

**MINISTERIO DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR.
CENTRO UNIVERSITARIO DE SANCTI SPÍRITUS: JESÉ
MARTÍ PÉREZ.
FACULTAD DE HUMANIDADES.**

DIPLOMA EN ESTUDIOS SOCIOCULTURALES.

TITULO:

**PROMOCIÓN DE LA TROVA ESPIRITUANA PARA LOS
JÓVENES DESDE LA CMGL RADIO SANCTI SPÍRITUS.**

AUTOR:

Yumila Luis Rodríguez.

TUTOR:

MSc. José R. Neira Milián.

JUNIO – 2009.

**A mis abuelos;
A Martha, mi mamá.**

A Juanky Manuel, por sus noches de desvelo en mi ayuda.

A Lisbet, por su apoyo, vital en mi trabajo.

A mi tutor, Neira por su hábil guía.

A mi familia, por su apoyo incondicional.

A Maibel y Yadira, por siempre estar ahí.

A todos los trabajadores de la emisora provincial CMGL Radio Sancti Spiritus que me ayudaron, en especial a Mailén.

A todos los que de una forma u otra ayudaron.

La eficacia de los mass media consiste, notablemente, en su capacidad de modificar la imagen de lo que es y lo que no es importante. Implica una influencia, ejerciendo un papel mayor que el un simple canal, ya que, además no sólo transmiten influencia durante una campaña, sino que también lo hacen en períodos intermedios.

Mauro Wolf

RESUMEN

La trova es uno de los elementos que identifican a la provincia espinosa ante el resto del país y el mundo. Es una tradición centenaria que se fue arraigando con el paso del tiempo hasta convertirse en parte de nuestra identidad. En la actualidad se corre el riesgo de perderla por el desinterés que muestran las nuevas generaciones. Ante este fenómeno los medios de comunicación tienen el importante papel de intervenir en su salvación. Por lo tanto la investigación está encaminada a estudiar la promoción que realiza la Programación para Jóvenes de la emisora provincial de la trova espinosa. Se utilizará la metodología cualitativa, por ser la que permite llegar a conclusiones necesarias y conjuntamente a esta, técnicas como la entrevista, el cuestionario, el análisis de contenido y las guías de audición. Lo que permitirá saber al finalizar la misma como se define dicha promoción, las características de los programas que la realizan y los elementos socioculturales que se priorizan.

INTRODUCCION.

La música espirituana es la más antigua de Cuba, ya que Trinidad y Sancti Spíritus fueron unas de las primeras villas fundadas. Esta música se extendió por toda la Región Central. Se ha personificado en el plano campesino con el llamado Punto Espirituano, cuya característica es un estribillo establecido que lo hacen dentro del Punto Guajiro, el más relacionado y parecido al son. Por otra parte su Coro de Claves es genuino, afinado y conservador. Las Parrandas Espirituanas, las congas y comparsas son la expresión de un rico aporte a los géneros musicales puramente cubanos, ningún ciudadano puede olvidar la contagiosa música de “Yayabo está en la calle con su último detalle y su ritmo sin igual”.

No es casualidad que para muchos la trova espirituana es una de las tres más importantes del país, junto a la de Santiago de Cuba y La Habana. Al margen de estas consideraciones hay que significar el carácter amplificado de una original forma de expresión musical que se mantiene a pesar del tiempo y del olvido.

Siendo tan importante el movimiento musical, no es difícil encontrar una amplia gama de temas en las obras, así como innumerables agrupaciones que se encargan de darla conocer. Pero resulta que esto no es suficiente pues la población joven de la provincia no parece conocerla y mucho menos identificarse con tan importante movimiento cultural, que por ya más de un siglo nos ha caracterizado.

La población espirituana carece de motivación para participar en dichas actividades y, las que participan son personas adultas o de la tercera edad, que poseen las convicciones y el gusto musical creado desde tiempo atrás. Es poco usual ver a adolescentes y jóvenes participando en nuestras instituciones en actividades donde prime este género y mas inusual aun escucharlo dentro de su fonoteca particular.

Las nuevas generaciones espirituanas prefieren escuchar el llamado regatón,

la salsa y otros ritmos foráneos antes de ver el rico caudal musical de nuestra provincia. Lo cierto es que esta problemática preocupa pues corremos el riesgo que dentro de algunos años se pierda la tradición trovadoresca por falta de continuadores, e incluso que las generaciones venideras no conozcan de dicho fenómeno más que por crónicas y reseñas del pasado. La desmotivación ya se evidencia de forma amenazadora.

Los jóvenes no visitan la casa de la Trova como centro matriz de promoción y divulgación de la trova en la ciudad; durante los festivales que se realizan cada año es poco usual verlos y si están es solo en las llamadas descargas que se realizan en espacios abiertos y públicos, donde pueden asistir sin formalidades o por casualidad.

Nuestras instituciones culturales en sus programas no difunden y/o promocionan la música trovadoresca. La UNEAC en su trabajo realiza todos los meses la peña "Tarde Bohemia" con la Parranda Típica Espirituana y otros músicos no trovadorescos; anualmente se realizan eventos teóricos de trova en el marco del Coloquio de Música Trovadoresca que se extiende a centros docentes (Escuela de Música Ernesto Lecuona, Escuela de Instructores de Arte y Universidad de Ciencias Pedagógicas Silverio Blanco Núñez); el Encuentro de Tríos; el Coloquio sobre estudios de la Cultura Musical Cubana, con carácter nacional e indistintas revistas musicales y de variedades.

La Asociación Hermanos Saís (AHS) realiza varias actividades musicales mayormente dedicadas al rock, por ser este el género que mayor difusión y seguidores tiene en el territorio y por contar con un público fijo y fiel a sus conciertos; no obstante se difunden los nuevos valores que surgen en la provincia de la llamada nueva trova, aunque no con la aceptación y participación con que cuentan las demás actividades mencionadas. Y La Casa de Cultura, por su parte, no cuenta con actividades dirigidas a este tipo de música, sus actividades musicales son variadas en cuanto a canción, público y agrupaciones.

Por su parte la emisora de Radio CMGL cuenta dentro de su programación

habitual con una amplia gama de espacios dedicados a promocionar la música cubana, además la política nacional recoge dentro de sus preceptos que se debe promover un 80% de esta. No es suficiente con contar dentro de su programa rector con una ley que cuantifique la música que se debe promover, pues dicho documento es insuficiente por no contar en él con una acepción dedicada a recrear los valores locales ni a promocionar los nuevos talentos que se desarrollan.

Como se sabe somos una ciudad rica en cuanto a promoción musical se refiere contamos con el mayor movimiento triero del país, nuestra trova tradicional se encuentra entre las mas importantes de la Isla y poseemos destacados talentos de la llamada nueva trova y todos estos deben contar con un espacio privilegiado dentro de la programación en la CMGL.

Por ser los medios de comunicación de vital importancia para la información y actualización de las masas se debe analizar este trabajo. La radio es un elemento que llega a todos los lugares y a sus pobladores por igual sin importar su nivel cultural, situación económica o social. Todos pueden disfrutar de su compañía y junto a ella divertirse o ampliar su universo cultural. La radio libera al hombre de la soledad, transforma todo en aquí y ahora mismo, selecciona los sonidos, informa tanto con una noticia de última hora, como a través de una melodiosa canción. Es por eso que nuestro objetivo general de investigación sea *definir la contribución que ha realizado la programación para jóvenes de la Emisora Radio Sancti Spiritus (CMGL), a la promoción de la trova espirituaña en su alcance radiofónico durante el período comprendido entre el 2007 al 2009.*

En el marco de la investigación propuesta se define un CAPITULO TEORICO donde constan las adhesiones teóricas pertinentes; el CAPITULO METODOLOGICO explicitando la concepción de trabajo de campo, los métodos y técnicas de investigación empleadas; así como un CAPITULO ANALISIS DE LOS RESULTADOS. De esta manera se anhela que los resultados alcanzados sean útiles para la Programación Habitual de Radio Sancti Spiritus.

CAPÍTULO I: CONCEPCION TEORICA

1.1 ¿Sociedad del conocimiento o sociedad de masas?

El conocimiento siempre ha sido importante, tanto por su contribución al crecimiento económico como las oportunidades que ofrece al bienestar humano. Sin embargo, ninguna etapa anterior de la evolución social fue denominada "Sociedad del Conocimiento". Tal denominación es relativamente reciente y se refiere básicamente a los últimos veinte años. La pregunta en cuestión tiene que ver con la novedad que justifica ese calificativo.

Lo nuevo consiste en algunos signos que son propios de estos tiempos y se han acentuado en el plazo más reciente. La aceleración sin precedentes del ritmo de creación, acumulación y depreciación del conocimiento; se constituyen auténticas "comunidades de conocimientos", redes de individuos, instituciones, cuyo objetivo es la producción y circulación de saberes nuevos (y también de la recombinación de saberes nuevos y viejos); aumento constante de empleos consagrados a la producción, tratamiento y transferencia de conocimientos e información; gran intensidad y aceleración de la innovación. Se acorta notablemente el tiempo de obsolescencia de los productos; el permanente aprendizaje aumenta en importancia; se incrementa el valor de conocimiento incorporado en la estructura de los costos y los precios; son los sectores donde el conocimiento tiene un papel determinante los que mayor dinamismo económico presentan: software, micro electrónica, industria farmacéutica, Biotecnología, nuevos materiales, química fina, etc.

En ocasiones, al menos las expresiones de "sociedad del conocimiento" y "sociedad de la información" se confunden entre sí. Esa confusión es fatal. No se puede confundir conocimiento con información. *La información (la buena información, no la información "chatarra") es útil para el desarrollo; la información nutre el conocimiento, pero el conocimiento (entendido como capacidad cognitiva, como capacidad de realizar actividades intelectuales o manuales, íntimamente vinculado a la educación superior, a la investigación),*

*es lo que nos permite plantearnos metas de desarrollo*¹. Sin conocimiento no hay posibilidades de desarrollo. Internet, las computadoras, son recursos técnicos necesarios pero lo básico es contar con personas bien preparadas. Y formarlos es el papel de la educación superior.

Por ello parece conceptualmente más adecuado hablar de la existencia de una “sociedad capitalista del conocimiento”. Es importante subrayar con este concepto algo que la expresión “sociedad del conocimiento” no hace transparente: el conocimiento no sólo tiene una dimensión técnico-productivo, no es sólo un factor que transforma la producción, el trabajo, algo que ofrece nuevas oportunidades al crecimiento de la productividad y valoriza los bienes y servicios, entre otros efectos, sino que el modo en que funciona el conocimiento en la sociedad está articulado a dimensiones institucionales, sociales, legales, que el capitalismo se ha encargado de crear para aprovechar el conocimiento en beneficio de los dueños del capital. En particular subraya que la producción y apropiación del conocimiento depende esencialmente de los intereses económicos de las naciones, empresas, clases y grupos sociales que son sus propietarios.

El conocimiento es propiedad privada y muestra una acelerada tendencia a la concentración en un puñado de países y empresas. Los mecanismos que permiten la apropiación privada del conocimiento son los siguientes:

- Concentración de la capacidad científica y tecnológica mundial en un reducido grupo de países y alrededor de un centenar de empresas.
- Protección de la propiedad intelectual y el desarrollo del sistema de patentes.
- El robo de cerebros, convertido en política oficial.
- Protagonismo de las Empresas, sobre todo de las corporaciones transnacionales, en el financiamiento y producción de la ciencia y la tecnología. Una vía importante es la creación de organizaciones científicas dentro de la industria, lo que conduce a la subordinación del trabajo intelectual a la reproducción ampliada del capital.

¹NÚÑEZ JOVER, Jorge. Conocimiento y sociedad pensando en el desarrollo. Conferencia en la UCI 6-7-2006. Pág. 5

- Inflación exagerada del “contexto regulatorio” o barreras técnicas. Las regulaciones o barreras técnicas al comercio experimentan una inflación que deja de responder a las exigencias de calidad y se convierten en instrumentos de competencia.

Privatización (internacionalizada) de la Educación Superior. La expansión de la educación superior privada se inscribe en la tendencia general a la privatización del conocimiento.

En suma, se viene imponiendo un modo de producción de ciencia que se corresponde con la naturaleza neoliberal de las prácticas económicas y políticas que se han impuesto a nivel global. Entonces, no es exagerado decir que estamos también ante una ciencia neoliberal que funciona en una sociedad capitalista del conocimiento. También se escucha de un término que se puede relacionar e incluso confundir con sociedad de conocimiento, sociedad de masas. En realidad ambas sociedades no tienen relación alguna, pues se tratan de períodos diferentes en la evolución social del hombre.

Se afirma de modo positivo al declarar que la clásica comunicación de pública se está transformando en una sociedad de masas. En la sociedad de público democrática la conciencia individual era el asiento del juicio, que daba como hecho la existencia de una armonía de intereses pacífica y natural; se supone que antes de tomar una medida de consecuencias públicas, la opinión pública sería la voz infalible de la razón.

La transformación del público en masas ha sido al mismo tiempo una de las tendencias primordiales de las sociedades modernas y uno de los principales factores del colapso de ese optimismo liberal que determinó una parte tan considerable de la actitud intelectual en el siglo XIX.

Diferencias entre público y masas:

- La proporción entre los que exponen la opinión y los que la reciben. Es el cambio de esta proporción lo que constituye la médula de los problemas de público y opinión pública. En un extremo de la escala de

relaciones humanas, dos personas hablan uno con otro; en el extremo opuesto, un vocero habla impersonalmente a través de una red de comunicaciones, con miles de oyentes y espectadores.

- La posibilidad de impugnar una opinión sin miedo a represalias internas o externas. El público defiende la formación amplia y simétrica de opiniones; mientras que las condiciones técnicas de los medios de comunicación, hay que imponer una proporción menor de oradores para los oyentes, restringe la posibilidad de contestar.
- La relación entre la formación de opiniones y su aplicación en la acción social, la facilidad con que la opinión influye en las decisiones de gran importancia.
- El grado en que la autoridad institucional, con sus sanciones y restricciones penetra en el público. Este es realmente autónomo frente a la autoridad instituida y no hay ningún agente de la autoridad oficial en él. En el extremo opuesto el público se ve forzado a adoptar la uniformidad de opinión.

En un público, tal como podemos entender dicho término, 1) expresan opiniones tantas personas como las reciben; 2) las comunicaciones públicas se hallan organizadas de modo que cualquiera opinión manifestada en público puede ser comentada o contestada de manera inmediata y eficaz. Las opiniones formadas en esa discusión 3) encuentran salida en una acción efectiva, incluso –si es necesario- contra el sistema de autoridad dominante, y 4) las instituciones autoritarias no penetran en el público, cuyas operaciones son, por lo tanto, mas o menos autónomas.²

En una masa, 1) es mucho menor el número de personas que expresan una opinión que el de aquellas que la reciben (...); 2) Las comunicaciones que prevalecen están organizadas de tal modo que es difícil o imposible que el individuo pueda replicar enseguida o con eficacia; 3) la realización de la opinión

²WOLF, Mauro: La Sociedad de Masas. Edit Paidós, Bs As, Argentina 1997. Pág. 336

en la acción está gobernada por autoridades que organizan y controlan las causas de dicha acción; 4) la masa no es independiente de las instituciones, suprimiendo toda la autonomía en la formación de opiniones por medio de la discusión .³

Se ha andado mucho para llegar a la sociedad de masas desde el público. Al final de la ruta se encuentra el totalitarismo, pero aún no es el final. Hoy los mercados de medios de comunicación masiva no influyen completamente sobre el público primario, aunque se observa que muchos aspectos de la vida pública de la época actual con más características de una sociedad de masas que de una común de público.

En el público primario la competencia de opiniones se efectúa entre personas cuyos puntos de vista están al servicio de sus intereses; en la sociedad de masas y de los mercados de medios la competencia se desarrolla entre los manipuladores y su medios de influencia en las masas y el pueblo que reciben la propaganda.

*El público se compone de aquellos restos de las clases medias, viejas y nuevas, cuyos intereses no se encuentran definidos, organizados o exhibidos de un modo explícito.*⁴

Los que suponen que las masas son todopoderosas y que van camino al éxito, están equivocados. En este tiempo las colectividades autónomas en la vida política están disminuyendo; la influencia que aún conserva es dirigida, deben ser considerados como masas manejadas en puntos clave para que sirvan como, multitudes manifestantes. Pues, así como los públicos se convierten en masas, estas se convierten, a veces, en multitudes.

De lo que llamamos nuestros conocimientos de las realidades sociales del mundo, hemos adquirido muy poco de primera mano, debemos la mayoría de las imágenes de nuestra mente a los medios. Estos no sólo dan información,

³Ibidem.

⁴Ibidem. Pág. 338.

sino que guían nuestra experiencia fragmentaria.

Por lo tanto, aunque el individuo tenga una experiencia directa y personal de los acontecimientos, está esta organizada en los estereotipos. La clase de experiencia que puede servir de base para la resistencia a los medios de comunicación de masas, no es una experiencia de los sucesos en bruto, sino la experiencia en los significados. El individuo no se fía de su propia creencia hasta que está confirmada por otro o por los medios. Para ser aceptada debe aliviara o justificar los sentimientos que se encuentran en él como característica clave de su lealtad ideológica.

Estas creencias y sentimientos más profundos constituyen una especie de lente a través del cual los hombres obtienen una visión del mundo; condicionan la aceptación o rechazo de determinadas opiniones y los orienta hacia las autoridades dominantes. Hemos de reconocer que “el sentido común” de las generaciones venideras va a ser mucho menos el resultado de una tradición social firme que de los estereotipos acarreados por los medios de comunicación masiva a los que se hallan tan plenamente expuestos.

Los medios no sólo se han infiltrado en nuestra experiencia de las realidades exteriores, sino que han penetrado también en la experiencia de nosotros mismos. Le suministran nuevas aspiraciones e identidades respecto a lo que desearía ser y parecer.

Más aún: 1) Los medios le dicen al hombre de la masa quien es (...); 2) Le dice qué quiere ser –le da aspiraciones; 3) Le dice como lograrlo (...); 4) le dice como puede sentir que es así, incluso cuando no lo es (...). Esta es hoy la fórmula psicológica básica de los medios de comunicación para las masas. (...). Es la fórmula de un seudomundo que los medios inventan y sostienen.⁵

Las tendencias estructurales de la sociedad moderna y el carácter manipulativo de su técnica de comunicación llegan a un punto de coincidencia en la sociedad de masas que es en gran parte una sociedad metropolitana. La

⁵Ibidem. Pág. 345.

ciudad es una estructura compuesta de pequeños ambientes y las personas que pertenecen a uno de ellos tienden a aislarse como los otros.

La vida en una sociedad de masas presta inseguridad y estimula la impotencia, vuelve las hombres inquietos y vagamente ansiosos, aísla al individuo del grupo firme, destruye las sólidas normas del grupo.

Los mass media constituyen un importantísimo sector industrial, un universo simbólico objeto de consumo masivo, una inversión tecnológica en continua expansión, una experiencia individual cotidiana, un terreno de enfrentamiento político, un sistema de mediación cultural y agregación social, una manera de pasar el tiempo.

El pensamiento político del siglo XIX de carácter conservador señala en la sociedad de masas el resultado de la progresiva industrialización, de la revolución de los transporte, en los comercios, en la difusión de valores abstractos de igualdad y libertad. Estos procesos sociales determinan la pérdida de exclusividad por parte de la élite que se encuentra expuesta a las masas. El debilitamiento de los vínculos tradicionales contribuye a debilitar el tejido conectivo de la sociedad y preparar las condiciones para el aislamiento.

El hombre –masa recorre todas las clases sociales y basa su papel en el saber especializado vinculado a la técnica y la ciencia. A esto se une el término cultura de masas que se remonta a un período comprendido entre 1940-1960 y obedece a la necesidad capitalista de dar rápida respuesta al desequilibrio cultural provocado por la enajenación a que se ve sometido el hombre promedio, víctima de las condiciones en que vende su fuerza de trabajo. Se crea así un pseudo arte abaratado, al alcance de todos, reproduciendo en serie con tecnología avanzada para ganar adeptos y conformar un nuevo público.

La definición clásica: conjunto de valores de la cultura burguesa, difundido a través de los medios de comunicación. Consiste esencialmente en la unión del contenido socialmente significativo del arte con los estereotipos de la propaganda burguesa. Actúa como instrumento de influencia ideológica y

sociológica sobre las amplias capas de la población; se utiliza con fines publicitarios para implementar el consumismo y las normas del modo de vida burgués.

El industrialismo y la superacumulación parecen identificarle con el efecto kitsch, sinónimo de mal gusto y pseudoarte abaratado. El industrialismo propicia la adquisición barata de toda esta superchería, pero se evidencia la falta de funcionalidad.

La masa arrasa con todo lo que es singular, individual, cualificado y seleccionado, sólo están preocupados por su bienestar y no se sienten solidarios con quienes proporcionan este bienestar.

Se compone de personas que no se conocen, especialmente separadas unas de otras, con escasas o ninguna posibilidad de interactuar; carecen de tradiciones, reglas de comportamiento y estructura organizativa.

La masa es una formación nueva, que no se basa en la personalidad de sus miembros, sino sólo en aquellas partes que unifica a cada uno con todos los demás y equivalen a las formas más primitivas e íntimas de la evolución orgánica. No existe comportamiento, proximidad y reciprocidad. Las acciones de las masas apuntan directamente a su meta e intentan llegar a ella por el vía más breve, esto hace que domine una idea única. La sociedad de masas es producto de la división social y del trabajo de los medios de difusión masiva, mientras la sociedad del conocimiento es una etapa superior donde esta sociedad de masas se va a separar aún más dado el creciente grado de desarrollo alcanzado por los conocimientos.

De toda esta situación se van a derivar otros términos de uso común en el siglo XXI como la globalización, el neoliberalismo y el consumo cultural. Una problemática que no toca a todos muy de cerca amenazando con un desarraigo cultural y la pérdida de tradiciones.

1.2 Consumo cultural.

Desde el punto de vista material, el consumo puede definirse como el proceso de mercantilización de las formas y contenidos del consumo con su contrapunto constante en el proceso de desmercantilización de dichas formas y contenidos en el que ha jugado y juega un papel crucial el Estado; desde el punto de vista social el consumo es la permanente pugna/sustitución de las prácticas de los consumos colectivos por la multiplicación de los deseos individuales con su contrapunto en la constante recreación de formas colectivas de consumo que no se agotan, ciertamente, en las formas institucionales de consumo.

Se habla de “el mercado de la cultura” porque hay “consumidores de cultura”. Es lo que dice Ramón Sallo: “la cultura ya no es fundamentalmente el espontáneo encuentro entre el talento de los creadores, el diagnóstico de los críticos y la demanda social. La cultura de nuestro tiempo, para serlo o parecerlo, es ante toda una oferta que acude a los mercados a través de unos complejos mecanismos de decisión y mediación”.

El mercado es, por tanto, una instancia de socialización. Al lado de la familia, la religión y las naciones, modela la personalidad de los hombres. Su influencia es planetaria y se desdobra en la mancha de la modernidad-mundo. El espacio del mercado y del consumo se torna así lugares en los cuales se engendran, y comparten, patrones de cultura.

La cultura de consumo está compuesta por tres dimensiones básicas:

1. Los hábitos y formas de saber hacer, cuyos códigos permanecen implícitos en la vida cotidiana.
2. Los sistemas de representaciones que configuran y legitiman las prácticas.
3. Los procedimientos de identificación y construcción de las identidades.

La sociedad llamada de consumo deja consolidado un repertorio de estilos de vida que borran las formas de identidad del capitalismo de producción y las

sustituyen por otras más versátiles y menos reflexionadas. Esta nueva forma tiene tres procedimientos de estructura: el carácter improductivo del consumo; el triunfo del simulacro y la construcción de una idea del sujeto como carente de mentes.

El primero se puede caracterizar como la evidencia de que el consumir no tiene meta alguna fuera de sí mismo. El segundo es cerrado por un ciclo fatal: lo que era consumido como semejante a lo natural ha sido superado por lo consumible porque sustituye a lo natural, porque es más real que lo real. El tercero es la progresiva ausencia de límites del sujeto consumidor, se entiende a sí mismo como difícil de colmar salvo por esas frenéticas ofertas renovadoras que cada día llama.

La sociedad llamada de consumo –término que es testigo de su época de «esplendor»: en realidad de la pauta de consumo de masas de la segunda posguerra mundial– deja consolidado un repertorio de estilos de vida que borran las formas de identidad del momento del capitalismo de producción, y las sustituyen por otras más versátiles y, por cercanas, menos reflexionadas.

Estas nuevas formas de troquelado de la cultura tienen tres procedimientos de estructuración: el *carácter improductivo* del consumo, el *triunfo del simulacro* y la construcción de una idea del *sujeto como carente de límites*.

El primero se puede caracterizar como la evidencia de que el consumir no tiene meta alguna fuera de sí mismo, se trata del proceso de implantación del consumo improductivo como referente e imaginario común. El segundo proceso es el triunfo del simulacro: si la cultura del consumo produce extrañeza y vértigo es precisamente porque el peso importante que tenía «lo protésico», parece ahora haber cerrado un ciclo fatal: lo que era consumido como «semejante a lo natural» ha sido superado por lo consumible «porque sustituye a lo natural», porque es «más real que lo real». El tercer proceso es la progresiva ausencia de límites del sujeto consumidor: a fuerza de reclamarle como interlocutor de un proceso que renueva continuamente las cosas, pareciera que el roce con los objetos, marcas y signos del consumo hacen del

sujeto consumidor un sujeto que no concibe ni acepta límites y, por ello, se entiende a sí mismo como difícil de colmar salvo por esa frenética oferta renovada que cada día llama a su puerta.

La idea del consumo no debe ser asumida solamente en perspectiva de racionalidad económica, sino y sobre todo en referencia sociocultural. Consumir es meta y no procedimiento previo, es el momento acentuado de la historia de las sociedades y no el conjunto de los momentos vacíos. El sujeto del consumo desterritorializado, sacado de sus redes de pertenencia por la lógica de la segmentación, entra en un nuevo perfil que le da una aparente consistencia, al menos en las formas de identificación de los segmentos-estilos de vida.

*El consumo cultural debe ser considerado, según Marcelino Bisbal, como la apropiación por parte de las audiencias de los productos y los equipamientos culturales, las relaciones que se establecen con ellos, las resignificaciones y las nuevas asignaciones de sentido a los que lo someten, los motivos de su selección.*⁶

El consumo sería una práctica sociocultural en la que se construyen significados y sentidos del vivir con el cual es que comienza a ser pensado como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales. El consumo cultural como práctica específica se justifica por la parcial independencia alcanzada por los campos artísticos y culturales durante la modernidad. En los bienes culturales el valor simbólico predomina por encima del valor de uso o de cambio.

Para Canclini el consumo cultural es un “conjunto de procesos de apropiación y uso de productos en la que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”.

Martín Barbero por su parte considera que el consumo no es sólo reproducción

⁶ La idea del consumo cultural: teoría, perspectiva y propuesta. Disponible en <http://www.gumilla.org.ve>.

de fuerza, sino también producción de sentido. El consumo será una práctica de producción invisible, hecha de ardid y astucia, a través de la cual los sectores populares se apropian y re-significan el orden dominante. Los medios de comunicación masiva son un fenómeno cultural a través del cual la gente vive la constitución del sentido de su vida. La importancia estratégica de la investigación reside en que permite una comprensión de las nuevas formas de agrupación social, de los cambios en los modos de estar junta la gente.

Canclini y Barbero coinciden en que:

- 📁 El consumo como una práctica cultural que se manifiesta en la apropiación y uso de todo tipo de mercancía y no sólo en los bienes culturales.
- 📄 Pensar la comunicación desde la cultura.
- 📄 Consumo es un espacio clave para la comprensión de los procesos sociales.
- 📄 La investigación del consumo significa un cambio teórico-epistemológico en el lugar desde el que se mira el proceso de comunicación.

1.3 Los medios de comunicación: Radio Sancti Spíritus.

En Sancti Spíritus se escucharon las primeras transmisiones radiales, el 9 de marzo de 1923, efectuadas por el ingeniero electricista, norteamericano, Frank H. John, quien fungía como administrador del Central “Tuinucú”. Esta planta, la 6KW, denominada el CUCU, estuvo instalada en el Club de los Americanos hasta 1925, en que se retiró del aire por falta de sustento monetario.

La 6KW, el CUCU, con su programación en horas nocturnas, se captó con toda nitidez en varios barrios del municipio cabecera del Partido Judicial, donde se instalaron primitivos radio-receptores. Transmitió un concierto por el “Conjunto Espirituano”, dirigido por Miguelito Companioni. A finales de 1927, existían ya en Sancti Spíritus otras emisoras de fabricación casera, que en sentido general, ofrecían una programación muy poco organizada. Usaban sus micrófonos el propietario, sus familiares y amigos aficionados a distintas manifestaciones del arte, que alternaban con la llamada “música mecánica”, el empleo de fonógrafos y grabaciones en placas.

Estas planticas de onda corta transmitían, generalmente, en horario nocturno, cuando sus ondas se extendían más lejos, y tenían como propósito comunicarse con “colegas” allende los mares y recibir reportes de audiencia desde los puntos de sintonía.

Entre los radioaficionados de la época estaban “Pepe” Gallo, de oficio zapatero, cuyo hijo José se considera el primer locutor empírico espirituano quien anunciaba programas en la pequeña emisora de su padre. También se dedicaron a la radiodifusión Dieguito Sánchez, Manolo Santana, Galguera y otros.

Los radioreceptores eran escasos, la mayoría de ellos hechos en casa con una piedra de galena, una aguja de coser ropa, un trozo de alambre de cobre, auricular de teléfono y una antena tipo “L” invertida. Los primeros radios extranjeros que se conocieron en la ciudad espirituana los tenían entre otros José del Río, administrador de la Compañía Cubana de Electricidad, y José Suárez, comerciante, quien años más tarde le instaló una bocina adicional, con un largo “bafle” de madera en el portal de su establecimiento, frente al parque “Maceo”, para que los visitantes del lugar escucharan los programas que él captaba.

A unos once años de establecida oficialmente, la radiodifusión en Cuba, surgió al aire el 12 de noviembre de 1933, la primera radioemisora comercial experimental, en Sancti Spíritus, con la sigla CMHB y que fue conocida popularmente, como LA VOZ DEL YAYABO. Esta radioemisora comercial, ubicada en la onda media, se registró, oficialmente, como fecha inicial de sus operaciones el 14 de abril de 1934.

La programación de la CMHB la conformaban elementos artísticos locales, grabaciones de discos, la retransmisión por contrato de programas nacionales y la visita de figuras del arte como Ricardo Dantés, que cantó tangos con los Románticos Gauchos de Adolfo Guzmán. El sustento económico provenía de la captación de anuncios de comerciantes del pueblo, de actividades bailables periódicas y de algunos productos de la industria nacional.

En la década de los años 30 y 40, Sancti Spíritus registraba un buen movimiento cultural, con la presencia de revistas, periódicos, solistas y agrupaciones musicales. Estos últimos colaboraban con la CMHB, en distintos programas, alternando con sus actuaciones en otros escenarios

Manuel de Jesús Bécquer Medina y Fernando Soto del Valle Guinart, tuvieron la idea de fomentar en Trinidad una emisora, y para ello, ambos aportaron 3 mil 500 pesos. Así lograron inaugurar la CMHT, el 11 de junio de 1938, a las doce meridiano, con la transmisión de la visita del Obispo de Cienfuegos y otras personalidades, en ocasión de los festejos de la Semana Santa y al develarse una tarja que regaló la ciudad de Santa Clara a Trinidad.

En 1944, los hermanos Manuel, Horacio, Rómulo y Raúl Santana Padrón ayudados por su padre Manuel Santana Díaz y la colaboración de Buenaventura Lemus Osorio, compraron la CMHT, a la firma Bécquer y Valle en Trinidad, la que se mantenía desactivada en un cuarto del Palacio Brunet. Realmente, adquirieron el derecho de usar las siglas CMHT y la frecuencia 990 Kc., porque el equipo no contaba con las condiciones técnicas necesarias.

El 11 de julio de 1945, el Ministerio de Comunicaciones autorizó el funcionamiento comercial de la radioemisora CMHT, con estudios en Máximo Gómez, número 149, Norte, y equipo transmisor en el predio San José de las Katas, con antena de tipo “L” invertida o tendedera. Se le puso por nombre y lema: “RADIO NACIONAL, un exponente de la publicidad moderna”.

El 31 de diciembre de 1945 se organizó una programaciónailable de fin de año, la que fue aprovechada para darle propaganda a la nueva emisora, que lógicamente, se convertía en competidora de la CMHB.

La CMHT, fue desarrollándose en la ciudad de Sancti Spíritus poco a poco, e incentivaba a personas con vocación a las artes a incorporarse a ella. La programación general de lunes a domingo era muy variada e incluía espacios musicales de todos los géneros.

1.4 La Trova y su contextualización.

Como parte de las tradiciones culturales llegadas hasta nuestros días se halla la trova. Como fenómeno cultural en sí, tiene un devenir histórico, una conformación formada, por generaciones de cubanos. De ahí que si nos atenemos a la definición de un diccionario, hallamos que trova *“es verso, una composición métrica escrita generalmente para el canto, o una canción amorosa compuesta o cantada por trovadores”*⁷.

La trova tiene su origen en la Edad Media. En el siglo XI surgieron en Europa feudal los primeros trovadores. El pueblo hizo suyo el canto y la música, enclaustrado hasta ese momento en conventos, iglesias y monasterios. Proliferaron nuevas melodías e instrumentos surgidos del pueblo, y con ellos los trovadores: poetas del siglo XI, XII y XIII. La trova era sinónimo de composición, recitado o improvisación de versos.

Los primeros trovadores iban de pueblo en pueblo llevando las noticias recogidas aquí o allá, que eran transmitidas por medio del canto a pequeños grupos de oyentes congregados a su lado. Generalmente se hacían acompañar por instrumentos de cuerda. Siglos después escenas parecidas se repetían en Cuba.

En Europa la trova era considerada *“la más pura expresión del canto popular para dar a conocer íntimos sentimientos como el amor, la admiración por el paisaje o la mujer, la lealtad a los principios, etc.”*⁸. Los trovadores sencillamente cultivaban el arte por el placer de hacerlo.

En España la trova alcanzó un gran auge entre los siglos XI y XV, por lo que se supone que junto con la oleada de emigrantes llegados al nuevo mundo hayan arribado a estas tierras los primeros trovadores.

Los primeros cubanos que empezaron a trovar pertenecían a las clases humildes, analfabetos en su mayoría lo máximo que alcanzaban eran los rudimentos de la guitarra, casi siempre por mimetismo. Por eso, en nuestro país, el trovador cubano se define por el concepto unificado de *“hombre-*

⁷ BETANCOURT MOLINA, Lino. La trova en Santiago de Cuba: Apuntes históricos. 2005. Pág. 9.

⁸ Íbidem. Pág. 13.

guitarra-poesía-popular”.⁹

En el siglo XIX en medio del proceso de transculturación, de las gestas independentistas del 68 y el 95 y la lenta evolución de la conciencia nacional, culminó el proceso de formación del pueblo-nación. En medio de la incesante ebullición, la lucha clasista fue inclinándose de la política a los ámbitos culturales con el objetivo de crear una cultura nacional popular. Dentro se encuentra el movimiento de la trova tradicional cubana.

Los años de esclavitud, los conatos de libertad y las dos guerras formaron el cancionero sentido, melancólico, expresivo a que son dados los pueblos que sufren. Los troveros o cantadores populares crearon las formas musicales características de nuestras canciones y, hasta bien entrada la República, fueron sus más valiosos mantenedores.

En las últimas décadas del siglo XIX en Sancti Spíritus, con la creación del Coro La Yaya, se propiciaron las condiciones necesarias para modificar los tratamientos musicales nutriéndose de una nueva proposición estética y propició con su originalidad, los contornos de una síntesis étnica y el planteamiento de las urgencias sociales propia de una época. Gradualmente en él fueron formándose grupos de músicos que no muy tarde probarían la certeza de su talento.

La madurez de músicos como Rafael Gómez Mayea (Teofilito) y Miguel Companioni, unidas a las necesidades económicas, condicionaron una zona importante de nuestra cultura nacional a favor de un desarrollo acelerado de aquello que más adelante se denominaría trova tradicional espirituana.

Como importantes catalizadores de la cultura musical de los sectores populares en los primeros años del siglo XX, los coros de claves comienzan a ser fieles exponentes de la cultura popular. Tenían participación en las fiestas de Navidad y del pueblo, unos resaltando los matices tipificados de sus barrios y coros, y otros enjuiciando actitudes de las agrupaciones oponentes.

La presencia de los trovadores más o menos aislados formando dúos, tríos o

⁹CAÑIZARES, Dulcila. La trova tradicional cubana. 1992. Pág. 17.

acompañándose circunstancialmente, fue definiendo una visible transformación. El espíritu de la trova surgido en el formato de los coros, se expandía en múltiples formatos más reducidos.

La influencia de la trova espirituana va más allá de los coros de clave. Hay que analizar que a fines del siglo XIX se culmina el proceso de formación de nuestra nacionalidad y las vertientes llegadas de Europa. Los temas derivaron de un tratamiento mixto de géneros, en correspondencia con el estado de ánimo de los músicos. La temática amatoria predominó sobre aquellos que establecían la narración jocosa de determinada anécdota.

“La trova espirituana es un proceso único, aunque como toda pieza armónica los tonos se diversifiquen¹⁰”, no existe en Cuba otro movimiento trovadoresco con la vigencia del nuestro, es en nuestra provincia donde se mantiene uno de los pocos programas dedicados a la trova y a sus trovadores.

Los tríos en Sancti Spíritus se conocen desde los primeros años del siglo XX. Es posible que la sencillez de su composición halla propiciado el surgimiento de estos grupos que los forman dos o tres voces: prima, segunda y tercera, y el ritmo de las claves, o las maracas a cargo de uno de los participantes.

¹⁰BERNAL, Juan Enrique y Eduardo RODRÍGUEZ. Resonancia de la trova espirituana. 1994. Pág. 25.

CAPÍTULO II: FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS

2.1- Contexto y problemática de trabajo.

La sociedad actual se encuentra bajo la influencia de la globalización y del consumo cultural que esta trae consigo. Ante esta situación es necesario mostrar una fuerte cultura nacional, territorial y local, capaz de resistir los embates de la cultura occidental homogenizante. “Salvar la cultura es salvarnos todos”.

En nuestra provincia contamos con manifestaciones artísticas centenarias, como la trova, las parrandas, el punto criollo, etc. Sobre esto se habla en el libro de los investigadores espirituanos Juan Enríquez y Eduardo, Resonancia de la trova espirituana. En tal sentido, las instituciones socioculturales en Sancti Spíritus, ciertos grupos de intelectuales y artistas, así como los académicos que abundan en el tema, se preocupan por el legado a las nuevas generaciones de espirituanos. Para los jóvenes influenciados por la era de la información, el reality show y otra gama de “interconexiones comunicacionales globales”, el interés por el reconocimiento de los atributos culturales exhibe cierto abandono. Dicho de alguna manera contundente: no está hecho todo el trabajo institucional que se debe y merece la situación

Las instituciones socioculturales trabajan tradiciones a través de las ofertas culturales que proponen. A esta labor deben sumarse los medios de difusión masiva por ser estos un vínculo directo entre el pueblo y el acontecer momentáneo. No siempre es así, pues los programas para jóvenes de la CMGL difunden en gran medida los temas de autoría cubana, no así los de factura provincial.

Es cierto que la mayor parte de la música que se promueve es cubana, ya que viene recogido dentro de las leyes de programación que se realice de esta forma aunque no se especifica qué música específicamente, ni mucho menos dónde y cuándo poner la hecha en casa. Es una realidad actual que los jóvenes necesitan escuchar la trova espirituana, necesitan conocerla para que en un momento determinado puedan apreciarla e incluso defenderla.

Sancti Spiritus es una ciudad que identifica con su nombre al municipio cabecera provincial del territorio, al mismo tiempo que se erige como un referente patrimonial importante al centro de Cuba, al ser una de las primeras villas fundacionales. En ella se encuentran ubicadas las principales instituciones sociopolíticas y culturales, de organizaciones de masas y una diversidad de representaciones de la sociedad civil cubana.

Puede afirmarse, por el acervo cultural e histórico, que en la ciudad de Sancti Spiritus coexisten al mismo tiempo elementos importantes de la historia y la modernidad, como suele suceder en muchas ciudades de su tipo en América Latina. Posee importantes manifestaciones culturales y sociales que le hacen distinguirse ante el resto de las existentes en la isla; también por la presencia viva de manifestaciones que han trascendido y convertido en parte de la cotidianeidad. Dentro de la “arquitectura institucional” que se atribuye la ciudad, aparecen aquellas garantes de la preservación testimonial, gráfica y audiovisual de la memoria histórica como las emisoras televisiva Centro Visión Yayabo y de la radiodifusión como Radio Sancti Spíritus (CMGL) y Radio Vitral.

La emisora provincial llega a toda la provincia y a algunos territorios de Ciego de Ávila y Villa Clara con una variada programación compuesta por 58 programas de todos los géneros; significando en esto, con su *Programación Habitual*, la búsqueda de una representatividad etaria de sus públicos potenciales. Dentro de su programación existen diferentes redacciones para hacer factible la producción y reproducción sociocultural que la caracteriza.

Atendiendo a lo expuesto con anterioridad, el escenario de trabajo para la realización del Diploma, se concentra en la planta física de Radio Sancti Spiritus, específicamente en lo que a la Programación para Jóvenes se refiere. En tal sentido debe advertirse que ello es entendido así y no Programación Juvenil como suele llamársele por desconocedores del tema en cuestión, sino respondiendo al concepto que brinda el Manual de la Calidad de la Programación del ICRT¹¹ sobre la Intencionalidad de Destinatarios.

¹¹Manual de la Calidad de la Programación para el ICRT, La Habana, 2001.

Según lo dispuesto en el Manual de la Calidad de la Programación del ICRT “los programas deben estar dirigidos hacia todo tipo de público haciendo énfasis en un destinatario específico, teniendo en cuenta el grupo de edades, ocupacional, o de otro tipo a quien va dirigido un mensaje determinado, con el fin de influir sobre su conducta, hábitos, costumbres etc. y movilizarlo hacia los objetivos deseados. Para que este fin se logre es necesario utilizar recursos radiales tales como lenguaje apropiado, argot especializado o utilizado por el grupo siempre que se inscriba en las normas del lenguaje, música en función de las temáticas para este grupo, ritmo, tono y timbre de locución, entre otros aspectos”.

En correspondencia con las vigentes orientaciones de la Política de Programación de la Radio y la Televisión Cubana, aquella orientada a los jóvenes deberá caracterizarse por:

- Resaltar los valores de los jóvenes y los propósitos y tareas de sus organizaciones, la igualdad de derechos de hombres y mujeres ante las responsabilidades que desempeñan juntos.
- No reproducir estereotipos de consumo asociados al modo de vida en el capitalismo.
- Estimular el amor al trabajo.
- Combatir el egoísmo, el individualismo, la ostentación, la inmodestia, el acomodamiento y la indolencia. Exaltar el heroísmo, la audacia, el valor, la inteligencia y la voluntad.
- Contribuir a elevar su capacidad de análisis en torno a problemas tales como la política, la moral, la economía, la cultura y la sociedad, sin sacrificar el carácter recreativo, la calidad artística y el consecuente disfrute estético.
- Diversificar las formas musicales que se les ofrezcan, para contribuir a elevar su nivel cultural.
- Incrementar la presencia de programas de participación que resalten la actividad de los jóvenes como sujetos activos de la sociedad.
- Aumentar la información cultural de la juventud.

- Consolidar la presencia de elementos que favorezcan el incremento del acervo cultural de la juventud.
- Mantener una coordinación estrecha con todas las instituciones que de una forma u otra se relacionan con la juventud, en especial, las organizaciones estudiantiles y la Unión de Jóvenes Comunistas.

La Programación para Jóvenes persigue en sí llevar a estos una programación cargada de altos valores sociales y culturales, que la música que se promueva ayude a experimentar el amor por lo autóctono como lucha ante las marcadas vertientes de consumo cultural presentes en el mundo globalizado con creciente conducta hegemónica occidental. Se pretende de esta manera, que los jóvenes orientados y signados por esta programación posean tan alto nivel cultural, que sean capaces de diferenciar los diversos tipos de música y sus contenidos estéticos, así como los valores que poseen y poder adherirse a criterios de identidad nacional ante la extranjera.

Aunque todo lo que se menciona está consignado en las políticas, los indicios de evaluación de la programación evidencian ciertas tensiones planteando que no se cumplen a cabalidad los resultados esperados. Permittiendo con ello interrogarnos acerca de la pertinencia de un estudio en dicha materia dado las transformaciones y adecuaciones hechas por la dirección de programación en Sancti Spiritus desde poco más de cinco años.

Atenidos a las posibles interrogantes, se constata la promoción de una gran cantidad y diversidad de música cubana, no obstante, ello no significa que esté situada en igual plano la que se ha producido y gesta en el territorio. En este sentido son escasos los trabajos que ahonden dicha problemática, al menos con la profundidad que merece ya que ha sido declarado por política la promoción y protección de la producción artística-musical territorial ¿Cómo evaluar este proceso entre los jóvenes? ¿Cuál es el dominio público de la música espiritana entre ellos? ¿Dónde comienza y reinicia la responsabilidad institucional de la Radio para con la promoción de la música autóctona?

Los incentivos para esta investigación parten del hecho de NO estarse promoviendo suficiente y eficazmente, dentro de la Programación para

Jóvenes, la música espirituana y como parte de esta, aquella que es emblemática: la trova. Por tal motivo la interrogante se convierte en bumerán cuando se hace para pensar en la conservación de la memoria histórica territorial. ¿Cómo mantener viva una expresión artística autóctona sin público potencial? ¿Cómo fijar patrones de consumo futuro sin trabajarlo en el presente? Es evidente que el legado cultural de las futuras generaciones depende de lo que sea posible lograr en la actualidad y, en términos de la investigación propuesta, ello no está siendo establecido como presupuesto garante para su éxito.

Ante la situación en que se encuentran las culturas autóctonas en el mundo, su lucha contra la globalización, la sociedad de consumo y el consumo cultural, es vital que nuestros medios de difusión promuevan la música espirituana y dentro de esta la trova, por los valores que encierra, sin menospreciar la foránea. Lo que sin dudas recae con fuerza en las posibilidades de promoción y alcance que posea la radio, de ahí que se plantee el siguiente **problema de investigación:**

- ¿Qué contribución ha realizado la programación para jóvenes de la Emisora Radio Sancti Spiritus (CMGL), a la promoción de la trova espirituana en su alcance radiofónico durante el período comprendido entre el 2007 al 2009?

En correspondencia con el problema planteado se asume como escenario del trabajo de campo la Emisora de Radio, el entramado urbano de la ciudad de Sancti Spiritus -en lo que al alcance radiofónico se refiere- y, como protagonistas esenciales para la indagación y consulta, el público potencial de la programación destinada a los jóvenes. De ahí que para poder ahondar en la resolución a la problemática se proponen los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Definir la contribución que ha realizado la programación para jóvenes de la Emisora Radio Sancti Spiritus (CMGL), a la promoción de la trova espirituana en su alcance radiofónico durante el período comprendido

entre el 2007 al 2009.

Objetivos específicos:

- Determinar qué intereses de consumo musical asociados a la trova espirituana están presente entre los jóvenes en la ciudad de Sancti Spíritus.
- Describir como se promueve la trova espirituana a través de la programación habitual de la Emisora CMGL y, específicamente, en la dedicada a los jóvenes.
- Identificar qué elementos socioculturales de la trova espirituana se priorizan por los contenidos de la programación de Radio CMGL para promoverse entre los jóvenes.

Hipótesis:

- La contribución que ha realizado la programación para jóvenes de la Emisora Radio Sancti Spiritus (CMGL), a la promoción de la trova espirituana en su alcance radiofónico durante el período comprendido entre el 2007 al 2009 se define por la actualización de temáticas y contenidos socioculturales demandados por los jóvenes.

Una concepción teórica acerca de la implementación acertada de las políticas culturales en el Subsistema de la Radio Cubana abre la brecha por dónde el análisis que se pretende se hace plausible. Se trata entonces de reflexionar acerca de los modos diversos que en éstas se recomponen los desiguales circuitos de producción, comunicación y apropiación de la cultura local. Cuando un emisor construye y emite códigos asumidos como parte del proceso de comunicación está en posibilidad de elegir y decidir. Tal es el caso de estudio que se propone, considerando a la radio en su carácter de emisor como el centro de un estudio de corte administrativo.

En el espacio de la *cultura histórico-territorial*, o sea el conjunto de saberes, hábitos y experiencias cotidianas es donde los efectos de la globalización se hacen menores si se conducen acertadamente por las políticas culturales que

le protegen y defienden. El patrimonio histórico, la producción artística y folclórica, experimentan una apertura económica limitada porque en ellas el rendimiento de las inversiones es menor y la inercia simbólica más prolongada. Sin embargo, la oleada mediática internacional en cuanto a la producción, intercambio y consumo de bienes culturales como la música, es un universo bien complejo. No contar con herramientas de evaluación ante este fenómeno equivale a la ruptura con la propia identidad nacional y por ende, desperdiciar esfuerzos creativos. De ahí el rol que cumplen los medios de comunicación como es el caso de la radio.

2.2- Operacionalización de variables y conceptos.

Para la definición de las variables se trabaja acorde a las instrucciones de la Política de Programación de la Radio y la Televisión Cubana. Y en atención a ello serán particularizados los conceptos e indicadores a trabajarse.

Variables de trabajo:

- **Contribución** que ha realizado la **programación para jóvenes** de la Emisora Radio Sancti Spiritus (CMGL), a la **promoción de la trova espirituana** en su **alcance radiofónico** durante el período 2007-2009.
- Actualización de **temáticas y contenidos socioculturales** demandados por los jóvenes.

Conceptos e indicadores:

Contribución: Referido a los elementos musicales de la trova espirituana introducidos o impuestos dentro de la programación para jóvenes que dan cobertura de respuesta a la promoción de la música, valores culturales y sentido de identidad en los contenidos transmitidos habitualmente. Establece una relación de tiempo en cuanto a los estadios precedentes y presentes de la temática en cuestión.

Dimensión de trabajo:

Contribución de elementos musicales en la promoción de la trova espirituana

Indicadores:

Presencia

- Cantidad de autores espirituanos pertenecientes a la trova presentes en los reportes musicales.
- Número de emisiones con interpretaciones de trova espirituana por intérpretes locales.
- Número de emisiones con interpretaciones de trova espirituana por intérpretes locales.

Ausencia

- Cantidad de autores espirituanos pertenecientes a la trova presentes en los reportes musicales.
- Número de emisiones con interpretaciones de trova espirituana por intérpretes locales.
- Número de emisiones con interpretaciones de trova espirituana por intérpretes locales.

Reiteración

- Cantidad de autores espirituanos pertenecientes a la trova presentes en los reportes musicales.
- Número de emisiones con interpretaciones de trova espirituana por intérpretes locales.
- Número de emisiones con interpretaciones de trova espirituana por intérpretes locales.

Retroalimentación

- Contabilización de comunicaciones (cartas, llamadas telefónicas, entrevistas) con los públicos potenciales de jóvenes.
- Número de emisiones con participación de público externo en la temática referida.
- Resultados de encuestas realizadas en relación a la temática.

Programación para jóvenes: aquellos programas que por su contenido general van a estar dedicados a los jóvenes, influyendo sobre su conducta, sus hábitos, sus costumbres y moldeando sus concepciones culturales.

Dimensión de trabajo:

Programas dedicados a los jóvenes.

Indicadores:

- Número de programas realizados (grabados/ en vivo).
- Correlación de horarios, duración y promoción.
- Perfiles de los programas.
- Principales contenidos tratados en los programas.
- Distribución de contenidos en las emisiones (sesiones, promociones, entrevistas, comentarios especializados, otros)

Retroalimentación

- Contabilización de comunicaciones (cartas, llamadas telefónicas, entrevistas) con los públicos potenciales de jóvenes.
- Número de emisiones con participación de público externo en la temática referida.
- Resultados de encuestas realizadas en relación a la temática.

Promoción de la trova espirituana: inclusión de la trova espirituana dentro de la programación destinada a los jóvenes con el objetivo de darla a conocer, de resaltar sus valores y/u orientar su consumo a través de la compra/venta de sus grabaciones (CD, DVD, Cassettes).

Dimensión de trabajo:

Inclusión de la trova espirituana dentro de la programación destinada a los jóvenes.

- Criterios de selección de la trova espirituana presente en la programación.
- Elementos técnico-artísticos de relaciones posibles entre contenido temático y música, referido a la presencia de la trova espirituana en la programación.
- Cantidad de autores espirituanos pertenecientes a la trova presentes en los reportes musicales.
- Número de emisiones con interpretaciones de trova espirituana por intérpretes locales.
- Número de emisiones con interpretaciones de trova espirituana por intérpretes locales.

Temáticas y contenidos socioculturales: referido a aquellos contenidos y referencias de procesos cotidianos de vida implícitos dentro de los textos o discursos de las canciones trovadorescas. Entiéndase por ello vestir, amar, la violencia, desengaños, etc.

Dimensión de trabajo:

Contenidos y referencias de procesos cotidianos de vida.

Indicadores:

Presencia

- Temáticas afines a la vida cotidiana presentes en los textos de la música trovadoresca:
Amor/ Relación de pareja/ Vida/ Naturaleza
Familia/ Relación de familia/ Convivencia/ Vergüenza/

Otras definiciones apropiadas para el trabajo investigativo:

- Programa Musical-Recreativo: Contribuye a complementar parte del tiempo libre de la población a través del esparcimiento, la distracción, la diversión, el entretenimiento y el recreo siendo su contenido fundamental la música, no sólo la difusión de obras musicales, sino todo tipo de información sobre ella, que incluye tanto la formación y la orientación como el disfrute y el entretenimiento. Puede a su vez contribuir al disfrute estético.
- Programas Variados: son aquellos en los que coexisten de forma armoniosa varios elementos formales y de contenido. Poseen dosis de formación e información por lo que contribuyen a ampliar el conocimiento humano a través del entretenimiento, la diversión o el disfrute.
- Talk Show Musical: se caracterizan por girar alrededor de un conductor o animador como eje fundamental por el que se mueven todos los elementos que participen en el programa. Utiliza el diálogo y la conversación con los oyentes. Se realiza en vivo y su valor fundamental está dado por la inmediatez de los temas que se tratan. Son muy propicios para ofrecer todo tipo de propaganda directa y auto-promoción. Pueden intervenir colaboradores, especialistas e invitados en el estudio o utilizando la vía telefónica. Pueden incluir promociones de eventos musicales, discos, libros y revistas. Debe emplear un diálogo real, o imaginario, para interactuar con los participantes y los oyentes. La música que se utilice debe ser variada en género, formatos y diferentes épocas y gran cantidad de efectos sonoros. También se puede recurrir a los remotos o móviles.

2.3- Propuesta metodológica.

Suele suceder que los estudios mediológicos se asumen como fragmentos de diferentes disciplinas y, en efecto, ello es así. Los medios de comunicación constituyen el escenario donde confluyen los acontecimientos comunicativos y

los imaginarios sociales (colectivos e individuales); es el espacio y el tiempo donde la escritura mental produce y reproduce huellas permanentemente.

Se asume entonces, la perspectiva cualitativa en la construcción de las evidencias socioculturales aparejadas a la promoción de la trova espirituana en la programación de Radio Sancti Spiritus, dedicada a los jóvenes, partiendo del saber que poseen todos los implicados en el proceso de indagación-aprendizaje. Ello solo como condición para colocarlos en igualdad de condiciones de negociación y diálogo como requisito para el éxito de la investigación.

Desde mediados del siglo XIX hasta nuestros días han ido surgiendo toda una serie de formas de investigar contrapuestas a otras formas incipientes de investigación empírica cercanas a un enfoque positivista. Es el estudio de campo en el que se enfatiza el hecho de que los datos se escogen en el campo y no en laboratorio, a través de medios naturales: preguntando, visitando, observando y escuchando con la intención de describir la cultura en su contexto.

La investigación cualitativa tiene significados diferentes en cada momento. Algunos estudiosos declaran que es “multimetódica en el enfoque “porque permite utilizar diversos métodos en un mismo estudio y de igual manera relacionarlos todos en la búsqueda de un resultado común.

El investigador cualitativo investiga en un contexto real, interpretando los fenómenos y la importancia de estos para las personas implicadas en el estudio. Lo que trae consigo la utilización y recogida de gran variedad de materiales, en su mayoría subjetivos, que le permita hacer útiles valoraciones en su trabajo.

LeCompte (1995) señala que podría ser entendida como una categoría de diseño de investigación que extrae descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de campo y otras lo que permite avalar lo antes dicho y mostrar las ventajas de la misma por su amplia utilización e interpretación.

Se debe señalar que la metodología cualitativa produce datos descriptivos y el escenario es visto por el investigador desde una perspectiva holística, por lo que se debe tener en cuenta que las consideraciones del investigador son de suma importancia. En los resultados no van a influir las ideas y prejuicio del investigador, pero si sus juicios personales sobre esa visión totalitaria que él presencié. Esto amplia significativamente las posibilidades de los resultados y da, a su vez, un amplio abanico de soluciones.

Para afrontar los aspectos teóricos y conceptuales que servirían de soporte a la investigación, se realizó la revisión y consulta de documentos y textos, concentrando la atención en la definición de un conjunto de términos básicos:

- Medios Masivos de Comunicación.
- Realización Técnico-artística.
- Promoción

En tal sentido importa destacar algunos de los presupuestos que condicionan la creatividad de los realizadores asociados a los programas dedicados a jóvenes en lo que a la promoción de la trova espirituana se refiere:

- No valorar en los guiones la presencia de la trova espirituana.
- Asumir patrones estéticos muy personales por parte de los realizadores.
- No confrontar el imaginario social de los jóvenes y la Política Cultural como resultado del trabajo promocional.
- Persistencia –atenidos a la implementación de la Política Cultural- de conductas esquemáticas, lo que exige el cambio de mentalidad y la modificación de su relación con los procesos mediológicos.

De esta manera, los métodos y técnicas empleadas durante la investigación se centran en la utilización de la observación, con una particularidad en la guía de audición de programas seleccionados dentro del trabajo de campo, en correlación con el análisis de contenido de los mismos. También se tiene en cuenta el uso de la entrevista a expertos en el tema y la aplicación de la encuesta.

La entrevista.

La entrevista es uno de los medios para acceder al conocimiento, las creencias, rituales, la vida de esa sociedad o cultura, obteniendo datos en el propio lenguaje de los sujetos. El investigador se acerca a las ideas, creencias y supuestos mantenidos por otros, lo interesante son las explicaciones de los otros. Se desarrolla en una situación abierta, donde hay mayor flexibilidad y libertad. Aunque los propósitos de la investigación gobiernen las preguntas a formular, su contenido, declaración y secuencia están en manos del entrevistador..

La entrevista en profundidad son una “serie de conversaciones libres en las que el investigador poco a poco va introduciendo nuevos elementos que ayudan al informante a comportarse como tal”.

El cuestionario.

Otra técnica que ayuda al investigador a complementar su labor es el cuestionario que busca una información de carácter cualitativos se define como una forma de encuesta caracterizada por la ausencia del encuestador, es una técnica de recogida de información que supone un interrogatorio en el que las preguntas establecidas de antemano se plantean siempre en el mismo orden y de formulan con los mismos términos, allí se anotan las respuestas, en unos casos de manera textual y en otros de forma codificada, permite abordar los problemas desde una óptica exploratoria, no en profundidad.

Se emplea cuando no se cuenta con mucho tiempo para entrevistar a varios sujetos y se desea obtener el mismo tipo de respuestas de cada uno de ellos con vistas de determinar posibles relaciones entre las respuestas de unos y otros. Por otra parte, con este tipo de instrumento se consigue minimizar los efectos del entrevistador; preguntando las mismas preguntas y de la misma forma a cada persona.

Cuando el investigador busca una información más cualitativa, sus preguntas deben indicar tanto las opciones que se parecen al encuestado como la gama continua dentro de la que se buscará la respuesta. La gama que se a de utilizar se puede determinar, en general, a partir del problema en el que se centra el

estudio. Al expresar las opciones de las preguntas que buscan información cualitativa, el objetivo del encuestador es el mismo que al buscar información descriptiva: dar una respuesta a todos los sujetos que se aproxime razonablemente a la asociación que el sujeto consultado hará la pregunta.

El análisis de contenido.

Se suele llamar análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados y que basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior

Nos ofrece la posibilidad de investigar sobre la naturaleza del discurso. Es un procedimiento que permite analizar y cuantificar los materiales de la comunicación humana. En general, puede analizarse con detalle y profundidad el contenido de cualquier comunicación: en código lingüístico oral, icónico, gestual, gestual signado, etc. y sea cual fuere el número de personas implicadas en la comunicación (una persona, diálogo, grupo restringido, comunicación de masas...), pudiendo emplear cualquier instrumento de compendio de datos como, por ejemplo, agendas, diarios, cartas, cuestionarios, encuestas, tests proyectivos, libros, anuncios, entrevistas, radio, televisión.

El análisis de contenido permite examinar científicamente tanto los “significados” (análisis temático) como los “significantes” (análisis de los procedimientos, de las convenciones, de los rasgos formales) de cualquier texto. Es sistemático y objetivo.

Se puede afirmar que el análisis de contenido ha llegado a ser un método científico capaz de ofrecer inferencias a partir de datos esencialmente verbales, simbólicos o comunicativos. Más allá de su continuo compromiso con cuestiones psicológicas, sociológicas y políticas sustanciales, en los últimos ochenta años ha aumentado de forma exponencial el interés por el uso de esta

técnica y se ha procurado establecer criterios adecuados de validez.

Guía para el análisis de contenido de los contenidos expresados en programas de radio dirigidos a los jóvenes:

1. Elegir en el texto la palabra con mayor reiteración.
2. Selección de aquellas derivadas de la misma palabra o que le siguen en orden de aparición.
3. Definir los significados que puede tener en el propio texto la misma palabra.
4. Relacionar la palabra seleccionada con otras en el propio texto pero con significado diferente.
5. Correlacionar significados y reiteraciones.
6. Realizar cotejo numérico y/o porcentual.

Indicadores a tener en cuenta.

1. El entorno
2. El contexto
3. La practica social
4. Interpretación/ significado y función
5. Reglas comunicativas

En el presente estudio se trabaja con una selección muestral no probabilística que agrupa a los jóvenes espirituanos entre 15 y 29 de edad que vivan en la ciudad de Sancti Spíritus y estudien, trabajen o ambos, en instituciones de la ciudad. Un total de 150 jóvenes por ser este el número promedio de familias que habitan en una circunscripción. Asumiendo que exista al menos un joven en cada una de ellas se logra una aproximación de opinión a la temática en cuestión.

Los criterios de selección tenidos en cuenta son los siguientes:

- Que escuchen habitualmente la programación de la emisora provincial CMGL Radio Sancti Spíritus.
- Que asistan a instituciones educacionales que garanticen su convivencia en un medio fuera de la familia.
- Que los jóvenes pertenezcan a la FEU y cursen estudios en el Centro Universitario: José Martí Pérez o ISP: Silverio Blanco Núñez por ser importantes universidades del territorio.
- Que los trabajadores laboren en instituciones ubicadas dentro de la ciudad.

CAPITULO III: ANALISIS DE LOS RESULTADOS.

3.1- Consumo de la programación habitual de Radio Sancti Spiritus.

Los resultados siguientes son producto del trabajo realizado con las encuestas aplicadas a los jóvenes espirituanos con el objetivo de conocer las impresiones generales que poseen respecto a la programación de la emisora radial provincial, las preferencias en cuanto a programas, horarios, tipo de música y la valoración general de los mismos.

El instrumento fue aplicado en distintas instituciones educacionales y estatales de la ciudad buscando la representatividad en sexo y grupos etarios, lograda una vez terminada la labor. Con la obtención de los resultados esperados en colaboración y ayuda, tanto por parte de los encuestados como por los organismos que regían las instituciones visitadas.

3.1.1- Aceptación, preferencias y evaluación de la programación.

En la encuesta aplicada a una muestra de 150 radioescuchas afloran varios resultados muy interesantes para reconocer la aceptación, preferencias y evaluación de la programación.

Dentro de la muestra escogida se cuenta con 90 mujeres, de ellas 36 estudiantes del IPVCE Eusebio Olivera y la Escuela de Economía, 29 del Centro Universitario José Martí y el ISP Capitán Silverio Blanco y 25 trabajadoras del sector de la cultura, el INDER y pedagogas. Los hombres encuestados provienen de los mismos centros pero en diferentes dotaciones numéricas. De preuniversitario y formación técnica-profesional son 14, universitarios 21 y del sector trabajador contamos con 25.

Un primer elemento –como resultado necesario para este estudio- es la disposición del sexo femenino a escuchar, durante más tiempo que el sexo masculino, la programación de radio. Un significativo 61% de la muestra corresponden a esta relación, clasificada en orden ascendente por las mujeres que cursan estudios de preuniversitario, universitarios y trabajadoras.

Suele ser escuchada en las tardes, aunque la programación nocturna tiene gran aceptación por ser el tiempo libre con que cuentan los jóvenes para su

esparcimiento. En la madrugada no es muy escuchada, solamente los programas "Un paso más", pues a esa hora algunos se arreglan para trabajar e ir a la escuela. Aunque por su horario de 6:30 a 7:00 de la mañana cae dentro del corte de la mañana y no de la madrugada por comenzar después de las 6:00 am.

En el hogar la radio es escuchada por todos. Muchos jóvenes se hacen acompañar de familiares y amigos mientras disfrutan de un descanso, trabajan, realizan labores del hogar o estudian. La música suele ser un excelente incentivo para acompañar estas actividades.

La mayoría de los jóvenes espirituanos comparten el tiempo de oír radio con otras actividades provechosas para ellos entre las que priman el estudio y el trabajo, sin embargo a demás de estas las mujeres también se encargan de las labores domésticas mientras disfrutan la radioescucha, ya sea sola o en compañía de las personas que le rodean.

Se pueden encontrar también personas que practique deportes, almuercen, paseen o simplemente descansen. **(Ver anexos II)**

Se prefieren los programas musicales-recreativos, aunque el sector trabajador encuentra entre sus gustos los programas deportivos como "Jugada espectacular" o "Tiro libre" por ofrecer una actualización en el tema o la transmisión de la serie de béisbol, deporte de gran aceptación en el pueblo.

El programa más escuchado es "La Pachanga". Se considera muy atractivo por su calidad y variedad musical capaz de representar a todos los sectores, así como lo agradable de su conductor. Es un espacio que busca la preferencia musical de los oyentes además de entender, informar y divertir. El talk show (show del que habla) de la radio espirituana es el favorito de los jóvenes de todas las edades. **(Ver anexo IV)**

En él el 19% de los jóvenes no reconocen que se promociona al talento territorial, sin embargo sólo 4 de ellos consideran insuficiente la música cubana que se radia y la adecuación del contenido a las necesidades, por lo que no resulta interesante ni necesaria la divulgación musical espirituana.

El 22% sabe que dentro de la música que se radia hay elementos de la autóctona espirituana, pero aún así no son capaces de identificarla, pero la

promoción de la música cubana es suficiente y satisface sus necesidades, aunque no sean suficientes los valores espirituanos que aquí se proponen.

Las demás personas que prefieren este programa de las tardes espirituanas reconocen la participación de Isis, Yolí, Ricardo Amaray, Yackelin Bell, Delvis Sarduy, Kemel y la Barriada, Coro de Claves, Alexander Oropeza, Teofilito, Ecos del Norte, Son del Yayabo, Alba, los Hermanos Dorta, Trío de Gómez, Reinier Bernal y Osmani Espinosa, una amplia y variada lista de representantes de diversos géneros musicales y formatos.

Se presentan talentos que ya triunfan en escenarios nacionales e internacionales, así como joyas de nuestra música tradicional. Valores de la música espirituana que se difunden en el programa más popular de la CMGL entre los jóvenes de todos los sectores y niveles educacionales.

"Fragancia" se ubica entre los más gustados por radiar música romántica que ayuda a relajar y a hacer mejor el momento. Es un programa que se transmite los sábados con música para los más diversos gustos y épocas. Representan el talento territorial defendido en él Isis, Yolí, Alba, Samuel Concepción y Alexander Oropeza.

No se promueve mucha música tradicional espirituana ni a sus exponentes por el género que prima, la música romántica, limitante de las opciones aunque contamos con excelentes piezas románticas en nuestros álbumes locales.

"La Casa del Ritmo" es un programa variado con una amplia gama de temas y secciones por emisión donde se considera suficiente la participación de la audiencia. La variada música, la orientación y la divulgación junto a la participación del público lo ubican dentro de los más gustados.

Aquí casi todos reconocen la promoción de los músicos, intérpretes y compositores espirituanos, pero solo el 57% de ellos puede nombrar a Isis, Ecos del Norte, Yolí, Alexander Oropeza, Delvis Sarduy, Ricardo Amaray, Yoana y el Trío de Gómez.

Existen algunos jóvenes universitarios que prefieren los programas informativos "Tocando fondo" y "Como lo oye", pero realmente es la clase trabajadora la que lo representa con un 79%. Se favorece "Un paso más" por su horario, "Como lo oye" por su contenido y amplitud en la información.

Hay casos de personas que se sienten atraídos por programas informativos o de orientación pero prefieren a la escucha otros como "La Pachanga", "La Casa del Ritmo" o "De 0 a 5" por la viabilidad de los horarios o ser este el tiempo que sus trabajos le permiten escuchar la radio.

Los hombres que escuchan la CMGL, exceptuando "La Pachanga" que posee la mayor representatividad entre los jóvenes trabajadores y universitarios, prefieren programas nocturnos como "El árbol del Blues" o "El Vaivén". Se presente un marcado interés en los programas de corte deportivo como "Tiro libre", pero sin lugar a dudas es "Jugada espectacular" quien se lleva los méritos por la transmisión diaria y en vivo de la Serie Nacional de Béisbol y los partidos del equipo espirituario. Esta preferencia por programas deportivos e informativos justifica que el 43% de ellos no reconozca la promoción de intérpretes o agrupaciones de Sancti Spíritus.

De los que defienden la idea de la promoción de música nacional en programas como "La Pachanga", "Como lo oye", "El Vaivén", "Melodías a las 10" y "Convergencia" el señala que se propone la música del territorio y saben identificarla nombrando a personas como Yolí, Isis s y el Trío de Gómez, también existe un porcentaje que sabe que se radia sin poder identificarla explícitamente. Hay un 36% que no reconoce en la promoción autores y músicos espirituanos lo que indica que dentro de la selección hecha de música cubana no se prioriza el talento musical de la provincia o lo que se propone no es suficiente. **(Ver anexo V)**

Los temas tratados en "Más música", "Convergencia", "La Casa del Ritmo" y "La Pachanga" deben ser valorados e incluso renovar los próximos por otros más novedosos o del interés inmediato de la audiencia. "Como lo oye" es una revista que debe trabajar en esto pues resulta poco atrayente.

Programas eminentemente recreativos-musicales se expanden en conversaciones y temas poco atractivos y olvidan el objetivo del programa que es promover música de altos valores y no disgregar la atención del pública con otras informaciones, de ahí que exista la preocupación de la poca música que transmite "La Pachanga", "Convergencia", "Fragancia" y "El Vaivén".

Existen espacios de orientación e información que pueden incluir en ellos mas cortes musicales para apoyar o evidenciar el tema tratado, dentro de ellos contamos con "La aldaba oportuna" y "Como lo oye". Ayuda a aumentar su popularidad vincular dicha promoción musical a temas de interés para los jóvenes, que de no ser nuevos se les pueden dar atractivos enfoque para llamar la atención,

La Resolución de Música del ICRT plantea que los programas que tienen a los jóvenes como destinatarios y con el objetivo de que conozcan y disfruten se debe promover un 80% de música cubana y un 20% de música extranjera por programa. Existe un 48% de jóvenes espirituanos que consideran insuficiente la promoción de música cubana en "La Pachanga", "El Vaivén", "Melodías a las 10", "Fragancia" y "La Casa del Ritmo", lo que lleva a pensar que hay una alta demanda de nuestra sonoridad o dichos espacios no están cumpliendo con lo establecido.

No son muchas las opciones culturales de la ciudad y la radio debe hacerse eco de estas como medio de difusión que es. Programas como "La Pachanga", "El Vaivén", "La Casa del Ritmo" y "Fragancia" deben dedicar un espacio mayor a esto, no solo promover lo conciertos y giras de artistas nacionales de paso por el territorio o las temporadas humorísticas del teatro, sino todas las opciones que brindan las instituciones socioculturales.

3.2 Caracterización de la programación habitual.

La emisora provincial de radio CMGL Radio Sancti Spiritus cuenta en su programación habitual con 58 programas divididos en las secciones de programación siguientes: variada, musical, dramática, informativa que incluye los deportivos y la infanto-juvenil que en estos momentos no está funcionando.

Este cúmulo de programas tienen en su gran mayoría un destinatario general, pero existen algunos más específicos como "Calidoscopio", "Mi jardín musical" y "Cuentan que te cuentan" que son infantiles, dentro del juvenil hallamos el "Vaivén", "Llegó la hora" y "Voces cruzadas" y, "Muy personal" que tiene un enfoque de género.

El tiempo de duración va desde los 14 minutos hasta los 178 minutos, aunque la gran mayoría se encuentra entre los 28 minutos y 1 hora. Las funciones son

variadas destacándose la recreación, información, divulgación, orientación y los culturales.

En una transformación que sufre la emisora en septiembre de 2008 ocurren varios cambios. Programas como “Despierta” y el “Vaivén” cambian su destinatario de juvenil a general y viceversa. Se separa “Acontecimientos” de “Como lo oye”, que anteriormente era una sección de este.

Se crean programas nuevos como “Muy personal”, “Al compás del tiempo”, “Con voz propia”, “Todas las voces”, “Bendita música”, “En el número 13” y “Se armó la gorda”. Cambian los horarios de más de siete programas.

Todos estos cambios surgen en la programación de AM porque FM se mantiene invariable.

3.3 Análisis de documentos referidos a la promoción musical.

Las guías de audición constituyen un valioso instrumento para la investigación radiofónica, pues permiten obtenerla verdad absoluta que le llega a las masas al tiempo que realizas observaciones y llegas a conclusiones similares a las tuyas. Dicho trabajo es más eficiente si se analiza conjuntamente con el ACDAM correspondiente al período escuchado, observando las variaciones reales entre uno y otro instrumento.

Los guiones de programas es otro material que podría ayudar en el estudio, pero en este caso no poseen información relevante por lo que no se recomienda su utilización en investigaciones posteriores que posean un enfoque similar al realizado.

Después de un exhaustivo análisis de los documentos ACDAM se concluyó que el programa la “Casa del ritmo” cumple y sobrepone lo establecido en la Política de Programación del ICRT al indicar que se debe radiar un 80% de música cubana. La “Pachanga” y el “Vaivén” no están tan lejos de la realidad; su promedio general versa sobre el 85% y 73% de música cubana y el 27% y 15% de música extranjera. El segundo se halla entre el 72% y 80% de cubana y el 27% y 20% de extranjera.

La “Casa del ritmo” va a desarrollarse de lunes a viernes de 10:30 a.m. a las 11:58 a.m. por AM teniendo diariamente un tema distinto relacionado con la sección correspondiente. Indistintamente de esto tiene todos los días la sección de la novela con un resumen de lo sucedido el día anterior.

El lunes de actualidad siempre va a comenzar con el tema que resultó ganador en la lista de éxitos de la lista de la emisora. La música que se radiará va a estar definida por las listas de éxitos mundiales, lo más escuchado en todas las emisoras radiales del planeta. En otras ocasiones se realizan entrevistas a importantes personalidades de la cultura de paso por el territorio, como el caso de Isis Flores.

El martes de la especialidad se va a dedicar en todos los casos a temas diferentes que van a estar vinculados a fechas de importancia histórica o cultural. En otras oportunidades también se van a centrar en la obra de determinados autores musicales o literarios que se han musicalizado, o por el contrario a un mismo tema tratado por diferentes músicos.

Los miércoles de la especialidad va a ser el único día que el programa va a dedicar íntegramente a saludar, felicitar y complacer. Los oyentes definen el tipo de música que desean escuchar y el momento. Son los protagonistas del espacio, lo único que porta este es la novela como sección habitual aunque en ocasiones también la retrasan.

El jueves enamorado se dedica precisamente a esto: al amor y los enamorados. La música que se radia es completamente romántica y en ocasiones tiene un tema que pueden ser canciones relacionadas a un situación amorosa dada o a poemas musicalizados.

Los viernes de cubanísimos tiene dos espacios. Por un aparte toda la música radiada es cubana, la lista de éxitos de las canciones de este tipo más pedidas y radiadas de la emisora. Conjuntamente a esto tenemos el concurso telefónico de recetas de cocina con la invitada usual Betty Días. Los oyentes llaman diciendo sus recetas y el ganador recibe un plato confeccionado por la Casa del Chef o algún vecino que decide regalarlo.

De esta forma se desarrolla la “Casa del ritmo” durante todas sus emisiones. Las diferencias residen principalmente en los temas abordados y, por supuesto el miércoles por depender íntegramente de la retroalimentación recibida.

En el programa no se realizan muchas promociones de actividades socioculturales, algunos momentos aislados que promueven algún concierto o espacio teatral. Generalmente los spot ofrecidos giran entorno a asuntos políticos o socioeconómicos como es el caso del desfile del Primero de Mayo o la campaña del ahorro de energía.

En la música recogida por el ACDAM sobresale la cubana, especialmente laailable con ritmos como la salsa y el regatón, pero en menor cuantía. También se puede apreciar las composiciones de la nueva trova con Carlos Varela, Silvio y Pablo. De la música extranjera el más radiado es Dady Yankee con Llamado de emergencia, apareciendo al menos dos veces en la semana. No se registra ningún tema de la trova o música espirituana.

En el espacio de tiempo que se desarrollaron ambos instrumento se pudo obtener representación de la trova espirituana sólo el martes 2 de junio que se dedicó a la música espirituana radiándose temas de Teofilito, Miguel Companioni, Sigifredo Mora, el Trío de Gómez, etc...

El programa la “Pachanga” es completamente diferente, tanto por su forma de hacer como por su contenido. Va a salir del aire de lunes a viernes de 3:00 p.m. a 5:28 p.m. por AM y FM.

Dicho espacio se va a caracterizar por tener un formato libre, donde su conductor, única persona del equipo de realización, va a definir el tema, las secciones y la música a radiar. Por las características del talk show su conductor está dotado de gran facilidad de palabras y un amplio conocimiento en diversos temas que hacen del espacio agradable y fácil de escuchar. Tiene una forma muy particular de presentar la trova o la música no tan popular en el momento. Él la introduce, la explica y resalta sus cualidades y valores.

Dentro del encuentro radial se van a encontrar muchos cortes promocionales del programa, algunos interesantes y otros no tanto. Se van a hallar también espacios para la promoción de todas las actividades socioculturales de la ciudad e incluso otros municipios. Se promocionan conciertos, peñas, eventos,

personalidades y nuevas agrupaciones. Una vez por semana van los promotores del centro de ITS/VIH/SIDA a recordar sus actividades.

Existen varias secciones en el programa. Se encuentra el Tiqui Tiqui Pum Deportivo con Maikel Martín que como su nombre lo indica ofrece una actualización de los acontecimientos deportivos del país. La sección del tiempo con un meteorólogo espirituario al que siempre complace con un tema diferente. Una hermosa sección nombrada La canción de Yisel donde siempre sitúa una canción de la llamada “música inteligente” con grandes valores humanos y culturales y por último, el Hoy como ayer donde sitúa un tema musical que pertenece al gran caudal nacional desconocido por los jóvenes, siempre con acertada tanto de su parte como la del conductor. Todos estos espacios tienen una música distintiva que los caracteriza.

La música siempre va a favorecer la cubana popular bailable con un acertado balance entre los géneros existentes en el momento y, gracias a sus secciones con otros no tan conocidos. Va a proponer un tema de la trova, aunque no siempre cubana e incluso va a ser de los programas analizados quien más defiende la identidad espirituario y los materiales de factura local promocionando nuevos talentos artísticos, aunque no sean trovadores. Los documentos ACDAM prueban lo dicho y coinciden con los datos obtenidos en las audiciones.

Todo esto va a suceder cuando Jorge Tito Gómez conduce la “Pachanga”, porque al ser remplazado por Yoan Domínguez sufre un cambio total. Este no dedica mucho tiempo a las conversaciones con los oyentes o sobre temas específicos. No presenta la sección del tiempo o el Hoy como ayer y los que mantiene cambian el tema de presentación. No existe promoción de actividades socioculturales alguna.

La música que promueve este locutor es mayormente extranjera resaltando la anglosajona, los temas house y las baladas latinas o europeas más escuchadas. Sólo se sitúa la música cubana más popular, en la que sobresalen el regatón y la salsa. Generalmente los últimos 30 minutos del programa los dedica a complacer a los oyentes. Es la música lo que ocupa todo el espacio del programa.

El “Vaivén” se realiza de lunes a sábado de 8:30 p.m. a 9:58 p.m. por AM y FM con la conducción de Leidys Figueredo. Es un espacio recreativo –musical que busca a su vez recrear e instruir a través de sus diversos espacios.

De lunes a viernes va a presentar tres preguntas de participación que serán respondidas en el transcurso del programa por los oyentes. Sus temas van a ser diversos: literatura, artes plásticas, historia, ciencias naturales, cines, etc. El ganador se complace al felicitar a las personas deseadas en su propia voz y con un tema musical. Estos temas en la mayoría de los casos son extranjeros. En ninguna ocasión han solicitado un artista espirituario.

La sección Algarabía se da en dos tiempos. Siempre ofrece saludos, felicitaciones y reportes de sintonía; en ocasiones radia mensajes enviados por personas de forma telefónica.

La conducción es muy buena. Mantiene un agradable dialogo con los oyentes, tanto al teléfono como en general. La voz es dulce y pausada, e incluso las lecturas no existen equivocaciones y parecen más una conversación. Maneja excelentemente las situaciones que se dan en el espacio.

El programa es agradable a la escucha aunque reitera con mucha frecuencia los spot publicitarios del mismo. No ofrece informaciones socioculturales, ni de orientación que puedan ayudar al público, aunque en varios momentos ofrece orientaciones literarias o sobre el idioma que ayudan a elevar la cultura.

El ACDAM recoge una producción musical que no cumple completamente lo establecido por las políticas, pero que muestra gran variedad de música cubana. Sobresalen el compositor Osmani Espinosa interpretado por varios músicos nacionales; también David Blanco y Cola Loca aunque no es el regué lo que predomina.

Los sábados el programa va a tener otro corte. Va a ser eminentemente musical con algunas notas sobre curiosidades o temas varios sin definir, también se mantendrá la sección Algarabía con las características y un poco mas de tiempo. No se realizarán preguntas de participación y se complacerá a algunos oyentes.

3.4 Entrevistas y consultas a especialistas de la Radio .

Las entrevistas han sido de vital importancia para acceder a determinadas informaciones. Son muy reconfortantes los detalles recibidos que llevan a entender el funcionamiento interno de la institución y la forma en que sus trabajadores lo valoran. Lo recopilado ayuda a apoyar lo ya consultado en los documentos oficiales del ICRT y que sirven de base teórica para entender el funcionamiento a nivel de políticas institucionales y que ayudan al ser vista por las personas que se guían por ellas.

En un programa radial el director es la persona que elige su colectivo de trabajo buscando eficiencia. Establece el orden de los temas, las secciones, la sonorización, los tonos del locutor y los ritmos. Se encarga de la producción musical y de que todo se cumpla a cabalidad pensando siempre en lo que el oyente necesita escuchar. Para que el trabajo sea eficiente debe apoyarse en el o los locutores que van a ser los que conducen el programa, ofrecen información, guían y presentan la música y el tema, promocionan las actividades, dan a conocer los mensajes, ellos son el hilo conductor y al imagen del programa. Aunque esta es la función básica de los conductores cada uno de ellos posee su propia estrategia teniendo en cuenta las características del programa y sus habilidades innatas. En la “Pachanga” y el “Vaivén” su labor está dada por un monólogo con el oyente.

Los conductores de la “Casa del ritmo” desarrollan un trabajo diferente; utilizan un diálogo ameno y acogedor que va guiando el desarrollo del programa. Sus invitados se introducen como parte del colectivo en franca y agradable conversación.

La producción musical de los espacios analizados se realiza en conjunto, aunque generalmente es el director quien lleva a cabo dicha labor y supervisa que sea correcta. Se encarga teniendo en cuenta un balance de éxitos musicales, las voces, los grupos o bandas, los géneros y temas. Esto se entrega en el ACDAM, a la fonoteca y su especialista en música con 72 horas de antelación, pero está sujeta a cambios teniendo en cuenta las notas del programa, las actividades que se promueven y las giras y conciertos de paso por la ciudad.

Para crear la producción musical radial la Dirección Nacional de Música conjuntamente con el ICRT hacen envíos mensuales con la música que ellos

tienen interés en promover. Generalmente esta comprende los temas que autores y casas disqueras les interesa promocionar buscando las ventas y aceptación de las masas. No en todos los casos está es la mejor opción. En muchas ocasiones llegan con retraso o la emisora ya los obtuvo por otras vías.

También se cuenta con la música que proveen los colaboradores, la que buscan los trabajadores de la institución o la que se graba en los propios estudios. Toda ella es evaluada por la Comisión Musical en un proceso de selección en el que se tiene en cuenta la calidad sonora e interpretativa, el tema, la letra y los valores morales y socioculturales que profesa una vez aprobada pasa a ser radiada en los diversos espacios.

La música espirituana, en su gran mayoría, llega al estudio por esa vía, grabaciones que los talentos locales hacen llegar hasta la CMGL, pero carecen de calidad de grabación y de variedad en la oferta. Sólo unos cuantos trovadores hacen llegar hasta la fonoteca su producción artística.

A la hora de concebir los programas se tienen en cuenta otros aspectos además de la música: los contenidos y temas. Estos se analizan a partir del Plan Temático que reciben del ICRT y el gobierno del territorio para el trabajo en un período determinado. A partir de este se realizan las Fichas Técnicas de cada uno de los programas siempre valorando las particularidades, horarios y público al que se dirige.

Las opiniones del oyente en esta situación no tienen mayores repercusiones, pues es el director con su colectivo quien se encarga de planificar dichos asuntos. La retroalimentación en los programas para jóvenes se va a dar de forma particular en cada uno de ellos.

En la “Casa del ritmo” va a ser constante. Por cartas, llamadas telefónicas y en la calle. Las sugerencias abordadas no siempre se van a tener en cuenta, esto va a depender de los gustos específicos y el ajuste de los temas al contenido del programa. Sin embargo, sólo los miércoles “del buen vecino” se va a dedicar el programa a felicitar, saludar y complacer.

Existe también demanda del talento artístico-musical de la provincia, por tres razones fundamentales: los martes “de la especialidad” en ocasiones se dedica a la trova o a la música espirituana en general; los viernes “de cubanísimo”

también la radian y en los meses de julio y agosto se realiza el concurso “Buscando la voz del verano” con el objetivo de descubrir nuevos talentos y darlos a conocer.

El “talk show” la “Pachanga” va a tener sus fuentes de retroalimentación primaria, cartas y llamadas telefónicas de forma inmediata cada día, pero su principal proveedor va a ser la calle y los espacios urbanos, he aquí el punto de partida de muchos de los temas y reflexiones del programa.

Los oyentes buscan más escuchar la música popular, pero en ocasiones solicitan autores e intérpretes de la provincia, en menor cuantía, dada la labor del programa por el rescate de la buena música y las raíces.

El intercambio con el público en el “Vaivén” es constante y sistemático. Se realiza cada día a través de las llamadas de los oyentes para participar en las distintas secciones y preguntas, de aquí y los reportes de sintonía salen los saludos y felicitaciones que radian en el espacio. Entre los temas demandados es poco usual que se requieran algunos de la trova espirituana, aunque en contados casos se solicitan agrupaciones o solistas del territorio en otras vertientes musicales.

Dentro de la Programación para Jóvenes de la emisora provincial se prioriza la inserción del talento artístico musical de diversas maneras, que van a estar dadas por las características generales de los programas y su equipo de realización.

Existe un problema dado por la situación económica del país. No existen estudios de grabación en la provincia, lo que limita la cantidad y variedad de la oferta sonora espirituana en la radio. En ocasiones los mismos trovadores realizan la grabación de demos y no lo llevan para su divulgación. Esto es algo que interfiere en la promoción, pues son ellos propiamente quienes no tienen interés en ella.

Hay criterios como los del trovador Delvys Sarduy que considera que no se promueve mucha trova salvo por un compromiso o necesidad y en ocasiones cuando se hace no se le da el enfoque apropiado.

Para radiar temas de la trova se deben resaltar sus valores, lo mejor de la canción para así enganchar la oyente. Hay ocasiones en que a los jóvenes los

contraponen a determinados temas y autores relacionados a la trova por encasillarlos con asuntos o ideas obviando sus demás valores.

Toda esta situación va a depender también de los intereses de cada colectivo en específico, los horarios y los gustos. Entre los espacios estudiados no se puede hallar la trova entre las principales ofertas, pues no es este su cometido y debe existir un balance radial de géneros y temas en la programación en general.

La “Casa del ritmo”, está precedida en FM, por convergencia que sólo radia música cubana y entre esta la provincial; el propio antecede la “Pachanga” lo que influye también en su producción musical. En la noche, y cercano al “Vaivén” está “Serenata”, programa dedicada a la trova espirituana en la emisora. Esto trae consigo que solo se difundan pocos temas buscando un balance general.

Promover trova espirituana en un medio de difusión como la radio es un asunto que necesita ser implantado sobre todo en la Programación para Jóvenes. A esta se le debe introducir, explicar sus valores musicales y sociales, resaltar lo mejor del autor y el tema buscando un enganche que lleve al interés por conocer, respetar y amar lo autóctono.

En realidad si existe un público joven habitual al consumo de la trova espirituana, que sigue sus espacios dentro de la ciudad, la conocen y la respetan. Sucede que estos no son habituales a escuchar la radio como medio de consumo que es y sólo absorben lo que poseen en fonotecas particulares; por lo que se debe trabajar en estrategias de interesar a estos y a otros en hallara en la radio el modo idóneo para consumir la cultura local como parte de nuestra identidad.

Como balance general de los programas analizados se pueden hallar bien teniendo en cuenta una serie de requisitos que dan una evaluación satisfactoria por parte de los colectivos realizadores, aunque hay aspectos que ciertamente se pueden mejorar.

La promoción de la música cubana y del talento artístico-musical espirituano son aspectos en los que se puede trabajar, evadiendo un poco la cuestión de los porcentos y radiándolo por conciencia buscando elevar el nivel cultural de

la población para que estos puedan discernir por sí mismos la verdadera calidad musical obviando las modas y éxitos.

La trova espirituana, tanto la tradicional como la actual, necesitan mayor promoción y divulgación en todos los espacios. Sólo la “Casa del ritmo” la radia en cantidad aceptable por ser parte de las funciones dedicar un día específico a las especialidades, que en varias ocasiones tienen que ver con el territorio y su cultura.

3.5 La practica del Análisis de contenido.

Al análisis de contenido ofrece la posibilidad de obtener información que no se tendría a simple vista. Muestra la profundidad necesaria para llegar a conclusiones, siempre que la información se interprete de forma correcta.

En el estudio el análisis de contenido ofrecerá los elementos socioculturales presentes en las canciones de la trova espirituana que promueve la Programación para Jóvenes de la emisora provincial. Aunque esta no es suficiente se obtuvieron resultados que denotan la calidad de la obra patrimonial de la provincia.

Las canciones analizadas son “Pensamiento” de Rafael Gómez Mayea (Teofilito) interpretada por el Coro de Calves espirituano, el Trío de Gómez y Omara Portuondo; “Esther” de Miguel Companioni y musicalizada por el Quinteto de Roberto y “Mi tierra del Yayabo” compuesta por Sigifredo Mora y cantada por el Trío de Gómez.

Todas ellas son importantes exponentes del caudal trovadoresco espirituano, obras de reconocido nivel artístico y musical, pues los formatos que la interpretan se encuentran entre lo mas selecto de la provincia, con una importante historia que justifica el lugar que se han ganado dentro de la música espirituana.

La canción “Pensamiento” toca el tema del amor que se puede sentir por una persona ausente, que sólo habita en la vaguedad de la mente. Es el tema de la trova espirituana mas interpretado a nivel nacional. Se desarrolla en un tiempo presente con algunas alusiones al pasado, mostrando elementos de practicas sociales tales como el amor, deseo, añoranza y la posesión de ese objeto tan deseado.

En general intenta comunicarle a través de sus sentimientos a esa persona amada, Fragancia, mujer infinitamente deseada, objeto de sus vida y constante presencia en él, sus sentimientos de amor e idolatría para que ella siempre tenga presente que habita en su mente y que todo lo que él sea capaz de sentir va a estar dedicado a ella.

La composición “Esther” tiene cierta similitud temática con la anterior solo que en este caso no es necesario utilizar los pensamientos como medio de comunicación. Es posible para el autor expresar su amor hacia Esther como centro de toda su vida.

Las expresiones siempre se darán en el presente enfatizando en los sentimientos de amor y esperanza. Siente cierta pertenencia sobre la mujer amada, es importante, especial, única y encantadora.

Es la persona por la que siente idolatría y cariño, por quien está dispuesto a hacer todo y enfrentar al mundo si ella le corresponde su amor. La ilusión y la esperanza lo mantienen en el camino guiándolo y sosteniéndolo en el empeño de hacer su amor correspondido.

“Mi tierra del Yayabo” muestra otro sentimiento, a pesar de ser un amor, no se dedica a una mujer en este caso el sujeto amado va a ser la ciudad espirituana. A ella le rinde atributo y agradecimiento por ser el lugar en que vivió tantas y tan variadas emociones.

El entorno en que se desarrolla es la ciudad del Yayabo iendo desde los sentimientos del pasado hasta los presentes, intercalando buenas y malas experiencias vividas. Hace referencia a prácticas sociales tales como el amor, la tristeza, la alegría, la esperanza, la identidad y la cultura.

Se identifica con Sancti Spíritus agradeciéndole el haber estado allí en los momentos de pena y decepción, cuando sufrió y lloró invadido por la desmotivación en los malos tiempos. También las alegrías y risas, en que la contempló y le cantó.

El yayabo es la tierra con la que se identifica, donde guarda las cosas importantes que lo marcan, los tesoros que no quiere perder. Aquí surgieron los sueños e ilusiones que lo alentaron. La siente suya.

La tierra espirituana va a representar dentro del corazón de estos un lugar especial y único por ser el sitio donde crecieron natural y espiritualmente, por encontrar en sus calles y espacios la identificación. Un sentimiento se eterna gratitud por ofrecer tantas ilusiones.

De forma general los elementos socioculturales obtenidos en el análisis de contenido va a ser el amor en diversas facetas. El amor que va a mantener una vida existiendo al ser correspondido y el que va a sostener la ilusión eterna del ya perdido. También va a mostrar este fuerte sentimiento dedicado ala ciudad donde se nace y se crece, que conserva tu historia y guía tu futuro. Conjuntamente se pueden hallar la esperanza, la añoranza y la identidad.

En el período comprendido entre marzo-mayo de 2009 el la Programación para Jóvenes de la emisora provincial, entendida como los programas “La casa del ritmo”, “La pachanga” y “El vaivén” se promovieron 13 canciones de la trova espirituana y 60 de la nueva trova cubana sobresaliendo Buena Fe con 23 interpretaciones.

Después de este análisis se pude inferir que se prefiere promover otras tendencias e intérpretes antes de la regional. No son precisamente los valores de amor a la pareja o la ciudad lo que se pretende inculcar.

Las obras de Buena Fe llevan mas a un análisis de la sociedad cubana y el mundo. En canciones como “Catalejo”, “Cada país”, “Encuero” y “Viernes, sábado y domingo” se realiza una interpretación del mundo actual que obliga a pensar, llegar a conclusiones y cuestionar el modo de vida que se mantiene. También hay otras que hablan sobre el amor a la pareja, pero no son la importancia y vehemencia que le conceden los trovadores espirituanos.

Se está consciente que el estudio desarrollado hasta aquí tiene limitaciones e incluso otras aristas que se podrían explotar, pero por el tipo de estudio, el tiempo empleado y las limitaciones han impedido lograr mayores resultados.

Se recomienda que en momentos posteriores se continúe con el estudio aquí desarrollado haciéndose mas extenso y profundo el análisis de los valores socioculturales de la trova espirituana y sus fortalezas culturales ante el trabajo de este tipo que se desarrolla en la actualidad.

CONCLUSIONES

Puede afirmarse, por el acervo cultural e histórico, que en la ciudad de Sancti Spiritus coexisten al mismo tiempo elementos importantes de la historia y la modernidad, como suele suceder en muchas ciudades de su tipo en América Latina. Lo que sin dudas condiciona el contexto en el que se desarrollan sus moradores. En ese sentido la Programación para Jóvenes de la Emisora provincial CMGL “Radio Sancti Spíritus” realiza una insuficiente promoción de la trova espirituana al no sistematizar acciones que se correspondan con la actualización de temáticas y contenidos socioculturales demandados por los jóvenes.

La Programación para Jóvenes presenta indicativos adecuados a la Política Cultural del ICRT, pero no problematiza e innova las evaluaciones que los jóvenes hacen de la cultura local, específicamente en relación a la trova. Los jóvenes que escuchan la programación de la emisora no muestran tendencias a interesarse por esta música tradicional y desconocen a los creadores jóvenes que la cultivan. Entre sus argumentos consta el interés por el consumo de la música popular de moda como el reguetón, la salsa y las nuevas tendencias del pop. Lo que sin dudas marca la advertencia a realizar acciones emergentes que impidan denigrar la vitalidad de una práctica cultural centenaria.

Acorde a las posibilidades de información y capacidades en uso por parte de los realizadores de programas de radio, puede afirmarse que ello NO constituye un impedimento para promover la trova dentro de la programación. De ahí que la contribución hecha a la promoción de la Trova espirituana durante el período 2007 al 2009, esté signada por la resistencia massmediática a su NO desaparición, priorizando elementos socioculturales en la promoción como el amor a la pareja y la ciudad, la esperanza la añoranza y la identidad.

RECOMENDACIONES

- Se debe aumentar el porcentaje de trova espirituana que se promueve en la programación para jóvenes de la emisora provincial sin afectar el balance general de la programación, pero intentando que sean al menos dos temas en cada programa semanalmente.
- Al momento de radiar una canción perteneciente a la trova se debe presentar de forma correcta, resaltando los valores sociales y culturales que promueve, su tema y la importancia que posee dentro de la historia cultural de la provincia, para llamar la atención e interés de los jóvenes.

BIBLIOGRAFIA.

BERNAL ECHEMENDÍA, Juan Enrique. **Diccionario de la trova espirituana.** II Edición. Sancti Spíritus. Ediciones Luminarias, 2001.129p. ISBN 959-204-047-8.

_____, **Resonancia de la trova espirituana.** II Edición. Sancti Spíritus. Ediciones Luminarias, 1994.111p. ISBN 956-204-007-9.

BETANCOURT MOLINA, Lino. **La trova en Santiago de Cuba: Apuntes Históricos.** II Edición. La Habana. Editorial Musical de Cuba, 2005. 186p. ISBN 959-7153-14-9.

BISBAL, Marcelino. **La idea del consumo cultural: teoría y perspectiva.** México. Disponible en <http://www.gumilla.org.ve>(Consulta: 17-12-2008)

CAÑIZARES, Dulcida. **La trova tradicional cubana.** II Edición. La Habana: Editorial Letras Cubanas, 1992. 128p. ISBN 959-10-0043-X.

IGARTUA, Juan José. **El método científico aplicado a la investigación en comunicación.** Disponible en www.portalcomunicacio.edu.ar.(Consulta: 17-12-2008)

NÚÑEZ JOVER, Jorge. **Conocimiento y sociedad: pensando en el desarrollo.** Conferencia en la UCI 06-07-2006.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis. **Epistemología, metodología y técnicas del Análisis de Contenido.** Disponible en personales.jet.es.(Consulta: 17-12-2008)

PORTA, Luis. **La investigación cualitativa: el análisis de contenido en la investigación educativa.** Disponible en www.uccor.edu.ar(Consulta: 17-12-2008)

REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA. **Diccionario de la Lengua Española**. XXI Edición. Madrid, 1992.2133p. ISBN 84-239-9201-2.

RODRÍGUEZ CABRERO, Gregorio, **Política y Sociedad**. Madrid. Universidad de Henares, 2002. 725p.

RODRÍGUEZ GÓMEZ, Gregorio, **Metodología de la investigación cualitativa**. La Habana. Editorial Félix Varela, 2004. 378p.

WOLF, Mauro. **La comunicación de la investigación de masas**. La Habana. Editorial Pablo de la Torriente Brau. 187p.

