes en sus criterios		
		Alto	Medio	Bajo
1	Investigaciones teóricas y/o prácticas relacionadas con el tema.			
2	Experiencias obtenidas en la actividad profesional.			
3	Análisis de las publicaciones de autores nacionales.			
4	Análisis de las publicaciones de autores internacionales.			
5	Conocimiento del estado actual del problema en el país y en el extranjero.			
6	Intuición.			

Nota: A continuación, se presenta la tabla patrón que propone el método Delphy, con la finalidad de calcular el coeficiente (Ka). Esta tabla no se incluye en el cuestionario que se entrega a los expertos.

No.	Fuentes de argumentación	Grado de influencia de las fuentes en sus criterios		
		Alto	Medio	Bajo
1	Investigaciones teóricas y/o prácticas relacionadas con el tema.	0.3	0.2	0.1
2	Experiencias obtenidas en la actividad profesional.	0.5	0.4	0.2
3	Análisis de las publicaciones de autores nacionales.	0.05	0.05	0.05
4	Análisis de las publicaciones de autores internacionales.	0.05	0.05	0.05
5	Conocimiento del estado actual del problema en el país y en el extranjero.	0.05	0.05	0.05
6	Intuición.	0.05	0.05	0.05

ANEXO # 19: RESULTADOS FINALES DEL CÁLCULO DEL COEFICIENTE DE COMPETENCIA

Tabla 1: Resumen del coeficiente de conocimiento de los expertos.

Experto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Kc
1											X	1.0
2									X			0.8
3										X		0.9
4										X		0.9
5										X		0.9
6											X	1.0
7											X	1.0
8											X	1.0
9										X		0.9
10											X	1.0
11									X			0.8
12											X	1.0
13											X	1.0
14								X				0.7
15											X	1.0
16											X	1.0

Tabla 2: Resumen del coeficiente de argumentación de los expertos.

F. A	Experto 1			Experto 2			Experto 3			Experto 4		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1	X			X				X		X		
2	X			X			X			X		
3	X			X				X		X		
4	X				X			X			X	
5	X				X		X			X		
6	X				X		X				X	
Ka	1.0			1.0			1.0			1.0		

F. A	Experto 5			Experto 6			Experto 7			Experto 8		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1		X		X			X			X		
2	X			X			X			X		
3	X			X			X			X		
4		X		X				X		X		
5	X			X			X			X		
6	X			X				X		X		
Ka	0.9			1.0			1.0			1.0		
F. A	Experto 9			Experto 10			Experto 11			Experto 12		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1	X				X		X				X	
2		X		X				X		X		
3		X			X		X				X	
4		X			X			X			X	
5		X		X				X		X		
6		X			X				X	X		
Ka	0.9			0.9			0.9			0.9		
F. A	Experto 13			Experto 14			Experto 15			Experto 16		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B
1		X		X			X			X		
2	X				X		X			X		
3	X			X			X				X	
4		X		X			X				X	
5	X				X		X			X		
6		X			X		X				X	
Ka	0.9			0.9			1.0			0.9		

Tabla 3: Resumen del cálculo de coeficiente de competencia.

Si $0.8 < K < 1.0$, entonces el nivel de competencia es alto.

Si $0.5 < K < 0.8$, entonces el nivel de competencia es medio.

Si $K < 0.5$, entonces el nivel de competencia es bajo.

Teniendo en cuenta que $K = 0.5 (K_c + K_a)$.

Experto	K_c	K_a	K	Nivel de competencia
1	1.0	1.0	1.0	Alto
2	0.8	1.0	0.9	Alto
3	0.9	1.0	0.95	Alto
4	0.9	1.0	0.95	Alto
5	0.9	0.9	0.9	Alto
6	1.0	1.0	1.0	Alto
7	1.0	1.0	1.0	Alto
8	1.0	1.0	1.0	Alto
9	0.9	0.9	0.9	Alto
10	1.0	0.9	0.95	Alto
11	0.8	0.9	0.85	Alto
12	1.0	0.9	0.95	Alto
13	1.0	0.9	0.95	Alto
14	0.7	0.9	0.8	Medio
15	1.0	1.0	1.0	Alto
16	1.0	0.9	0.95	Alto

ANEXO # 20: GUÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA DE ESTRATEGIA DISEÑADA

Objetivo: Validar a partir del criterio de expertos la posible efectividad de la estrategia de comunicación propuesta.

Objeto: Evaluación de la estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local.

Compañero(a):

Usted ha sido seleccionado(a) por su experiencia y nivel docente metodológico para que exprese sus criterios acerca de la estrategia de comunicación con enfoque al desarrollo local diseñada para la Emisora Municipal CMGI “La Voz de Cabaiguán”.

Antes de completar la tabla evaluativa, tenga presente las características para emitir su criterio.

Muy adecuado (5): Se considera aquel aspecto que es óptimo y abarca todos los componentes del objeto a evaluar, siendo capaz de resumir por sí solo las cualidades del mismo en el contexto donde tiene lugar el hecho, fenómeno en el que se manifiesta. El mismo es un reflejo de la realidad objetiva en sus relaciones con los distintos componentes del proceso con los que interactúa.

Bastante adecuado (4): Se considera aquel aspecto que comprende en casi toda su generalidad al objeto, siendo capaz de abordarlo en un grado bastante elevado, pero que puede ser considerado con certeza en el momento de tomarlo en cuenta.

Adecuado (3): Tiene en cuenta una parte importante de las cualidades del objeto a evaluar, las cuales pueden aportar juicios de valor, puede ser susceptible de perfeccionar partiendo de la complejidad de los hechos a tener en cuenta y sus manifestaciones.

Poco adecuado (2): Recoge solo algunos de los rasgos distintivos del hecho o fenómeno a evaluar los que aportan pocos elementos valorativos.

Inadecuado (1): Procesos, aspectos, hechos o fenómenos que por su poco valor o inadecuación en el reflejo de las cualidades del objeto no proceden ser evaluados.

La evaluación debe ajustarse a los siguientes indicadores:

- Que sea reflejo de la concepción teórica y práctica de una estrategia: Cumplimiento de la metodología seleccionada para su diseño.
- Que posea un orden lógico y metodológico en las etapas declaradas para la estructuración de las actividades en función de los objetivos propuestos.
- Que incluya los indicadores del sistema de control: Que sean precisos y midan el cumplimiento de los objetivos trazados.
- Que sea factible: Posibilidad real de su utilización y de los recursos que requiere.
- Que sea aplicable: Que posea la suficiente claridad para que sea posible su implementación por otras personas.
- Que sea generalizable: Que su aplicabilidad y factibilidad permitan la extensión del resultado a otros contextos semejantes en condiciones normales.
- Que tenga pertinencia: Por su importancia, por su valor social y por las necesidades a las que da respuesta.
- Que tenga novedad y originalidad: Adquiere mayor valor el resultado cuando refleja la creación de algo que hasta el momento presente no existía.
- Que tenga validez: Se refiere a la condición del resultado cuando este permite el logro de los objetivos para los que fue concebido.

Se ofrece a continuación una escala valorativa para ayudar a la exposición de sus opiniones:

Pasos para la evaluación	Muy adecuado	Bastante adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado
	5	4	3	2	1
1. Reflejo de la concepción teórica y práctica.					
2. Orden lógico y metodológico en las etapas.					
3. Indicadores del sistema de control.					
4. Factibilidad.					
5. Aplicabilidad.					
6. Nivel de generalización.					
7. Pertinencia.					
8. Originalidad.					
9. Validez.					

A continuación, exponga sus sugerencias en caso de considerar oportunos algunos cambios, adiciones o supresiones.

Muchas gracias por su colaboración.

ANEXO # 21: RESULTADOS OBTENIDOS EN LA APLICACIÓN DE LA GUÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA POR CRITERIO DE EXPERTOS

Tabla 1 a): Resultados finales de la evaluación por experto.

Pasos	Expertos															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5
2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
6	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
7	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
8	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Tabla 1 b): Frecuencias absolutas de categorías por paso.

Pasos	Muy adecuado	Bastante adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Inadecuado	Total de expertos
P-1	13	1	2	0	0	16
P-2	13	3	0	0	0	16
P-3	11	4	1	0	0	16
P-4	15	1	0	0	0	16
P-5	15	1	0	0	0	16
P-6	13	2	1	0	0	16
P-7	14	2	0	0	0	16
P-8	14	2	0	0	0	16
P-9	16	0	0	0	0	16
Total	124	16	4	0	0	144

Tabla 2 a): Frecuencias acumuladas.

Pasos	MA	BA	A	PA	I
1	13	14	16	16	16
2	13	16	16	16	16
3	11	15	16	16	16
4	15	16	16	16	16
5	15	16	16	16	16
6	13	15	16	16	16
7	14	16	16	16	16
8	14	16	16	16	16
9	16	16	16	16	16

Tabla 2 b): Frecuencias relativas acumuladas de categorías por paso.

Pasos	Categorías			
	MA	BA	A	PA
1	0.8125	0.8750	1.0000	1.0000
2	0.8125	1.0000	1.0000	1.0000
3	0.6875	0.9375	1.0000	1.0000
4	0.9375	1.0000	1.0000	1.0000
5	0.9375	1.0000	1.0000	1.0000
6	0.8125	0.9375	1.0000	1.0000
7	0.8750	1.0000	1.0000	1.0000
8	0.8750	1.0000	1.0000	1.0000
9	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

Tabla 3: Valores de frecuencias relativas acumuladas por la inversa de la curva normal.

Pasos	MA	BA	A	PA	Suma	Promedio	N-P
1	0.89	1.15	3.09	3.09	8.22	2.06	-0.06
2	0.89	3.09	3.09	3.09	10.16	2.54	-0.54
3	0.49	1.53	3.09	3.09	8.20	2.05	-0.05
4	1.53	3.09	3.09	3.09	10.80	2.70	-0.70
5	1.53	3.09	3.09	3.09	10.80	2.70	-0.70
6	0.89	1.53	3.09	3.09	8.60	2.15	-0.15
7	1.15	3.09	3.09	3.09	10.42	2.61	-0.61
8	1.15	3.09	3.09	3.09	10.42	2.61	-0.61
9	3.09	3.09	3.09	3.09	12.36	3.09	-1.09
Puntos de corte	1.29	2.53	3.09	3.09	89.98		

Según el método Delphy:

Suma: Es la suma de los valores para cada experto.

Promedio: Es la suma entre la cantidad de categorías.

Puntos de corte: Se obtienen al dividir la suma de los valores correspondientes a cada columna, entre el número de pasos.

N: Es el resultado de dividir la sumatoria de las sumas, entre el producto del número de categorías por el número de pasos. Es decir, $N = 89,98 / 5 \times 9 = 89,98 / 45 = 1.999 = 2.0$

N - P: Es entonces el valor promedio que le otorgan los expertos consultados a cada paso de la metodología.

Finalmente, los puntos de corte sirven para determinar la categoría o grado de adecuación de cada paso de la metodología según la opinión de los expertos, en tanto

el grado de adecuación, (N-P) se halla entre los puntos de corte de cada categoría que fueron calculados.