



UNIVERSIDAD DE SANCTI SPÍRITUS  
"JOSÉ MARTÍ PÉREZ"  
FACULTAD DE HUMANIDADES

TESIS EN OPCIÓN AL TÍTULO ACADÉMICO DE MÁSTER EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN. MENCIÓN PERIODISMO.



## Los rostros de la noticia.

Humanización del discurso periodístico radiofónico en el  
noticiero *Al Día*, 2013.

AUTORA: Lic. Arely García Acosta

TUTORA: DraC. Ana Teresa Badía Valdés.

Mayo 2014

"El Periodismo es una pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad. Nadie que no la haya padecido puede imaginarse esa servidumbre que se alimenta de las imprevisiones de la vida. Nadie que no lo haya vivido puede concebir siquiera lo que es el palpito sobrenatural de la noticia, el orgasmo de la primicia, la demolición moral del fracaso. Nadie que no haya nacido para eso y esté dispuesto a vivir sólo para eso podría persistir en un oficio tan incomprensible y voraz, cuya obra se acaba después de cada noticia, como si fuera para siempre, pero que no concede un instante de paz mientras no vuelve a empezar con más ardor que nunca en el minuto siguiente".

Gabriel García Márquez  
(*El mejor oficio del mundo*, 1996).

## *DEDICATORIA*

---

A mis dos hijos, Pabli y Ale, por llegar a mí siempre con las manos tibias, llenas de sol.

A Ojito, por ser la levadura del amor que nos sostiene, por inmenso, por acompañarme en esta travesía y hacerme ensillar la palabra cada vez que me rendía el cansancio.

A mi madre, que desde una máquina de coser arropó la infancia de sus tres hijos y que aún es una guerrera.

A mi otra madre, Tota, por sus desvelos, por curar las primeras fiebres de Ale.

A mis hermanos, por nunca olvidar que jugamos juntos con muñecas de trapos y caballos hechos con gajos de piñón florido.

A todos los que me ayudan a levantar mis sueños en medio de tantas cotidianidades.

## *AGRADECIMIENTOS*

---

A mi tutora, la DraC Ana Teresa Badía, por repasar cada letra de este parto. Por la hondura de sus análisis, por sus horas de domingo dedicadas a este proyecto, por su gentileza.

A la DraC María Elena Castro, por su magisterio, por su agudeza, por la mujer firme y entera que descubrí en el camino para llegar a este final.

A la MSc Yolanda Brito, por creer en la utopía de esta maestría.

A Yeneys González, por la comprensión.

A Lillipsy Bello, por su incondicionalidad.

A Yamilet Trelles, por su ingenio creador y su sonrisa.

A Mirelys y Borrego, por las llamadas de auxilio y los dulces que aún les debo.

A Lucenay, Orlando y Cira, por salvarme de los contratiempos cuando la tecnología quiso engullir mi optimismo.

## RESUMEN

---

En un mundo saturado de noticias, la humanización del discurso periodístico radiofónico debe convertirse en una tendencia en el ejercicio profesional para darle espacio a la pluralidad de voces que protagonizan los acontecimientos noticiables. A sabiendas de ello, este estudio tiene como objetivo general analizar cómo influye la cultura profesional de los periodistas y directivos de *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, en la humanización del discurso periodístico radiofónico del noticiero *Al Día*, espacio que indica los rumbos de la política editorial en el territorio. En la investigación se emplearon como métodos y técnicas el análisis del discurso, la revisión bibliográfica y documental, la entrevista y la observación; asumió, también, componentes de la propuesta metodológica del test ADSH para la evaluación de la Amplitud, Diversidad y Sensibilidad Humana de la mirada informativa, que enriqueció el análisis. La novedad científica de esta tesis radica en que se erige en la primera indagación en Cuba que se detiene en la humanización del discurso periodístico radiofónico. El estudio corroboró la influencia directa de la cultura profesional —nivel organizativo, motivaciones, rutinas productivas, profesionalidad y ética—, en la construcción de un discurso periodístico más humanizado.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	Pág. 1
CAPÍTULO 1. LA HUMANIZACIÓN DEL DISCURSO PERIODÍSTICO RADIOFÓNICO. INTERCONEXIONES CON LA CULTURA PROFESIONAL. FUNDAMENTOS TEÓRICOS	Pág. 9
1.1. Humanización del discurso periodístico radiofónico.	Pág.9
1.1.1. Manifestación de la amplitud, diversidad y sensibilidad humana de la mirada informativa.	Pág.11
1.2. Manifestación de los criterios de noticiabilidad o valores/noticia.	Pág.13
1.2.1. Noticiabilidad. Valor/noticia interés humano.	Pág.14
1.3. Discurso radiofónico. Recursos utilizados para su humanización.	Pág.16
1.3.1. Géneros periodísticos radiofónicos.	Pág.22
1.4. Formas elocutivas.	Pág.24
2. Cultura profesional de los periodistas y directivos.	Pág.27
2.1. Estructuras organizativas de los medios de prensa.	Pág.28
2.2. Rutinas productivas.	Pág.29
2.3. Profesionalidad periodística.	Pág.30
2.4. Ética profesional.	Pág.32
CAPÍTULO 2. HISTORIA DE LA RADIO EN SANCTI SPÍRITUS. GÉNESIS Y ACTUALIDAD DEL NOTICIERO <i>AL DÍA</i>	Pág.35
2.1. Orígenes de la radiodifusión en Sancti Spíritus.	Pág.35
2.2. Noticiero <i>AL Día</i> : surgimiento y actualidad.	Pág.45
CAPÍTULO 3. HUMANIZACIÓN DEL DISCURSO PERIODÍSTICO RADIOFÓNICO. LOS RESULTADOS EN EL NOTICIERO <i>AL DÍA</i>	Pág.53
3.1. Humanización del discurso periodístico radiofónico.	Pág.53
3.1.1. Manifestación de la amplitud, diversidad y sensibilidad humana de la mirada informativa en el noticiero <i>Al Día</i> .	Pág.53
3.1.1.1. ¿A quién enfoca la noticia?	Pág.53
3.1.1.2. ¿En qué escenarios?	Pág.56
3.1.1.3. ¿Qué fuentes son visibles?	Pág.56
3.1.1.4. ¿Qué temas son tratados?	Pág.57
3.1.2. Manifestación de los criterios de noticiabilidad. Valor/noticia interés humano.	Pág.59
3.1.3. Discurso periodístico radiofónico. Uso de los	Pág.61

## ÍNDICE

---

recursos: voz, música, efectos y silencio para humanizar la noticia.	
3.1.4. Géneros periodísticos radiofónicos utilizados.	Pág.66
3.1.5. Empleo de las formas elocutivas.	Pág.68
3.2. Cultura profesional.	Pág.73
3.2.1. Estructura organizativa.	Pág.73
3.2.1.1. Del órgano de prensa y del noticiero.	Pág.74
3.2.1.2. Planificación y organización editorial.	Pág.74
3.2.1.3. Espacios de socialización.	Pág.75
3.2.1.4. Recursos tecnológicos y no tecnológicos.	Pág.76
3.2.1.5. Motivación material y humana.	Pág.77
3.2.2. Rutinas productivas.	Pág.77
3.2.3. Profesionalidad periodística.	Pág.79
3.2.4. Ética.	Pág.81
CONCLUSIONES	Pág.83
RECOMENDACIONES	
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

Aunque algunos estudiosos (Duplatt, 2000; Morales, 1995) sostienen que existe una vuelta a la narración de historias de vida en el Periodismo; principalmente, porque el lector, el televidente, el oyente y el internauta buscan protagonistas, sentimientos y acción en los productos comunicativos, todavía los relatos se muestran distantes del receptor potencial debido a la insuficiente humanización en la construcción del discurso periodístico; es decir, se relega el protagonismo de los actores de la información en medio de océanos de cifras y otros datos que desplazan a las personas de las noticias<sup>1</sup>. Conferencias dictadas en talleres y seminarios convocados por instituciones como la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano y el Centro de Estudios Avanzados en Periodismo Narrativo, radicados en Colombia y Argentina, respectivamente, han profundizado en este fenómeno.

En Cuba, vivencias de prestigiosos periodistas han suscitado reflexiones en torno al asunto. El IX Congreso de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC), efectuado en La Habana en julio de 2013, subrayó la necesidad de jerarquizar el valor/noticia interés humano en las coberturas noticiosas.

García Luis (2013: 123) promueve la reflexión desde el contexto cubano: “El hombre debe ser centro de atención del Periodismo, pero no un hombre idealizado, que se expresa en consignas y en términos retóricos. Hay que reflejar con más valentía lo que piensa la gente”.

Los más de veinte años de ejercicio profesional de la autora de esta investigación la llevan a afirmar que aún las ataduras a fórmulas tradicionales en la construcción de productos comunicativos, a maneras de hacer más fáciles y de aceptación segura por los jefes de Redacción y de Información en las emisoras, conducen a elaborar mensajes donde no se “toca”, no se “pinta” la realidad, paradójico en un medio de comunicación que dejó de ser transmisivo para devenir “espacio de compleja interacción entre instituciones y públicos” (Badía, 2010: 4).

---

<sup>1</sup> Esta constituyó una de las ideas fundamentales defendidas en el II Simposio sobre “Periodismo y Ciudadanía Plural: Problemas, Rutinas y Retos”, celebrado en 2007 en la Universidad Autónoma de Barcelona, España.



La tendencia a deshumanizar la noticia resulta evidente en los programas informativos de la emisora provincial *CMGL, Radio Sancti Spíritus* y, en particular, en el noticiero *Al Día*, espacio que indica los rumbos de la política editorial en el territorio.

A todas luces, elementos de la cultura profesional de los reporteros, los grabadores, los editores, los directores de programas y de los ejecutivos de las áreas de Información y Programación y de la dirección de la Emisora Provincial abren la brecha que distancia del discurso mediático a los protagonistas de los hechos.

La presente tesis observa la humanización del discurso radiofónico como una necesidad del Periodismo para contribuir a un mayor reconocimiento de la ciudadanía plural; en este sentido “resulta imprescindible modificar las rutinas sobre lo que se considera noticia, sobre el enfoque y el tratamiento de la realidad social, y sobre cómo se produce hoy la información de actualidad” (Moreno, Rovetto, y Buitrago, 2007: s.p.).

Por ello, no debe dilatarse más la colocación de este tema sobre la mesa de la investigación académica. Si se profundiza científicamente en los intersticios del problema —visto esta vez solo desde la influencia de la cultura profesional—, podrán sentarse los cimientos para su transformación en *Radio Sancti Spíritus* y en otras radioemisoras del país con similar situación.

Este estudio posee como antecedentes científicos tesis doctorales y otras investigaciones realizadas en la Universidad Autónoma de Barcelona, España, en su mayoría bajo la dirección de Amparo Moreno Sardá, quien, junto a un colectivo de autores, diseñó el test ADSH para la evaluación de la Amplitud, Diversidad y Sensibilidad Humana de la mirada informativa, validado en indagaciones que han tenido solo como unidades de análisis a medios impresos.

*De la noticia al reportaje humano*, de Muñoz (1990), junto a los estudios citados, constituyen los precedentes más cercanos encontrados en la revisión del estado del arte de la categoría humanización del discurso periodístico radiofónico.

En la exploración de la actividad científica en Cuba al respecto, específicamente en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana y en el resto de los centros de altos estudios donde se imparte la especialidad de Periodismo en el país, tampoco se hallaron tesis de diploma, de maestría o doctorales que se detuvieran en análisis de este tipo.

No obstante, en la tesis presentada en opción al grado de doctor en Ciencias de la Comunicación *Bases teórico-metodológicas para el análisis del discurso radiofónico como fuente de reproducción ideológica. La Voz de América: un estudio de caso (2006-2009)*, de Badía (2010), se encontraron consideraciones teóricas significativas en cuanto la definición del discurso radiofónico y a los recursos propios del medio radial, cuyo acertado empleo pueden ayudar a humanizar el mensaje periodístico.

La investigación establece como problema por desarrollar la siguiente **pregunta**:

■ ¿Cómo influye la cultura profesional de los periodistas y directivos del Departamento Informativo de la *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, en la humanización del discurso periodístico radiofónico del noticiero *Al Día* durante el 2013?

**Objetivo general:**

■ Analizar cómo influye la cultura profesional de los periodistas y directivos del referido departamento en la humanización del discurso periodístico radiofónico del noticiero *Al Día* durante el 2013.

**Objetivos específicos:**

■ Sistematizar los elementos teóricos fundamentales referidos a la cultura profesional de los periodistas y directivos del Departamento Informativo y a la humanización del discurso periodístico radiofónico, observada desde el proceso de producción de la noticia.

■ Caracterizar el comportamiento de la humanización del discurso periodístico radiofónico en el noticiero *Al Día*.

■ Identificar los rasgos distintivos de la cultura profesional de los periodistas y directivos de *CMGL, Radio Sancti Spíritus* que inciden en la humanización del discurso periodístico.

**Premisas de investigación:**

■ La falta de humanización del discurso periodístico del noticiero *Al Día* podría relacionarse con la subestimación del valor/noticia interés humano, uno de los requisitos de la noticiabilidad, el desaprovechamiento de las capacidades expresivas de los recursos sonoros y no sonoros propios del medio radial y de las posibilidades creativas de los géneros periodísticos como modelos de enunciación y de las formas elocutivas.

■ Las distorsiones de ciertos elementos que componen la cultura profesional de los periodistas y directivos del Departamento Informativo, díganse, debilidades en la

planificación y la organización editorial, la subutilización de los espacios para articular las coberturas noticiosas, la falta de motivaciones, la inadecuada valoración del acontecimiento noticiable, ciertas expresiones de la regulación externa al medio y carencias profesionales, podrían influir en la escasa humanización del discurso radiofónico del noticiero *Al Día*.

### **Categorías analíticas:**

#### **1. Humanización del discurso periodístico radiofónico.**

Para la conceptualización de esta categoría se revisaron las aportaciones de Martínez Albertos (1989), Muñoz (1990), Badía (2010), Cebrián, (2002), Rodríguez Betancourt (2003), Kaplún (1999), López Vigil (2005), Moreno (2007), y Rovetto (2010). Algunos de los estos autores no abordan el asunto desde el ángulo radial; sin embargo, sus consideraciones pueden extenderse y reinterpretarse para la valoración del discurso en este medio.

A partir de estos postulados, la humanización del discurso periodístico radiofónico se concibe como la manifestación de la amplitud, la diversidad y la sensibilidad humana de la mirada informativa y, por ende, de la jerarquización de los protagonistas de los hechos en la construcción noticiosa, apoyada esta por la utilización de los recursos sonoros y no sonoros del medio, y sustentada, además, en el dominio de la técnica periodística.

Para la evaluación de la Amplitud, la Diversidad y la Sensibilidad Humana de la mirada informativa, la investigadora asume componentes del test ADSh, diseñado por los autores Amparo Moreno, Florencia Rovetto, y Alfonso Buitrago.

De acuerdo con los objetivos del presente estudio se consideraron tres de las cinco preguntas básicas contenidas en dicho test: ¿a quién enfoca la noticia?, ¿en qué escenarios? y ¿qué fuentes son visibles? y dada la flexibilidad del modelo, se agregó otra interrogante, ¿qué temas son tratados?, que la autora consideró oportuna formular (ver Anexo 1). De ahí, entonces, se determinan las siguientes dimensiones e indicadores.

Dimensiones e indicadores:

1.1 Manifestación de la amplitud, la diversidad y la sensibilidad humana de la mirada informativa:

1.1.1. ¿A quién la enfoca la noticia? (protagonistas humanos y no humanos).

- 1.1.2. ¿En qué escenarios? (lugares en los que se sitúan a los protagonistas).
- 1.1.3. ¿Qué fuentes son visibles? (institucionales y no institucionales).
- 1.1.4. ¿Qué temas son tratados? (económicos, sociales, políticos y otros).
- 1.2. Manifestación de los criterios de noticiabilidad. Valor/noticia interés humano.
- 1.3. Discurso periodístico radiofónico. Utilización de los recursos: voz, música, efectos y silencio para humanizar la noticia.
- 1.4. Géneros periodísticos radiofónicos empleados: expresivos o testimoniales, referenciales o expositivos y apelativos o dialógicos.
- 1.5. Empleo de las formas elocutivas: exposición, narración, descripción y diálogo (estilo directo).

### **2. Cultura profesional de periodistas y directivos.**

A partir de las definiciones esgrimidas por los investigadores cubanos Diz (2011), García Luis (2004) y González I. (2009) se entiende como cultura profesional la manera particular de los periodistas y los directivos de interiorizar su rol, traducido en un universo de motivaciones, ética en el ejercicio, normas, criterios y profesionalidad, observados en contextos estructurales y organizativos y de rutinas productivas, que implican acopiar informaciones, excluir, incluir y jerarquizarlas a partir de su noticiabilidad.

Dimensiones e indicadores:

#### 2.1. Estructura organizativa:

- 2.1.1. Del órgano de prensa y del noticiero.
- 2.1.2. Planificación y organización editorial.
- 2.1.3. Espacios de socialización.
- 2.1.4. Recursos tecnológicos y no tecnológicos.
- 2.1.5. Motivación material y humana.

2.2. Rutinas productivas: recogida del material informativo; selección, discriminación y jerarquización de este y presentación del producto final.

2.3. Profesionalidad: grado de capacitación de los periodistas y directivos.

2.4. Ética y Código de Ética.

Esta investigación determinó como unidades de análisis: el personal periodístico y directivos del Departamento Informativo vinculados con el proceso de producción y de salida al aire del noticiero *Al Día*, por un lado, y, por otro, el mensaje radiofónico.

### **Métodos y técnicas que se emplearon en la investigación:**

- Revisión bibliográfica y documental: sin olvidar los criterios de pertinencia y de actualización, fueron consultadas fuentes primarias y secundarias con el objetivo básico de fundamentar teóricamente el estudio y, por ende, profundizar en la humanización del discurso periodístico radiofónico y en el proceso de producción de la noticia, léase, ante todo, cultura profesional. Por otra parte, se revisaron los documentos (planes temáticos y Código de Ética) con el objetivo de indagar acerca de elementos relacionados con la cultura profesional de los periodistas y directivos del Departamento Informativo de *CMGL Radio Sancti Spíritus* (ver Anexo 2).

- Análisis crítico del discurso (ACD): permitió el examen detallado de las estructuras y de las estrategias de los discursos escritos o hablados (Rodrigo Alsina, 1993). En esta investigación el ACD no se redujo al nivel textual, se ocupó de examinar las macro estrategias y se empleó para analizar la humanización del discurso periodístico del noticiero *Al Día* y, por tanto, conocer los protagonistas de la noticia así como la utilización de los recursos sonoros y no sonoros; y los géneros periodísticos concebidos, entre otros aspectos. Se tuvo en cuenta el modelo sugerido por Badía (2010) adaptado por la autora de esta investigación (ver Anexo 3). El estudio incluyó el análisis de 422 productos comunicativos correspondientes a las emisiones del 15 de octubre al 15 de noviembre de 2013 (28 emisiones, distribuidas en cuatro semanas).

Al seleccionar esa muestra de emisiones, la autora consideró el criterio de Krippendorff (1990), quien señaló, a partir de su vasta experiencia, que dos semanas de difusión son representativas de hasta seis meses. El presente estudio analizó emisiones que suman todo un mes —no natural—, tiempo suficiente para conocer las tendencias de las dinámicas productivas al interior del medio y del noticiero *Al Día*.

Se escogió este espacio por ser el programa informativo más importante del sistema radial en el territorio al regir la política editorial de este medio en la provincia. En otro orden se consideraron las facilidades para la investigación, expuestas por Rodríguez G., et als. (1996), entre estas: acceso fácil al escenario; posibilidades de establecer un vínculo adecuado con los informantes, y elevada probabilidad de que se dé una mezcla de procesos, programas, personas, interacciones y/o estructuras relacionadas con las cuestiones de investigación.

▪ Entrevista: se aplicó la entrevista estructurada entre el 16 y 23 de noviembre de 2013 a 10 periodistas, a la directora general de *Al Día* y a tres directivos del Departamento Informativo con el interés de conocer sus criterios de cómo influye la cultura profesional en la humanización del discurso periodístico (ver Anexos 4, 5, 6 y 7). Este mismo tipo de entrevista fue practicada a un reconocido periodista cubano, paradigma de la humanización del discurso periodístico.

En el presente estudio se apeló, también, a la entrevista en profundidad<sup>2</sup>, semiestructurada, realizada a cinco profesionales, entre ellos directivos de *Radio Sancti Spíritus* y fundadores del referido noticiero para reseñar la historia de este espacio.

▪ Observación participante<sup>3</sup>: Se empleó de forma permanente durante el 2013 al ser la autora miembro del colectivo de *Radio Sancti Spíritus*, con el objetivo de constatar la manifestación de determinadas dimensiones de la humanización del discurso periodístico radiofónico y de la cultura profesional (estructura organizativa y rutinas productivas) en el Departamento Informativo (ver Anexo 8).

Un análisis de la humanización del discurso periodístico radiofónico en el noticiero *Al Día*, cuyo comportamiento está influenciado por la cultura profesional de los periodistas y ejecutivos, inclinó el estudio hacia la investigación cualitativa<sup>4</sup> teniendo en cuenta que esta posibilita detenerse de modo enfático en la subjetividad, la significación y la particularidad, como prioridades de análisis para entender la realidad social (Sandoval, 2002).

Focalizada en el emisor y en el mensaje, la presente investigación descriptiva es de carácter empírico, por cuanto incluye el intercambio con los sujetos sociales para conocer sus experiencias, vivencias y valoraciones vinculadas con los propósitos investigativos.

---

<sup>2</sup> “Las ventajas más evidentes de la técnica son la riqueza de la información obtenida, la posibilidad de extraer respuestas más agudas y comprensivas sobre el objeto de estudio (...) Es diseñada para cada individuo sobre la base de un cuestionario abierto o semiestructurado, que se va modificando a lo largo de la interacción entre el entrevistador y entrevistado”. (Alonso y Saladrigas, 2002: 61).

<sup>3</sup> La observación participante “implica la interacción del investigador con el objeto de estudio durante un tiempo prolongado (meses o años)”. (Alonso y Saladrigas, **op.cit.**: 62).

<sup>4</sup> En la línea de pensamiento de Delgado y Gutiérrez (1995) y de Rodríguez G. y otros (1996), la flexibilidad y el enfoque abierto, el interés por comprender un escenario social concreto y la responsabilidad ética caracterizan la perspectiva cualitativa, distinguida, además, por ser inductiva, interdisciplinaria, subjetiva y por centrarse en los contextos y prácticas culturales donde se realiza la acción social (Alonso M. y Saladrigas, 2002; Jensen y Jankowsky, 1993).

Este estudio muestra los influjos de las teorías de los estudios culturales, de la construcción de realidad social y del *newsmaking*<sup>5</sup> como su expresión comunicativa (Badía, 2010). Ese corpus teórico (Rodrigo Alsina, 1993; Shoemaker y Reese, 1994; Martini, 2000; Wolf, s.a.) ofrece postulados válidos para indagar en torno a las dinámicas productivas al interior de los medios y a la cultura profesional de periodistas y directivos, que sesgan la agenda de las entidades periodísticas y de los productos comunicativos, en lo individual, y, por ende, la humanización del discurso periodístico.

La novedad del presente estudio radica en erigirse en el primer acercamiento en Cuba al análisis de la humanización del discurso periodístico, en este caso enfocado hacia el radiofónico, en particular, en los noticieros, columnas vertebrales de las programaciones informativas en las emisoras.

Uno de los aportes de la presente tesis es contribuir al replanteamiento de las dinámicas productivas en el sistema de la Radio en el territorio, fundamentalmente en *CMGL*, *Radio Sancti Spíritus*, con miras a lograr la humanización de las producciones periodísticas no solo en los noticieros; sino en el resto de los espacios informativos. El estudio brinda resultados —desde una aproximación empírica valiosa— para la toma de decisiones acerca de estas prácticas profesionales.

La indagación puede constituirse en referente bibliográfico para el análisis del discurso periodístico en el medio radial, debido a la orfandad de miradas desde la academia al fenómeno evaluado. A la par de ello, promueve la elaboración de las coordenadas teórico-metodológicas destinadas a examinar la humanización del discurso informativo radiofónico y la utilización de los recursos formales de este medio para lograr dicho propósito.

Aparte de la introducción —contentiva de la justificación del estudio, posibles aportaciones y de los principales anclajes teórico-metodológicos—, la tesis cuenta con tres capítulos. El primero está dedicado a exponer el estado del arte acerca de las dos categorías analíticas escogidas; el segundo ofrece las coordenadas referenciales, y el tercero se detiene en el análisis y la presentación de los resultados. La investigación incluye, igualmente, las conclusiones, las recomendaciones, la bibliografía y el cuerpo de anexos.

---

<sup>5</sup> Como detalla Wolf (s.a), el *newsmaking* se detiene, prioritariamente, en las conexiones y las relaciones entre la cultura profesional de los periodistas, y la organización del trabajo y de los procesos productivos. Postula la existencia de la noticiabilidad del acontecimiento, o lo mismo, su “aptitud” para ser transmutado en noticia.



## **CAPÍTULO 1. LA HUMANIZACIÓN DEL DISCURSO PERIODÍSTICO RADIOFÓNICO. INTERCONEXIONES CON LA CULTURA PROFESIONAL. FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

La humanización del discurso periodístico radiofónico está transversalizada por diferentes elementos de la cultura profesional, que posee particularidades en cada medio de comunicación masiva. Para examinar esa influencia, el presente capítulo busca sistematizar las principales aportaciones teóricas alrededor de ambas categorías analíticas que, a la postre, permitan comprender las interconexiones establecidas entre estas. A ello se agrega identificar los rasgos esenciales del discurso radial a partir de la línea de pensamiento de estudiosos como Kaplún (1999), Merayo (2001), López Vigil (2005) y Badía (2010).

### **1.1. Humanización del discurso periodístico radiofónico.**

¿De quién hablan las noticias? ¿Cómo son el enfoque y el tratamiento de los protagonistas a través de la mirada informativa? ¿Cómo convertir la noticia cada vez en el rostro humano del acontecimiento? En el contexto de una sociedad global donde se advierte el peligro deshumanizador de la tecnología<sup>1</sup>, y se pone en tela de juicio la credibilidad de las instituciones mediáticas, la humanización del discurso periodístico radiofónico pasa por el prisma de la construcción de la realidad social, de los criterios de noticiabilidad y de la responsabilidad social de la prensa.

Según González Ruiz (citado en Martín Vivaldi), humanizar el discurso periodístico implica escribir para contar hechos donde intervienen personas; es dar cuenta, “de un hecho actual o actualizado, digno de ser conocido o divulgado, y de innegable repercusión humana” (1970: 335).

Para Martínez Eloy<sup>2</sup>, es “descubrir, donde antes había sólo un hecho, al ser humano que está detrás de ese hecho, a la persona de carne y hueso afectada por los vientos de la realidad” (1997: s.p.).

---

<sup>1</sup> En este sentido, María J. Casals advierte la necesidad inaplazable de que el Periodismo recupere la dignidad literaria que ya ha comenzado a perder por la ola arrasadora y cegadora de los brillos tecnológicos. A su juicio si la literatura siempre ha dado claridad sobre la condición humana, el periodismo tiene la misma misión. Véase: Casals, M. J. (1998). *Un humanismo a la deriva*. Extraído el 21 de febrero de 2012 desde [revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/.../13052pdf](http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/.../13052pdf)

<sup>2</sup> Tomás Eloy Martínez. *Periodista*, escritor, guionista de cine y ensayista argentino. Fue maestro de la Fundación del Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), creada por el prestigioso novelista Gabriel García Márquez.



En palabras de la catedrática española Amparo Moreno, humanizar es darle visibilidad al conjunto de seres humanos “que son más que uno del conjunto de elementos que intervienen en la mediación de la información” (2007: 135).

Para el ejercicio de un Periodismo que sea capaz de incluir las voces diversas<sup>3</sup>, que se detenga en los otros y las otras en su cotidiano vivir, resulta preciso no desestimar las consideraciones de más autores. En opinión del escritor colombiano Gabriel García Márquez, el Periodismo “es una pasión insaciable que solo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad” (1996: s.p).

En sintonía con estas esencias, expone: (...) siempre escribimos cosas sobre los seres humanos, pero a veces tendemos a generalizar. Creo que la fuerza, el interés y la seducción de un relato periodístico está en el momento en que vamos a la carne y hueso de los protagonistas de una historia (**op.cit:** s.p.).

El modo de recolectar la información y ejercer un Periodismo humanizado significa para el periodista y escritor español Juan Luis Cebrián<sup>4</sup>, concurrir al estudio de un pintor para descubrir sus esperanzas a través de preguntas y respuestas. Ello exige, además, “darle al texto precisión y humanidad, describiendo ambientes, caracteres, formas” (2002:13).

En la búsqueda de ese Periodismo, comprometido con la comunidad, veedor de su bienestar, informador fiel de los hechos y sucesos que afectan a todos —indica Saad (2012)—, los periodistas y los medios deben dar el paso definitivo que los acerque a sus audiencias.

En concordancia con esta visión, el académico Rodolfo Muñoz<sup>5</sup> reflexiona en *De la noticia al reportaje humano*<sup>6</sup> sobre la necesidad de una adecuada práctica de un Periodismo centrado en el conocimiento del hombre, pues ello “traerá consigo el encuentro con la verdad o, por lo menos, el intento de ello” (1990: 63).

---

<sup>3</sup> En este punto cabe reparar en la advertencia que hace Moreno (2007a) sobre “la aparición cada vez más frecuente como protagonistas activos y sujetos agentes de las acciones noticiables, de una serie de instituciones, entidades, datos abstractos, estadísticas, acciones diversas que a menudo, en lugar de enriquecer la información, suplantando a los seres humanos” (p. 21).

<sup>4</sup> Juan Luis Cebrián es autor de numerosos libros de ensayo sobre Periodismo y Sociología política. Desde 1997 es miembro de la Real Academia Española.

<sup>5</sup> Rodolfo Muñoz Zapata ha sido profesor de las Facultades de Comunicación de la Universidad Central de Ecuador, la Pontificia Universidad Católica de Ecuador y de la Universidad San Francisco de Quito.

<sup>6</sup> La obra, según palabras del autor, permite valorar lo interpretativo y lo humano. En el periodismo, a su juicio, se necesita vertebrar una adecuada forma de comunicar, en la cual no puede haber la falta de identificación del hombre con el hombre (Muñoz, 1990).

Uno de los desafíos del Periodismo —apunta Garza<sup>7</sup>— está en conquistar el espacio interior de cada ser humano que ha de generar nuevas formas de conciencia y libertad, “está en retomar una actitud más personal de la profesión periodística y la dimensión narrativa de la información” (2003: 35).

En el ejercicio periodístico debiera jerarquizarse el planteamiento venido desde el sociólogo italiano Ferrarotti<sup>8</sup> (citado en Mallimaci y Giménez) de que el “individuo es la síntesis de elementos sociales. Sabemos muy poco sobre la persona como conjunto de relaciones sociales” (2006: s. p.).

La vuelta al Periodismo que capitalice la humanización de su discurso encuentra un defensor en el estudioso argentino Ford (1984), quien asegura: “La caída de los metarrelatos organizadores, (...), los nuevos fenómenos sociales que provoca, como el pasaje de la sociedad postindustrial, bien puede explicar por qué el público abandona los discursos argumentativos y generales, les pierde credibilidad, y prefiere pensar su realidad desde instancias más tangibles, individualizables y situadas” (citado en Duplatt, 2000: s. p.).

### **1.1.1. Manifestación de la amplitud, la diversidad y la sensibilidad humana de la mirada informativa.**

Estudiar la mirada informativa supone abordarla desde diferentes perspectivas. Aunque sobre el tema sólo existen algunos esbozos teóricos, el presente estudio considera pertinente asumir los postulados de Moreno, Rovetto, y Buitrago, quienes valoran la mirada informativa como el punto de vista que adopta el profesional al elaborar las noticias, “la posición social en que se sitúa y desde la que ha enfocado a unos y otros seres humanos y ha valorado sus actuaciones positiva o negativamente, o las ha excluido por considerarlas carentes de significado, insignificantes” (2007: 28).

Este ángulo periodístico no depende solo de cada reportero, sino que hay que vincularlo con el medio de comunicación que, a su vez, ofrece una “cierta pluralidad de enfoques y de voces sobre la realidad social en las distintas secciones o programas” (Moreno, Rovetto, y Buitrago, 2007: s.p.).

---

<sup>7</sup> Este investigador defiende el criterio de que el futuro del Periodismo pasa por una mayor presencia de la narración periodística, la cual conlleva, a la postre, a focalizar la mirada en los protagonistas de los acontecimientos (Garza, 2003).

<sup>8</sup> Franco Ferrarotti fue uno de los principales protagonistas de la institucionalización de la Sociología en Italia en los años 60 del pasado siglo. Es miembro de la Academia de Ciencias de Nueva York, Estados Unidos.

Dichos enfoques, sujetos a las mediaciones que intervienen en la conformación del mensaje en los medios, dependen —a juicio de Shoemaker y Reese (1994)— de las características personales del periodista (edad, sexo, educación, creencias, tendencia política, etc.), de las fuentes, de las rutinas de la organización (como son, por ejemplo, los criterios de noticiabilidad, las exigencias del *lead*, etc.), de la infraestructura del medio (personal, distribución de secciones, conexión con agencias, hora de cierre y emisión, etc.), de la propiedad del medio y de otros elementos externos a este como los poderes políticos y económicos, la competencia y la audiencia.

Las polémicas actuales sobre la amplitud visual que requiere el fenómeno de la información periodística hace confluír los criterios de la catedrática Casals<sup>9</sup> (1999) con los de Moreno A. (1998) sobre lo necesario que resulta, dentro de la mirada informativa, una búsqueda más amplia de la realidad concreta que afecta a mujeres y a hombres de distintas edades, procedencias y condiciones sociales, y en la que no se debe prescindir de aquellas actuaciones que remiten tanto a los sentimientos como a la racionalidad.

De la amplitud de esta mirada depende la diversidad de protagonistas y escenarios que aparecen reflejados en la noticia. A criterio de Moreno, A. (**op.cit.**), ello se traduce en cómo los medios hacen visibles a los seres humanos e inciden en su contexto vital.

La sensibilidad humana de la mirada informativa es vista por estos investigadores como la forma en que se valora a las personas, si positiva o negativamente, si como sujetos pasivos o activos, o como agentes de la historia con capacidad de acción y de toma de decisiones.

Síntesis de estas concepciones es el texto *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*, de Moreno, A., Rovetto y Buitrago (2007), cuyos análisis no focalizan la atención sobre la agenda y los temas, sino sobre las personas que se consideran protagonistas de las noticias o a las que no se presta atención (¿a quién se enfoca?, ¿haciendo qué?, ¿en qué escenarios?); sobre los medios de comunicación, los profesionales, y su relación con la sociedad (¿quién enfoca?, ¿qué fuentes utiliza?)

A partir de estas preguntas, se conformó el test ADSH para la evaluación de la Amplitud, la Diversidad y la Sensibilidad Humana de la mirada informativa, considerado

---

<sup>9</sup> María Jesús Casals es catedrática de Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid, de España. Directora del Departamento de Periodismo I de la Facultad de Ciencias de la Información (UCM).

por los citados expertos como necesario a la hora de examinar la humanización del mensaje durante el proceso de producción de la noticia regido, entre otros factores, por los criterios de noticiabilidad.

## **1.2. Manifestación de los criterios de noticiabilidad o valores/noticia.**

### **Una mirada desde el *newsmaking*.**

El estudio de los procesos productivos que convierten el acontecimiento en noticia incluye dos etapas, cronológicamente diferenciadas en las investigaciones: *gatekeeping*<sup>10</sup> y *newsmaking*. En la crítica a la primera de estas, la autora concuerda con Rodrigo Alsina en que el procedimiento de selección y la elaboración de las noticias no deben verse como fases aisladas, sino “como el resultado de la interacción de varios actores: las fuentes informativas, el público y el periodista como miembro de una organización que impone una modalidad de la producción” (1993: 152).

El *newsmaking* centra su análisis en la producción de noticias que vincula la imagen de la realidad social suministrada por los medios con la organización y la producción rutinaria de los aparatos periodísticos (Wolf: s.a). Esta teoría asume sus postulados desde un enfoque interdisciplinario, que abarca elementos de la Sociología y de la Ciencia de la Comunicación, y aporta una visión mucho más abarcadora al estudio de los medios.

Al propio tiempo, reconoce que los mensajes reporteriles no son resultados de empeños individuales; sino que forman parte de un proceso dentro de una organización periodística, cuya partícula fundamental es la noticia. En la cuerda del pensamiento de Rodrigo Alsina, la noticia es “una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible” (1993: 185).

Con esta visión coinciden los cubanos Barreda, Segura y Nápoles, quienes exponen un concepto más abarcador: “La noticia es el resultado de una institución informativa, que supone una estructura organizativa compleja, y por otro lado su papel está institucionalizado y legitimado para producir la realidad socialmente relevante” (2001:

---

<sup>10</sup> *Gatekeeping*: Concepto acuñado por Kurt Lewin en 1947 en el campo de la Psicología. Se define como cuidado de la puerta o el acceso (Martini, 2000). Según Wolf, estudia “el desarrollo de la afluencia de noticias a los canales organizativos de los aparatos de información, y sobre todo para determinar los puntos que funcionan como ‘porteras’, que determinan si la información pasa o es descartada” (s.a: 115).

12).

### 1.2.1. Noticiabilidad. Valor/noticia interés humano.

¿Qué acontecimientos pueden derivar en noticia<sup>11</sup>? La respuesta debe buscarse en la noticiabilidad o lo mismo, en la “aptitud” que debe exhibir el hecho para ser transformado en noticia (Wolf, s.a). Al abundar sobre el tema, este investigador italiano añade: la noticiabilidad “está constituida por el conjunto de requisitos que se exige a los acontecimientos (desde el punto de vista de la estructura del trabajo en los aparatos informativos y desde el punto de vista de la profesionalidad de los periodistas) para adquirir la existencia pública de noticias” (op.cit: 117).

Por tanto, la determinación de si un suceso merece ser publicado o no responde a determinados juicios sobre la repercusión de estos para la sociedad y para los propios intereses del órgano de prensa (Barreda, Segura y Nápoles, 2001).

Esta trascendencia está determinada por los valores/noticia, concebidos por Golding y Elliott (citados en Wolf) como “reglas prácticas que incluyen un corpus de conocimientos profesionales que implícitamente, y a menudo explícitamente, explican y dirigen los procesos de trabajo en la redacción” (s.a: 120).

Como señala Humanes (2001), la clasificación de los valores/noticia cambia de un autor a otro, díganse, por ejemplo, José Antonio Benítez (1983), Martini<sup>12</sup> (2000) y Wolf<sup>13</sup> (s.a.). Luego de sistematizar las reflexiones de varios estudiosos, Calzadilla (2005) clasifica los valores/noticia —atendiendo a los efectos que puede tener un hecho sobre la sociedad— en: actualidad, inmediatez y oportunidad; interés colectivo, interés humano; prominencia de los protagonistas; impacto, originalidad, rareza, curiosidad, novedad o singularidad; proximidad o cercanía.

La autora de este informe investigativo se suma a dicha clasificación por asentarse en la experiencia cubana en el ejercicio periodístico. Dados los objetivos del estudio se hará especial énfasis en el valor/noticia interés humano, definido por Calzadilla como los

---

<sup>11</sup> “Es noticia lo que -hecho pertinente por la cultura profesional de los periodistas- es susceptible de ser “trabajado” por el aparato sin excesivas alteraciones ni subversiones del normal ciclo productivo. Es el producto de un proceso organizado que implica una perspectiva práctica sobre los acontecimientos” (Altheide, 1976; citado en Wolf, s.a).

<sup>12</sup> Define los criterios de noticiabilidad como un conjunto de condiciones y valores que se atribuyen a los acontecimientos, que tienen que ver con órdenes diversos. Véase: Martini, E. (2000) “Periodismo, noticia y noticiabilidad”. Extraído el 15 de marzo de 2012 desde: <http://www.nombrefalso.com.ar/index.php?pag=96>.

<sup>13</sup> Defiende el criterio de que los valores/noticia se derivan de aserciones implícitas o de consideraciones relativas a: las características sustantivas de las noticias, su contenido; la disponibilidad del material y los criterios relativos al producto informativo; el público, y la competencia.

hechos que conmueven por la vía del sentimiento o de la identificación humana. “En él se destacan casos reales, de vidas de trabajadores que interesan por su heroísmo o laboriosidad”

(**op.cit:** 46).

Al profundizar en los criterios sustantivos de la noticia<sup>14</sup>, Wolf apunta que “son interesantes las noticias que, a propósito de un acontecimiento, tratan de dar una interpretación basada en el lado del interés humano, del punto de vista insólito, de las pequeñas curiosidades que llaman la atención (s.a: 125).

El profesor norteamericano Herbert Gans (citado en Wolf) hace un paréntesis para algunas categorías empleadas normalmente en la identificación de los hechos que responden al mencionado requisito de noticiabilidad:

a) historias de gente común que se ve llamada a actuar en situaciones insólitas, o bien historias de personajes públicos captados en su vida privada cotidiana; b) historias en la que se una inversión de papeles (“el hombre que muerde al perro”); c) historias de interés humano; d) historias de empresas excepcionales y heroicas (s.a: 125).

En la conformación de las noticias de interés humano, varios autores coinciden en la necesaria fusión de la sensibilidad humana con el mecanismo de personalización de la noticia y su carácter narrativo. El interés humano —afirma González Ruíz— procederá “de la lógica interna de la acción narradora, en la cual veamos al hombre enfrentarse con los problemas que a todos nos agitan en nuestro pequeño vivir diario” (citado en Martín Vivaldi, 1980: 384).

“Lo nuevo en la narración no es como en la información lo noticioso, sino lo humano. Es el enfoque personal —sincero y original— de un hecho o de una idea” (Martín Vivaldi, 1975: 384).

Un clásico del Periodismo en Cuba, José Antonio Benítez<sup>15</sup> (1983), en su libro *Técnica periodística* comenta que la noticia con interés humano es aquella que relata acciones y actitudes humanas, los empeños individuales y colectivos, el quehacer del hombre en

---

<sup>14</sup> Los criterios sustantivos se articulan esencialmente en torno a dos factores: la importancia y el interés de la noticia. “Las noticias valoradas como importantes son en cierto sentido seleccionadas obligatoriamente”, el elemento del interés da lugar a una valoración más compleja, más abierta a las opiniones subjetivas, menos vinculante para todos. (Wolf, 2005: 122 y 124)

<sup>15</sup> José Antonio Benítez, Premio Nacional de Periodismo José Martí en 1999, inició los estudios de Periodismo en Estados Unidos. Laboró durante muchos años en la revista *Norte*, de Nueva York. Regresó a Cuba a mediados de 1959 y fue profesor de la Universidad de La Habana.

la producción de bienes materiales, los detalles singulares en la vida de un individuo prominente o de una persona común.

Una acotación que enriquece el análisis la exponen las investigadoras cubanas Alonso M. y Saladrigas (2006): el interés humano conduce a la sugestión emocional de los receptores. Esta opinión es acuñada por la autora de la presente tesis, quien no aboga por recurrir a ultranza a la presencia del referido valor/noticia en el discurso periodístico radiofónico; sino de darle jerarquía y, por ende, sistematizar su presencia en la producción del mensaje, enriquecido, en el caso de la radio, con el empleo de los recursos que ofrece el medio.

### **1.3. Discurso radiofónico. Recursos utilizados para su humanización.**

Existe toda una pluralidad de definiciones desde disímiles perspectivas teóricas en relación con el término de discurso, dado, en gran medida, por el carácter polisémico y controversial de este. “Lamentablemente ocurre en este caso lo mismo que con otros conceptos afines, como lenguaje y comunicación, interacción, sociedad y cultura” (Van Dijk, 2003: 21).

El vocablo, entendido con regularidad como sinónimo de texto, difiere conceptualmente de este último; mientras el discurso nombra todo el proceso de producción lingüística que se pone en juego para producir algo, el texto es el resultado concreto y tangible del discurso, el producto en sí (Jiménez, 1983, citado en Karam, 2005).

El estudioso cubano Domínguez concibe el discurso y el texto como dos categorías correlativas. “El texto es la singularización o concreción del discurso. Ocuparse del discurso es, de hecho, ocuparse de los procedimientos del texto expresados mediante la palabra” (2002: 108).

En sus disquisiciones, el lingüista holandés Teun Van Dijk define dos tipos de texto y distingue las características de los orales, en los que participan los usuarios del lenguaje como hablantes o receptores, y las particularidades de los textos escritos, donde la interacción parece mucho más pasiva. Sin embargo, “a despecho de diferencias notables, las similitudes entre los usos del lenguaje, la comunicación y la interacción orales y escritas son suficientes para justificar la inclusión de estas dos modalidades del discurso en una sola noción general de discurso” (2003: 24).



De este modo, para Van Dijk (**op. cit.**), el discurso supone la identificación de tres dimensiones: el uso del lenguaje<sup>16</sup>, la comunicación de creencias (cognición)<sup>17</sup> y la interacción social.

Puede considerarse, entonces, que el discurso constituye una forma específica tanto del uso del lenguaje, como de interacción social; este evento comunicativo presupone un escenario, tiene participantes en función de distintos roles y determina acciones. Más que forma y sentido, el discurso es acción en el nivel micro y macroestructural.

### **La radio y su discurso.**

Cuando a las tres y diez minutos de la madrugada del 15 de junio de 2002 las cortinas de la presa Lebrije, en Sancti Spíritus, amenazaron con romperse y sus aguas devastar el poblado de Jatibonico, una voz nacida desde los micrófonos de *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, convocó al pueblo. En menos de tres horas más de 35 000 personas asistían a la mayor evacuación<sup>18</sup> de que se tenga noticia en Cuba hasta hoy. Nunca la radio fue tan oportuna para los habitantes de esta porción de la isla.

Con esta transmisión quedó demostrado que desde su origen la radio “siempre ha estado en medio de la vida”, como subraya el catedrático López Vigil (2005: 13). Gracias a las capacidades dramático-expresivas que posee el discurso radiofónico es posible que la radio sea “la pantalla más grande del mundo”, como asertivamente la llamó Orson Welles<sup>19</sup> (citado en Garcés, 2006: 5).

La radio hace ver a través del oído<sup>20</sup> y sus imágenes auditivas “sirven de decorado sonoro a las actividades de la vida cotidiana” (Arnheim, 1980: 50).

Con su ilimitada riqueza expresiva, este tipo de discurso tiene la posibilidad de humanizar el mensaje a través del dominio y la combinación de los elementos verbales y no verbales inherentes al lenguaje radiofónico.

---

<sup>16</sup> Tiene en cuenta los aspectos sintácticos y semánticos del lenguaje, así como sus elementos auditivos, visuales o corporales. Desde el punto de vista de la estructura verbal, el discurso está formado por proposiciones que guardan una coherencia local y global y que definen, a su vez, tópicos o temas.

<sup>17</sup> “Las actividades de comprender una oración, de establecer la coherencia de distintas oraciones o de interpretar un texto para determinar su tópico, presuponen que los usuarios del lenguaje compartan un repertorio muy vasto de creencias socioculturales” (Van Dijk, 2003: 42).

<sup>18</sup> Este fue un suceso sin precedentes en Cuba. Por la fuerte amenaza de ruptura del dique de la presa Lebrije, la población de la ciudad de Jatibonico y de comunidades cercanas fueron evacuadas en tres trenes con 75 vagones habilitados, también en camiones y carros ligeros. Para garantizar el bienestar de estas personas el país empleó más de un millón 305 mil pesos en alimentos, transporte y otros servicios.

<sup>19</sup> Director, actor, guionista y productor estadounidense. Realizó algunas de las películas más recordadas del siglo XX, entre ellas *Citizen Kane*, por la que recibió el Premio Oscar al mejor guión original.

<sup>20</sup> Según McLuhan, “la radio es un medio eminentemente visual. Esto es posible porque los humanos no tenemos dos ojos. Tenemos tres. El oído también ve”. (Citado en López Vigil, 2005: 24)



Estudiosos como Kaplún coinciden en que la radio no es solo palabra; sino, también, música y sonidos, recursos que articulados acertadamente pueden “desplegar con extraordinaria vividez (...) hechos, acciones, situaciones humanas, personajes, historias, (...), clímax” (1999: 22).

En tanto mecanismo de construcción social de la realidad, el discurso radiofónico puede informar, opinar, educar, persuadir, recrear, orientar. Esta multiplicidad de funciones está condicionada por ciertas características propias de este medio, expuestas por Kaplún (**op.cit.**). A tenor de sus apreciaciones, la radio se distingue por su:

- Poder de sugestión: demostrado en su capacidad de sugerir con una variada propuesta de imágenes auditivas.
- Comunicación afectiva: “la palabra hablada (...) conlleva, también, una rica carga imaginativa y afectiva” (**op.cit:** 23).
- Empatía: “el comunicador radiofónico tiene que desarrollar al máximo su capacidad de asumir la situación del oyente popular, tratar de percibir el mundo como este lo percibe” (**op.cit:** 25).
- Relación de identificación: “para el oyente, la radio es también compañía, una presencia en su vida con la que él establece relaciones” (**op.cit:** 25).

Al centrarse en la transmisión de la imagen por radio, Betés (1999) —uno de los expertos que esboza algunos postulados sobre la escenografía auditiva— asume que las imágenes de este tipo, como fenómeno compensatorio, posibilitan al receptor construir en su cerebro una visión de lo escuchado, sin necesidad de asistir directamente el acontecimiento.

La autora de esta tesis coincide con la conceptualización de discurso radiofónico aportada por la académica cubana Badía:

“(...) sucesión ordenada, continua, y sintagmática de contornos sonoros y no sonoros de la realidad; representado por los sistemas expresivos de la voz como soporte material de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, los cuales están en permanente relación con el contexto como estructura que involucra todas las propiedades o atributos de la situación social relevantes en la producción y comprensión discursivas” (2010: 27).

Cuando se realiza un acercamiento investigativo al medio radial, se encuentran algunas visiones reduccionistas de autores como la de Gardner (1993), quien considera que este

únicamente debe ser entendido y analizado desde el punto de vista textual. En contraposición con este criterio, Badía (2010) estima que elementos como la voz, la música, los efectos de sonido y el silencio no pueden ignorarse en el estudio del discurso radiofónico.

La evidencia sonora más rigurosamente humana del medio radial es la voz pues resulta “la más transparente: informa, explica, dialoga, acompaña conversando” (López Vigil, **op.cit:** 37).

Los rasgos físicos de la voz se clasifican en tono, intensidad y timbre. A esta relación, autores como Rodero (2003) y Merayo (2001) añaden, razonablemente, la duración como una cuarta cualidad.

Según Huertas y Perona (1999), la marca del tono, en el caso de la voz (grave/agudo), viene dada por la cantidad de movimiento que se produce en las cuerdas vocales en una unidad de tiempo (citados en Martín Alonso, 1975). Las voces de tonos agudos se asocian con colores claros, alegría y optimismo; los tonos graves sugieren tristeza, oscuridad, firmeza o pesimismo.

Para el investigador ruso Bajtín (citado en Badía, 2010), el tono describe potencialmente la corporalidad en una concepción ético-estética y pragmático-cognoscitiva del ser humano. El timbre es otra cualidad de la voz y permite distinguir una de otra; hace que sea agradable o desagradable y determina que cada voz sea distinta.

La intensidad equivale al mayor o menor grado de fuerza con que se pronuncie un sonido, y se relaciona con la fuerza de emisión de las vibraciones procedentes de las cuerdas vocales y con la potencia de ampliación previa a su emisión. Resulta habitual asociar este rasgo físico de la voz con la impresión de alta/baja o de fuerte/débil, y su unidad de medida es el Bel; aunque en la práctica se recurre al decibelio o decibel (dB)<sup>21</sup>.

La duración hace que los sonidos sean apreciables durante su extensión en un período. Cada individuo tiene una velocidad media propia al hablar; en la locución, esta es de entre 125 y 190-200 palabras por minuto, incluidas las velocidades lentas y rápidas.

---

<sup>21</sup> El decibelio es la décima parte del Bel, el cual es el logaritmo en base 10 de la relación de dos potencias o intensidades.

El segundo medio de expresión de la radio es la música, en cuyo lenguaje lo más propio es “crear un clima emotivo (...), hablarle prioritariamente a los sentimientos del oyente” (López Vigil, 2005: 37).

Atendiendo al vasto caudal expresivo de imágenes auditivas de la música, Kaplún (1999: 31) distingue cinco funciones: gramatical<sup>22</sup>, expresiva<sup>23</sup>, descriptiva<sup>24</sup>, reflexiva<sup>25</sup> y ambiental<sup>26</sup> (ver Anexo 9).

El tercer aspecto del discurso radiofónico —los efectos de sonidos— es definido por Kaplún (**op. cit.**) como instituciones o simulaciones naturales convencionales que designan una realidad reconocible por cualquier oyente. En opinión del propio autor, los efectos de sonido contribuyen a recrear los objetos del mundo real y tienen las siguientes funciones: ambiental o descriptiva, expresiva, narrativa y ornamental o estética (ver Anexo 10).

El silencio —último aspecto del discurso radiofónico— posee varias funciones. Según la clasificación dada por Kaplún (**op.cit.**) estas pueden ser: narrativa, descriptiva, expresiva, rítmico-reflexiva, de pausa y como error (ver Anexo 11).

Badía, quien le otorga especial preeminencia al silencio, lo considera como “un sistema no expresivo que contribuye a captar la atención del oyente y a llenarlo de sugerencias” (2010: 29).

Las teorías hasta aquí expuestas hacen expedito el camino para coincidir con la definición de lenguaje radiofónico dada por Badía (**op. cit.**), quien lo conceptualiza como el conjunto de formas sonoras y no sonoras que permiten la existencia de las unidades programáticas radiofónicas, reconocibles como tales tanto para el emisor como para el receptor de las mismas.

### **Discurso periodístico radiofónico.**

El término discurso periodístico —visto como una tipología específica de discurso mediático—se concibe como “la práctica social que utiliza como elementos básicos el lenguaje y las estructuras técnicas noticiosas, para proveer de información a uno o

---

<sup>22</sup> Funciona como signo de puntuación, sirve para separar secciones o bloques de texto, para pasar de un asunto a otro.

<sup>23</sup> Cuando la música comenta lo escuchado, contribuye a suscitar un clima emocional.

<sup>24</sup> Cuando la música no sólo expresa estados de ánimo, sino que también describe un paisaje, nos da el decorado de un lugar.

<sup>25</sup> El oyente recapitula lo que acaba de escuchar y reflexiona sobre ello.

<sup>26</sup> La música puede funcionar como un sonido del ambiente, crea una atmósfera.

varios públicos a través de un medio, y cuyo objetivo central es entablar una comunicación afectiva” (Van Dijk, 1990, citado en Morales y Ávila, 2007: 21).

En torno a las prácticas del discurso periodístico, Fairclough (1992) señala cuatro funciones:

- 1) La *textual*: ancla lo dicho en el flujo discursivo mediante recursos (de topicalización y cohesión) que buscan fijar información.
- 2) La *identitaria*: articula posiciones subjetivas e identidades sociales.
- 3) La *relacional*: negocia vínculos entre los actores mediante luchas metadiscursivas que recrean la arquitectura de las relaciones sociales.
- 4) La *ideacional*: elabora sistemas de conocimiento y creencias.

Atendiendo a lo esbozado hasta aquí, la presente investigación entenderá como discurso periodístico radiofónico al conjunto de recursos sonoros y no sonoros que tienen a la voz como soporte material de la palabra, articulados orgánicamente como evento comunicativo y de interacción, bajo el sesgo de los contextos referenciales durante el proceso de construcción social de la realidad con el sentido de la noticia.

Algunos investigadores han alertado sobre la necesidad de despojar a esta clase de discursividad de los convencionalismos para asumirlo con formas experimentales de realizaciones audaces y creativas. A colación con ello, Garcés<sup>27</sup> (2007) ha sugerido explorar modos nuevos de ideación de la noticia sin olvidar las especificidades del lenguaje radiofónico, y vigorizar los géneros interpretativos dentro de los noticieros y otros espacios informativos.

### **Noticiero radial.**

El noticiero radial, concebido como el espacio más importante de la programación y el menos vulnerable a modificaciones de fondo, es definido por López Vigil (2005) como un conjunto de noticias, que pueden ser notas simples, ampliadas, documentadas e ilustradas provenientes de las más variadas fuentes y seleccionadas con el criterio periodístico de la proximidad.

Todo su contenido —señala Blanco (2011)— está conformado por materiales periodísticos (información, crónica, entrevista, comentario, editorial...) que deben contar con la máxima actualidad e interés noticioso.

---

<sup>27</sup> Véase: Garcés, R. (2007). “La crisis de los discursos radiofónicos”. Revista Latina de Comunicación Social, 62. La Laguna (Tenerife). Extraído el 14 de enero de 2013 desde: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200719RaulGarces.htm>

Los principales titulares<sup>28</sup> son la apertura de un noticiero, y su número no debe estar sujeto a una cantidad fija para cada emisión, estos pueden variar en dependencia del caudal y las características específicas del espectro noticioso con que se cuente.

A juicio del mencionado autor, en el noticiero radial se ponen en juego todas las reglas y leyes de la comunicación social. Su transmisión en vivo, consustancial a su carácter ágil y a la inmediatez de la noticia, supone que este no se convierta en un “vehículo desprovisto de atracción, vuelo imaginativo, creación artística e ingrediente humano” (Blanco, **op.cit:** s.p).

En el noticiero deben existir una coherencia temática y una dramaturgia, logradas mediante la yuxtaposición dialéctica de los materiales, la cual le imprime intencionalidad al mensaje.

### **1.3.1. Géneros periodísticos radiofónicos.**

El concepto de géneros periodísticos<sup>29</sup> ha tenido diferentes formulaciones teóricas, todas en consonancia con el desarrollo dinámico y de búsqueda constante de nuevas formas de expresión que ha signado al Periodismo a lo largo de su historia. Para Martínez Albertos, los géneros periodísticos constituyen “las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva” (1974: 37).

El también académico español Gomis (2000), citado en Bernardi y Bergero, (2006), expone que los géneros periodísticos responden a ciertas necesidades sociales, informan, analizan, aproximan al lector a un hecho desde distintos puntos de vista. No son categorías estáticas y el periodista, a la hora de escribir, rara vez se ajusta a las características de los mismos en estado puro.

En las expresiones periodísticas contemporáneas —advierte la catedrática cubana Rodríguez Betancourt — es visible la fusión y hasta la confusión de métodos, estructuras y estilos procedentes de diversos ámbitos creadores. A su criterio, las modernas transformaciones tecnológicas en la producción y transmisión periodística

---

<sup>28</sup> Van Dijk, (1997) define el titular como una propuesta de macroestructura -tema global- del texto que funciona como proposición inicial y resumen de lo que viene a continuación. Lapique, (1973) considera la existencia del titular verbal cuanto se antepone el verbo al sujeto con el objetivo de fortalecer la unidad de expresión y nominal cuando privilegia al sustantivo y pueda que no se use el verbo en todo el título, hecho que no limita el impacto psicológico de éste.

<sup>29</sup> Uno de los primeros estudiosos que utilizó el concepto de género periodístico fue Jacques Kayser en los últimos años de la década de los 50 del pasado siglo. En 1961 recogió, su trabajo *El periódico. Estudios de morfología, de metodología y de prensa comparada*, editada en Quito por la CIESPAL (Centro Internacional para la Enseñanza Superior del Periodismo en América Latina) (Santamaría, 2006).

aceleran la evolución de los géneros tradicionales y posibilitan la aparición de otros que corresponden al nuevo ámbito comunicativo. Por ello, concluye: “no existen géneros químicamente puros: el entrecruzamiento de formas y estilos, necesarios para testimoniar e interpretar el mundo que nos rodea, fomenta su hibridez” (2003: s. p).

En la radio, como ocurre en otros medios, existe actualmente una tendencia a fusionar los géneros periodísticos. Independientemente de que algunos estudiosos como Merayo (2001) alegan que no se puede hablar de géneros periodísticos en el medio, sino de radiofónicos<sup>30</sup>, Badía reconoce la existencia de los géneros periodísticos radiofónicos y los define como “modelos de enunciación, formas de representación de la realidad que sirven como sistemas de referencias, en modificación y evolución constantes” (2010: 31).

Los disensos en torno a la identificación de los géneros periodísticos radiofónicos son disímiles; de ahí que no exista una única clasificación de estos. No obstante, la autora de esta investigación asume la clasificación genérica<sup>31</sup> propuesta por Cebrián (1992), adecuada a la radio desde la teorización de la profesora española Rodero (2003) y la catedrática cubana Badía (2010) (ver Anexo 12).

De acuerdo con las dinámicas productivas de *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, solo se considerarán los géneros afines a los objetivos del estudio y al tipo de programa informativo (noticiero radial) que se analiza. Entre los expresivos o testimoniales se tomarán en cuenta la crónica, el comentario y el editorial; en los referenciales o expositivos, la nota informativa y el reportaje, y en los apelativos o dialógicos, la entrevista.

Cuando se trata de mencionar los géneros periodísticos con mayores posibilidades expresivas para humanizar el mensaje, varios autores destacan la crónica y el reportaje. En el primero de los casos porque —según Rodríguez Betancourt— puede ser uno de los géneros que más recursos posee “para dibujar contextos, atmósferas, situaciones y personajes” (2005: 10), y es, en opinión de Salcedo, el rostro humano de la noticia “en

---

<sup>30</sup> En su estudio “*Qué son los géneros radiofónicos y por qué deberían importarnos*”, las investigadoras españolas María del Pilar Martínez y Susana Herrera (2009) admiten también la existencia de una gran confusión terminológica entre género radiofónico, formato, y tipo de programas, lo cual repercute sobre la adopción de una clasificación definitiva.

<sup>31</sup> Dicha clasificación se considerada como la más coherente y homogénea que se haya adaptado a los medios audiovisuales.

el que se encuentra la posibilidad de contar historias perdurables que le permitan trascender el mero registro de las cifras” (2011: s. p.).

En el segundo de los casos, el reportaje, constituye el género “más apropiado para conciliar realidad y creatividad” Ulibarri (1994: 38), y deviene, al propio tiempo, la forma más exigente de la utilización de los recursos de la noticia de rutina, y de la investigación, la interpretación, y, sobre todo, “de la definición noticiosa de los conflictos y alegrías de los seres humanos que componemos la civilización actual” (Muñoz, 1990: 62).

Más allá del énfasis específico realizado en la crónica y el reportaje, resulta sensato subrayar que los demás géneros periodísticos, fundamentalmente la nota informativa, el documental y la entrevista, en tanto construcción de la realidad, pueden acercarse a los individuos en su esencia humana, y hacerlo con una adecuada utilización de los recursos propios del lenguaje radiofónico y de las formas de elocución.

#### **1.4. Formas elocutivas.**

En el estudio de la teoría literaria existen diferentes conceptos sobre las formas elocutivas<sup>32</sup>. Para las investigadoras cubanas Báez y Porro, estas son “maneras de expresar el pensamiento por medio del lenguaje”, (1983: 28). Estas autoras hablan de cuatro formas elocutivas básicas: la narración, la descripción, el diálogo y la exposición, clasificación acuñada por esta tesis (ver Anexo 13).

Desde la perspectiva de la comunicación periodística, Gallego (2006) opina que el propósito lingüístico permite distinguir la forma elocutiva de los mensajes y su manera de redactarlos. Teniendo en cuenta este criterio, clasifica la forma discursiva de los géneros periodísticos en dos grupos: a) Géneros que se proponen informar mediante el empleo de las formas expositiva, descriptiva y narrativa, como son: la nota informativa, la entrevista, la crónica y el reportaje, y b) Géneros cuyo propósito es opinar a través de la forma argumentativa, díganse, el editorial, el artículo de fondo, la columna y el ensayo.

Acerca de la primera de estas formas elocutivas, la narración, Martín Vivaldi plantea que narrar es contar una o varias acciones. El periodista y académico español puntualiza

---

<sup>32</sup> El término elocución, cuya etimología lo refiere como un vocablo proveniente del latín *eloquor*: hablar, constituye la manifestación del pensamiento por medio de la palabra.



que la narración deriva en una escena compleja y en un encadenamiento de escenas cuando se relata una historia.

En sus reflexiones, dicho autor señala que la diferencia esencial entre narración y descripción se sintetiza en dos términos: vida interior. Si bien la descripción (Hanlet, citado en Martín Vivaldi) se limita a fijar el aspecto exterior de los acontecimientos percibidos por los sentidos, la narración “intenta averiguar o conocer, además de las acciones, sus causas morales, los sentimientos, el carácter, en suma, que impulsa a actuar a los personajes en un sentido determinado” (1990: 380).

La descripción —elocución que señala las características de un objeto— comprende, según Martín Alonso (1970), la representación de cosas, seres y paisajes, incluida la explicación de sus diversas partes, cualidades y circunstancias. Se describe con emoción para llegar al sentimiento de las audiencias.

“La descripción es la pintura animada de los objetos; es el cuadro que hace visibles las cosas materiales (...). La primera condición del arte descriptivo es la viveza figurativa. Se trata de animar los objetos inanimados, de ofrecer una sensación plástica, sea paisaje o retrato” (**op. cit:** 89).

En la descripción, los recursos lingüoestilísticos se manejan en función de despertar emociones en los receptores, escudriñar los detalles y transmitirles la realidad.

El diálogo<sup>33</sup> —definido como el intercambio discursivo entre dos personas o personajes— posee el objetivo primordial de provocar el interés del receptor. Para ello requiere de dos componentes insoslayables: naturalidad y significatividad (Báez y Porro, 1983: 44). Lo natural implica “que huyamos del rebuscamiento, del barroquismo expresivo, del amaneramiento, de la pedantería. El diálogo ha de responder al modo de ser de los personajes” (Martín Vivaldi, 1975: 396).

La primera condición del diálogo —acota González Ruiz (citado en Martín Vivaldi)— es que “sea significativo, que exprese determinado contenido. El sentido de lo que se dice está en razón directa con lo que revela, del carácter del que habla, en virtud de la situación en que se encuentra” (1980: 397).

---

<sup>33</sup> Bajtín (citado en Rodríguez Betancourt, 2001) alega que toda enunciación es dialógica. A la par de ello, considera al diálogo como una forma elocutiva inherente a cualquier tipo de discurso.



En dependencia del género utilizado y de los propósitos buscados con su publicación, los materiales periodísticos pueden apelar al diálogo; de este, los profesionales de la prensa deben conocer su ritmo interno, construcción y particularidades de empleo.

Madero (2008) y Martín Vivaldi (1975) defienden la existencia de tres estilos de diálogo: el directo<sup>34</sup>, el indirecto<sup>35</sup> y el indirecto libre<sup>36</sup>. A tenor de los objetivos de la presente tesis, el análisis se detendrá únicamente en el primero de estos, por cuanto permite evaluar el intercambio de frente a frente entre el entrevistado y el periodista, quien debe hacer gala de dominio del arte de preguntar. El empleo de esta variante de diálogo<sup>37</sup> favorece “matizar de verosimilitud la historia” (Sexto, 2006: 16).

La exposición, de acuerdo con Ortega<sup>38</sup>, “constituye la manera elocutiva directa de que se vale un escritor para plasmar sus ideas” (2003: 66). Para el lingüista español Martín Alonso (1975), la primera condición del estilo expositivo es la claridad. Las palabras han de representar todo el sentido de nuestra ideación, por lo que la originalidad y la brillantez son también atributos característicos de la exposición.

Por ello, esta forma elocutiva exige un tema claramente delimitado y un objetivo establecido previamente por el emisor, que debe corresponderse con el grado de conocimiento de los receptores (Domenech y Romeo, 2007).

Moreno P. (1998)<sup>39</sup> —investigadora de las formas de expresión del Periodismo actual— esgrime que cuando la exposición acompaña a las otras formas discursivas, cumple, como tendencia, el propósito de brindar la información precisa para comprender el mensaje en su generalidad.

“La historia que narra un reportaje, la opinión sostenida en un comentario, las revelaciones difundidas en una entrevista se concretan en el molde de la técnica y del estilo” (Sexto, 2012: s.p). En el medio radiofónico, esta aseveración complementa el criterio del catedrático López Vigil, quien en *Manual urgente para radialistas apasionados* sustenta: “No basta la palabra sencilla si no brilla” (2005: 50).

---

<sup>34</sup> Consiste en la reproducción textual de las palabras en voz del hablante en el caso de la radio. En los textos escritos conlleva la utilización de marcas gráficas como plecas, dos puntos o comillas.

<sup>35</sup> El locutor o el periodista reproduce las palabras del entrevistado o de quien ofrece declaraciones.

<sup>36</sup> Sin cederle la voz al entrevistado, el locutor o el periodista explicita los pensamientos del testificante.

<sup>37</sup> Dicho estilo sirve para caracterizar a las personas, quienes pueden autodefinirse por medio del habla, en giros y palabras distintivos (Sexto, 2006).

<sup>38</sup> Evangelina Ortega, maestra en Lengua Lingüística Hispánica. Dirige el colectivo de Redacción, Composición y Análisis de Textos de la Facultad de Artes y Letras de la Universidad de La Habana.

<sup>39</sup> Pastora Moreno, profesora titular de Redacción Periodística de la Facultad de Ciencias de la Información, de la Universidad de Sevilla, España.

Narrar, describir, dialogar y exponer deben converger en el discurso periodístico radiofónico; pero esta forma creativa de construir el mensaje debe ser asumida conscientemente en la cultura profesional del gremio periodístico.

### **2. Cultura profesional de los periodistas y directivos.**

El proceso de construcción de la cultura<sup>40</sup> profesional comenzó en el Periodismo a finales del siglo XIX, cuando se consolidaron todas las características de la prensa moderna y los periodistas —sobre todo en Estados Unidos— reflexionaron sobre la naturaleza y funciones de su quehacer (Ortega y Humanes, 2000).

En la línea del pensamiento de la Pedagogía, Imbernón<sup>41</sup> define la cultura profesional como el universo de valores, actividades y lugares comunes, representaciones sociales, lenguajes, códigos, reglas de comportamiento manifiestas o no, normas, ideologías<sup>42</sup>, soluciones típicas de problemas que determinan los procesos de interrelación y el funcionamiento al interior de un campo profesional específico (1994: 19).

Situado en las coordenadas del *newsmaking*, Andrea Garbarino (citado en Wolf, s.a.) la conceptúa como una mixtura de estereotipos, símbolos, de retóricas de fachada y astucias tácticas, de códigos, representación de roles, rituales y convenciones relativos a las funciones de los medios y de los periodistas y a los criterios de los mensajes que dominan su elaboración.

Por su parte, Diz (2011) conceptúa la cultura profesional de los periodistas como el modo específico de interiorizar su rol, traducido en un universo de actitudes, ideales, valores, hábitos, representaciones, creencias, habilidades, supuestos y modo de proceder ante la información y el conocimiento en el marco de un determinado grupo o institución periodística.

---

<sup>40</sup> En *Keywords*, Raymond Williams aportó tres definiciones de cultura “1) un proceso general de desarrollo intelectual, espiritual y estético; 2) un modo de vida particular, referido a un pueblo, un período o un grupo; 3) los trabajos y las actividades intelectuales y artísticas”, teniendo en cuenta que la cultura de un grupo o clase es su manera de vida distintivo (1976: 80)

<sup>41</sup> Francisco Imbernón, doctor en Filosofía y Ciencias de la Educación y catedrático de Universidad de Didáctica y Organización Escolar de la Universidad de Barcelona, España.

<sup>42</sup> La autora de este informe de investigación concuerda con Carro (2010) y Díaz (2001) en que resulta desacertado hablar de una ideología profesional, es decir, de la existencia de un propio sistema ideológico para el individuo o gremio. Reflexiones críticas al respecto pueden encontrarse en Carro, C. (2010): *Análisis de las mediaciones políticas y de los emisores, que actúan en el proceso de construcción de la agenda sobre temas económicos en el periódico Trabajadores y la revista Bohemia*. Tesis doctoral. Universidad de La Habana.

El académico García Luis (2004) relaciona entre los componentes de la cultura profesional, las rutinas productivas, las estructuras organizativas, la ética<sup>43</sup>, los hábitos, las prácticas y competencias profesionales y las motivaciones. Lo anterior equivale a acopiar informaciones, excluir, incluir y jerarquizarlas a partir de su noticiabilidad; a construir los temas, investigarlos, narrarlos y comentarlos, y, al final, valorar cuáles de estos se publican o no, dónde y cómo.

A partir de estas conceptualizaciones, por su carácter integrador, la investigadora asume lo ya declarado en la conceptualización de la categoría de análisis correspondiente, que aparece expresado en la introducción del presente informe.

### **2.1. Estructuras organizativas de los medios de prensa.**

Autores como Rodrigo Alsina (1993) y Shoemaker y Reese (1994)<sup>44</sup> han valorado la influencia en la producción de los contenidos de las estructuras y del funcionamiento propio de los medios, los cuales laboran como una industria cultural en la actualidad, organizados a partir de componentes profesionales y tecnológicos.

Rodrigo Alsina (**op. cit.**) puntualiza que los reporteros adaptan sus puntos de vista y sus valores a los reclamos de la organización informativa, y que para comprender el contenido de los productos comunicativos deben analizarse las características del órgano de prensa.

Al ver la noticia como resultado de una lógica productiva, Shoemaker y Reese realzan el impacto del ambiente organizacional y burocrático en los contenidos, y subrayan la necesidad de evaluar la estructura de la entidad periodística, sus objetivos y su política, y cómo se aplica esta. “El control es esencial dado el conflicto inherente en el interior de una organización” (1994: 171).

Los factores estructurales-organizativos comprenden el engranaje administrativo y burocrático, capaz de concretar establemente el acopio y el procesamiento de los hechos noticiables (Barreda, Segura y Nápoles, 2001).

Lógicamente, todo medio de prensa posee un organigrama formal que visibiliza las jerarquías y responsabilidades de cada actor del proceso comunicativo, cuyas funciones

---

<sup>43</sup> López Bombino define la ética como “la ciencia de la acción moral. Investiga la praxis humana desde el punto de vista de las condiciones de su moralidad y trata de fundamentar el concepto de moralidad” (2004: 73).

<sup>44</sup> El modelo defendido por estos autores incluye cinco niveles de influencia en la producción de los contenidos periodísticos: el individual, el de las rutinas productivas, el organizacional, las amenazas externas a la organización y el ideológico.

deben estar adecuadamente establecidas para que cada quien cumpla con su cometido social y sean aprovechados los espacios de socialización (reuniones, consejillos, colectivos de programas radiales...).

Por tanto, el periodista no actúa aisladamente al interior de los medios; su ejercicio profesional estará sujeto a la planificación editorial (semanal, mensual o de otra frecuencia), a la organización de las coberturas por temas o ámbitos geográficos, a las condiciones materiales y tecnológicas, y a los sistemas de estimulación o de recompensa profesional.

En esencia, los órganos de prensa laboran a partir de estructuras organizativas propias, que presuponen la delimitación de las funciones de periodistas y ejecutivos y la existencia de escenarios para la ejecución y el seguimiento de la política informativa; todo ello, por supuesto, acontece en medio de dinámicas productivas habituales.

## **2.2. Rutinas productivas.**

Vistos los medios de comunicación de masas como complejos engranajes productivos, se hace necesario un grupo de reglas que, bajo criterios de funcionalidad y jerarquía, posibiliten una estabilidad desde el inicio hasta el final de un proceso nombrado por varios autores como rutinas productivas<sup>45</sup>, consideradas, específicamente por Martín-Barbero (1987: 239) como “la serialidad mirada desde los hábitos de trabajo que ella requiere”.

Desde la perspectiva cubana, Ricardo (2006) las define como las acciones y normas surgidas de las exigencias que genera la dinámica productivo-editorial-tecnológica de una entidad mediática y el proceso de mediación objetivo presente en cada una de sus fases.

Los procesos rutinarios que operan al interior de las organizaciones periodísticas — caracterizados por su flexibilidad— poseen tres fases fundamentales expuestas por Wolf (s.a.): la recogida del material informativo, la selección de las noticias y la presentación de estas.

La etapa de recolección de datos demanda de profesionales capaces de ponderar el grado de noticiabilidad del acontecimiento. Generalmente, esta fase se produce

---

<sup>45</sup> Para Shoemaker y Reese, las rutinas productivas son “prácticas y formas repetidas, modeladas y hechas rutina, que los trabajadores de los medios utilizan para realizar su actividad” (1994: 102).

mediante la recurrencia a fuentes periodísticas estables, las cuales suelen suministrar material informativo (**op. cit.**).

Dados los cambios tecnológicos y la proliferación de textos/fuente, hoy no pocos estudiosos miran con preocupación la tendencia creciente de la no recogida de información *in situ*, que provoca discursos homogéneos.

Para Guides (2009), estas coberturas homogéneas atentan contra la credibilidad de los medios, que se acostumbran a dar una sola mirada de la realidad y a construir la noticia sobre la base de similares argumentos y visiones del entorno.

La fase de selección de la noticia forma parte de un proceso complejo, que se desarrolla a lo largo de todo el ciclo productivo, realizado por distintas instancias, desde las fuentes hasta el redactor individual. Dicha etapa está signada por un elevado grado de subjetividad; en este contexto los criterios de noticiabilidad se articulan a partir de la interacción de la dinámica interna del medio y de las regulaciones externas.

En la tercera y última etapa —la presentación del producto final— todos los elementos de estilo, contenido, estructura y forma han sido recontextualizados después de ser filtrado el discurso por la política editorial. Este momento presupone la existencia de mecanismos de control y revisión de los materiales periodísticos y del guión o libreto, en el caso de la radio, a partir de las normas o cartas de redacción y estilo de cada institución.

En la radio, la presentación del mensaje equivale, igualmente, a la salida al aire del programa, que es donde se certifican la noticiabilidad de la información y la credibilidad del discurso periodístico radiofónico.

Condicionado en gran medida por la irrupción de Internet, el escenario de los medios de comunicación ha sometido a los flujos informativos a múltiples transformaciones; debido a ello, las rutinas productivas necesitan ser replanteadas al interior de las redacciones en función de construir un discurso plural, lo cual exige de profesionalidad.

### **2.3. Profesionalidad periodística.**

A juicio de Garcés, ser profesionales implica disponer de las claves políticas, económicas y culturales para ver el mundo complejamente y “luego representarlo con belleza, con una hondura que fluya de forma natural, como si la complejidad fuera invisible” (2013: 11).

Esta tesis, defendida por el académico cubano, hace visible el peso fundamental que tienen el conocimiento, la creatividad, las técnicas de hacer y de interpretar del periodista en la construcción social de la realidad<sup>46</sup>.

Para Grossi<sup>47</sup> (citado en Rodrigo Alsina, 1993: 162), la profesionalidad, que muestra diversos rasgos<sup>48</sup> distintivos, es aquella actividad especializada en la construcción de la realidad social que se presenta “como una objetivación de segundo grado (de rutinas cognitivas, de esquemas interpretativos y de significados)”.

En la línea de pensamiento de Rodrigo Alsina (**op.cit**), la profesionalidad se caracteriza por el rol social de competencia comunicativa de reporteros y directivos, traducido en una serie de criterios, valores y normas sobre la aptitud, la preparación profesional, el rigor técnico y la creatividad de este personal para el ejercicio cotidiano de su quehacer. Esta preparación profesional —afirma Garcés— es un rumbo que lleva toda la vida, “cuyo motor de arranque podría estar en las universidades y luego se va puliendo con el estilo, con la fuerza de la opinión, con la osadía personal, la experimentación, la voluntad de riesgo” (2013: 11).

En estos momentos, el debate sobre la profesionalidad periodística<sup>49</sup> pasa por el tamiz de la recontextualización impuesta por Internet, pues su aparición y posterior desarrollo en los medios de comunicación cambió las rutinas de trabajo y, en consecuencia, impuso a los profesionales de la comunicación la necesidad de apropiarse de nuevas técnicas y habilidades.

Para Bueno<sup>50</sup> (2005), Internet supone un desarrollo del Periodismo digital y una modificación en los usos y en los contenidos de la prensa tradicional, así como en las dinámicas de los profesionales de la información en las redacciones de los medios.

Si bien las plataformas tecnológicas brindan al Periodismo del siglo XXI amplias posibilidades, varios autores llaman la atención sobre el peligro deshumanizador de estas en el ejercicio profesional. Las salas de redacción —apuntó García Márquez— “son

---

<sup>46</sup> Véase: Garcés, C. R. (2013). “Siete tesis sobre la prensa cubana”. *Enfoque*. Memorias del IX Congreso. La Habana: Imprenta Federico Engels. pp. 10-11.

<sup>47</sup> Giorgio Grossi, profesor titular de Sociología de la Comunicación y Comunicación Política en la Facultad de Sociología de la Universidad Milano-Bicocca, Italia.

<sup>48</sup> El investigador cubano Luis López Bombino profundiza en los rasgos que caracterizan la actividad profesional en su obra *Razones para una ética profesional: mínimo análisis para un gran problema*. La Habana: Editorial Félix Varela, (2009: 6-9).

<sup>49</sup> Rodrigo Alsina destaca que la profesionalidad periodística, entendida también como “práctica productiva rutinaria”, caracteriza el rol del periodista como subalterno a los valores dominantes de elaboración de estereotipos y de bienes simbólicos de consumo (1993: 160).

<sup>50</sup> Manuela Bueno, directora académica del Centro Andaluz de Estudios Empresariales, de España.

laboratorios asépticos para navegantes solitarios, donde parece más fácil comunicarse con los fenómenos siderales que con el corazón de los lectores. La deshumanización es galopante” (1996: s.p).

En la actualidad, no obligatoriamente se recurre a las fuentes portadoras de la información; los periodistas “se alejan de la sistematización y a veces, del análisis de los procesos sociales de la realidad pues priorizan la tecnología como su fuente principal y no como alternativa” (González I. 2009: 44).

En aras de hacer convivir los soportes tradicionales y electrónicos<sup>51</sup> —tal y como lo propone Águila (2008)—, es preciso que las entidades periodísticas delineen estrategias de capacitación que permitan aumentar la profesionalidad de periodistas y directivos; por supuesto, sin obviar en este tipo de análisis que la elevación de las competencias profesionales constituye un deber individual.

El presente informe de investigación la autora entenderá como profesionalidad periodística al conjunto de competencias técnicas, criterios, de rutinas cognitivas y de esquemas interpretativos y de significados con los cuales se construyen realidades sociales mediante sistemas periodísticos, basados en principios éticos.

### **2.4. Ética profesional.**

La ética<sup>52</sup> constituye uno de los componentes de la cultura profesional del gremio periodístico. Sobre el término ética existen diferentes conceptualizaciones, entre estas las aportadas por Sánchez, quien la define como la ciencia que estudia la conducta humana, el comportamiento moral. “Su valor consistiría más en lo que logra explicar, que en la capacidad de prescribir actos concretos” (1980: 15).

Con una prolífica obra al respecto, López Bombino asegura que la ética “es la ciencia de acción moral. Investiga la praxis humana desde el punto de vista de las condiciones de su moralidad” (2009: 74).

Como lo subraya Limia (2003), la moral posee un valor cognoscitivo, al brindar una perspectiva del mundo y servir para analizar e interpretar los acontecimientos; un valor afectivo, al relacionarse con el campo emocional de la personalidad y su particularidad

---

<sup>51</sup> Véase: De Águila, R. (2008) “Periodismo siglo XXI: del acta diurna urbis a Internet”. Disponible en: <http://laventana.casa.cult.cu/modules.php?name=News&file=article&sid=4259>

<sup>52</sup> Faundes (2006) conceptúa la ética como un producto colectivo racional, la reflexión del grupo o de sus representantes o líderes acerca de su *ethos*, lo que se traduce en un conjunto objetivo de normas, en un discurso moral, normativo, en un texto: los llamados códigos de ética.



psicosocial, y un valor conductual, por cuanto delinea el actuar humano en cualquier esfera de la vida.

La conciencia moral se ha integrado históricamente alrededor de un cuerpo de valores, principios y normas que resume “las condiciones de vida, relaciones de convivencia y formas de dominación, y las experiencias de cada pueblo y de la humanidad” (García Luis, 2004: 53).

El estudioso cubano concuerda con las apreciaciones del brasileño Gomes (1997), quien relaciona una serie de valores que debe presidir la comunicación social, entre estos, la dignidad y el valor de las personas; la humanización —a la par de ello, propósito cardinal de los medios de comunicación de masas—; competencia y responsabilidad; la sinceridad, la honradez y la verdad.

En el Periodismo se impone la norma de ofrecer la cobertura de los hechos de modo veraz y oportuno. Según Calzadilla, el reportero, más allá de su profesionalidad y de su ideología, “está obligado éticamente a un discurso honesto y debe atenerse, además, a los valores vigentes en su sociedad y no traicionarlos” (2005: 29).

En el libro *La ética de la comunicación y los valores universales*, Christians y Traber (1997) defienden el punto de vista que independientemente de la diversidad de culturas, la comunicación social debe erigirse sobre cuatro protonormas éticas: la verdad, la solidaridad universal, la dignidad humana y la justicia social.

Ese actuar debe estar regido por la existencia del Código de Ética, cuyo objetivo es regular eficazmente el comportamiento moral de las personas vinculadas a una profesión particular. Si bien la aprobación de estos documentos no soluciona los problemas morales, resultan imprescindibles en tanto revelan el “grado de civilidad alcanzado por una profesión determinada y la sociedad en la que estos códigos se desarrollan” (López Bombino, 2009: 32).

A pesar de que el asunto apenas ha sido esbozado por razones de espacio, se podría convenir que la ética periodística es un conjunto de normas, preceptos, valores y fundamentos que rigen el comportamiento y son aceptados y asimilados en función de los cometidos de este gremio y profesión.

### **Conclusiones parciales.**

La humanización del discurso periodístico radiofónico constituye, ante todo, una necesidad a la cual debe dársele preeminencia durante el proceso de construcción



social de la realidad al interior de los medios. A pesar de que los postulados teóricos al respecto permanecen en formación, existen evidencias para sostener que la amplitud, diversidad y sensibilidad de la mirada informativa y, en sentido general, de la jerarquización de aspectos de la historia de vida de los protagonistas del acontecimiento noticiable debe apelar a los rasgos distintivos del discurso radiofónico y de los géneros periodísticos.

La configuración de un discurso humanizado permanece abierta e interconectada con la cultura profesional, es decir, con la asunción de roles, de convenciones, criterios, competencias comunicativas y de representaciones sociales, en el contexto de estructuras organizativas y dinámicas de producción de los contenidos, inherentes a los medios, los cuales funcionan como una industria cultural, conformados por componentes profesionales y tecnológicos.

## CAPÍTULO 2. HISTORIA DE LA RADIO EN SANCTI SPÍRITUS. GÉNESIS Y ACTUALIDAD DEL NOTICIERO AL DÍA

Para adentrarse en el estudio de la humanización del discurso periodístico radiofónico del noticiero *Al Día*, se precisa exponer determinados elementos referenciales acerca del surgimiento de la radiodifusión en la provincia y, en particular, de la *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, sin obviar su realidad actual. No menos importante resulta conocer los antecedentes históricos y el perfil contemporáneo del noticiero que centra la mirada de la presente investigación.

### 2.1. Orígenes de la radiodifusión en Sancti Spíritus.

Al electricista estadounidense Frank H. Jones<sup>1</sup>, devenido administrador del central azucarero Tuinicú, de Taguasco, se debe la puesta en antena de las primeras señales de radio<sup>2</sup> en Sancti Spíritus, hecho acontecido el 9 de marzo de 1923. Yero<sup>3</sup> (2012) da cuenta de que a partir de aquella transmisión radial, Tuinucú se convirtió en centro de atención del territorio espirituano; surgió así la *6 KW* (indicativo de la planta).

Desde el estudio de radio improvisado por Jones en una de las habitaciones de la casona donde vivía, se transmitieron discos de fonógrafos e informes del tiempo, como muestra incipiente de los noticieros en la provincia. Allí se dieron cita agrupaciones y trovadores de la época para interpretar música espirituana, y se comentaron los más disímiles temas que resultaban de interés público.

La voz de Frank H. Jones, con su acento extranjero, identificó dicha estación, reconocida por la canción tema “Tonada en Tuinucú”, escrita por él y que iniciaba las transmisiones radiales.

Frank H. Jones recibió reportes de audiencia desde Estados Unidos, Canadá y diversos puntos de América Latina. La *6KW*, conocida como la *CUCU*, estuvo en el aire hasta 1925.

---

<sup>1</sup> Se considera uno de los radioaficionados más antiguos que operó en Cuba. Cuando no existían aún transmisiones de radio —antes de la Primera Guerra Mundial—, construyó un transmisor de chispa de 200 pies de largo, lo que le permitió establecer contacto con otros centrales del país. (López O., 2002).

<sup>2</sup> Esta es la etapa inicial de la radiodifusión en Cuba, caracterizada, de manera general, por la proliferación de plantas de onda corta, emisoras de fabricación casera y una programación nocturna donde prevalecía la música (Nápoles y Monteagudo, 2004).

<sup>3</sup> El doctor en Ciencias del Arte y periodista Luis Rey Yero ha profundizado en este antecedente de la radio en Sancti Spíritus.

La historia del medio en la provincia, recogida en el texto *Onda y sonido espirituanos*, de los autores Monteagudo<sup>4</sup> y Nápoles<sup>5</sup> (2004), refiere el surgimiento de la primera radioemisora comercial experimental en estos predios el 12 de noviembre de 1933, a unos 11 años de establecida oficialmente la radiodifusión en Cuba.

La planta, reconocida con la sigla *CMHB*, denominada popularmente como *La Voz del Yayabo*, se localizaba en los 1 240 kilociclos y fue ubicada en la calle Independencia, esquina Honorato del Castillo. En sus inicios, la programación se orientó hacia la promoción musical e incluyó algunas informaciones de tipo local y determinadas expresiones del teatro. A pesar de sus escasos recursos, logró transmitir desde las 7:00 a.m. hasta las 11:00 p.m.

En 1934 la emisora se trasladó para los altos del céntrico edificio ubicado en Cervantes, esquina a Máximo Gómez. Poco tiempo después se le retiró la onda corta a la *CMHB*; pero continuó operando en la comercial o media, de sintonía en todos los receptores comunes; trasmitía solamente en dos horarios al día, y tuvo como primeros locutores a los hermanos Adolfo y Rafael Rubio Edilla, Stanley Quirós, Ilde del Castillo y a Alberto Ruíz, entre otros.

La programación estaba compuesta por musicales grabados y en vivo, intentos de seriales de aventuras, versiones noveladas en torno a una canción determinada, conciertos de la llamada música culta y buen humor radial a partir de los guiones del periodista Mario Schiffini.

*La hora humorística*, programa que dio a conocer a Argelio García (Chaflán)<sup>6</sup> en territorio espirituario, y *El Trovador del antifaz*, un espectáculo radial nocturno, constituyeron signos de una programación mejor diseñada.

Hasta 1948 se reconoce la existencia de la *CMHB*, comprada por Unión Radio, empresa que buscaba operarla como eslabón de su proyectada cadena, pretensiones que se concretaron en 1951, cuando pasó a enlazarse por cable con su matriz en La Habana; de esta manera su transmisor se convirtió en un repetidor de la señal de *Unión Radio, Cadena Nacional*.

---

<sup>4</sup> La realizadora de radio, María del Carmen Monteagudo, con más de 35 años de experiencia en el medio, ha impartido cursos de Lingüística aplicada a la radio y es actualmente investigadora y profesora.

<sup>5</sup> El locutor y periodista Pedro Andrés Nápoles permaneció en la radio cerca de 60 años. Obtuvo el título de locutor en la Academia de Comunicaciones en 1950. Realizó estudios de Periodismo y Psicología.

<sup>6</sup> Reconocido humorista cubano, nacido el 16 de junio de 1925 en el entonces municipio de El Jíbaro, Sancti Spíritus. Falleció el 27 de junio de 1992 en Santa Clara.

### **De la CMHT a la CMGL, Radio Sancti Spíritus.**

*Onda y sonido espirituanos* apunta que en junio de 1938, justo cuando el país disponía de la más alta técnica de radiodifusión para esa fecha<sup>7</sup>, quedó inaugurada la CMHT en la ciudad de Trinidad. Manuel de Jesús Béquer Medina y Fernando Soto del Valle Guinart fueron sus fundadores, y ambos aportaron 3 500 pesos para su puesta en antena.

A las 12:00 m. del 11 de junio salió al aire la estación, en onda larga por la frecuencia de 990 kilociclos, con la transmisión de la visita del Obispo de Cienfuegos y de otras personalidades en ocasión de los festejos de la Semana Santa en la tercera villa. Para su identificación se recurrió a la pieza “Lamento indio”, de Ernesto Lecuona.

Según Nápoles y Monteagudo (**op. cit.**), la programación de la planta estaba conformada por espacios musicales, basados en grabaciones disqueras; otros se realizaban con artistas y agrupaciones en vivo. En uno de esos espacios se dio a conocer Evelio Rodríguez Plaza, convertido después en un sobresaliente cantautor de la música campesina en Cuba.

La CMHT se encadenaba con emisoras nacionales y poseía concursos para buscar nuevos valores musicales; gracias a dichos proyectos alcanzaron popularidad el trompetista Julio Cueva y el pianista Horacio Iznaga. Esos espacios eran auspiciados por establecimientos comerciales de la localidad y la fábrica de cigarro existente allí.

La primera ubicación de la CMHT en Trinidad fue en la entonces calle Capdevila, No. 41; luego se trasladó hacia un salón del Palacio Brunet hasta su cierre, debido a la situación económica deplorable existente en esos momentos.

Bracero<sup>8</sup> (2008) precisa que en 1941 dejó de escucharse esta emisora para resurgir el 11 de julio de 1945 en la ciudad de Sancti Spíritus, gracias al empeño de los hermanos Santana Padrón, quienes la compraron y adquirieron el permiso de traslado para la cuarta villa cubana.

---

<sup>7</sup> En 1939, Cuba poseía una alta técnica de radiodifusión, con una extensa reserva de talento artístico y profesionales especializados. Ya en los años 40, la radio se desarrolla enormemente. Varios factores contribuyen a dicho progreso, como son la publicidad y la competencia. Tres emisoras marcan pautas en la radiodifusión cubana: la *Mil Diez*, la *RHC-Cadena Azul* y *Circuito CMQ*. Durante esta década, el modelo de radio comercial de Estados Unidos se copia prácticamente en Cuba. “Es en esta etapa cuando la radio deja de ser un medio de comunicación de la cultura para convertirse en un medio publicitario netamente” (González J., 2006: 55).

<sup>8</sup> Josefa Bracero fue locutora, periodista, guionista, directora de programas y vicepresidenta del Instituto Cubano de Radio y Televisión de 1985 a 2004. Entre sus principales títulos figuran: *Rostros que se escuchan* (2002), *Silencio... se habla* (2007) y *Mujeres locutoras en Cuba* (2011).

El Ministerio de Comunicaciones autorizó ese día el funcionamiento comercial de la radioemisora *CMHT* en la calle Máximo Gómez, No. 149. Su programación general era de lunes a domingo y abarcó espacios musicales de todos los géneros: especializados de música campesina, mexicana, argentina y española; de matiz religioso y de corte cívico. Se hacían ya programas en exteriores que permitieron el contacto directo con el público; en uno de estos, Antonio Fernández (Ñico Saquito) estrenó su guaracha “Silverio, Facundo y la Luna”. En la *CMHT* cantaron importantes trovadores del patio entre quienes sobresalió Rafael Gómez Mayea (Teofilito), autor de “Pensamiento”, verdadero himno de los espirituanos (Nápoles y Monteagudo, 2004).

A partir de 1949 el trasmisor de la *CMHT* elevó su potencia a 1 000 Watts y, en consecuencia, aumentó el alcance sonoro de la estación que llegó a gran parte del territorio cubano. Ya con el nombre de *Radio Nacional*, la *CMHT* tuvo la posibilidad de conquistar mayores audiencias; para alcanzar este objetivo convocó diversos concursos que incrementaron la sintonía de la planta radial entre los oyentes potenciales. Estudios realizados ese año por la Asociación de Anunciantes de Cuba ubicaron a esa estación en el primer lugar entre las estaciones de la región y en el tercer puesto en relación con las cadenas nacionales *CMQ* y *Unión Radio*.

El 10 de marzo de 1952, debido al Golpe de Estado propinado por Fulgencio Batista, la radio se ve obligada a transformar sus contenidos para mantener la comunicación con la audiencia. Una vez suspendidas las garantías constitucionales, se prohibió la transmisión de programas políticos. Este período se caracterizó por la irregularidad en las transmisiones y por la eliminación de los espacios relacionados con la crítica política y social.

Como todos los centros radiales del país, la *CMHT*, *Radio Nacional*, estuvo sujeta a las decisiones y desmanes de la dictadura batistiana. Los esbirros velaban y chequeaban las transmisiones, ordenaban emitir documentos y hacían inspecciones personales en los estudios.

No obstante, una parte del personal de la estación, incluidos sus propietarios, no se sustrajo de la lucha revolucionaria, evidente en la compra de bonos del Movimiento 26 de Julio y en la construcción de un transmisor, llevado luego para el lomerío del Escambray y empleado por el Comandante Ernesto Guevara, jefe del Frente de Las

Villas, para difundir las señales de *Radio Rebelde* a su llegada a estas tierras en octubre de 1958 al mando de la Columna 8 Ciro Redondo.

Al triunfar la Revolución el Primero de Enero de 1959, la emisora *CMHT, Radio Nacional*<sup>9</sup>, se incorporó a la *Cadena de la Libertad*, que se mantuvo al aire hasta el 6 de enero de 1959 reportando los sucesos del naciente proceso liderado por el Comandante en Jefe Fidel Castro, entre estos la entrada de la Caravana de la Libertad, bajo sus órdenes, a la ciudad de Sancti Spíritus el 5 de enero.

Por esos días, los espacios se dedicaron a promover música con matiz patriótico, y divulgaron llamamientos revolucionarios y mensajes que destacaban la importancia de Sancti Spíritus como territorio libre de Cuba.

En 1960 la *CMHT, Radio Nacional*, fue comprada por el Ministerio de Comunicaciones, y algunos de sus propietarios continuaron como trabajadores de la radio en Sancti Spíritus y en Santa Clara. En 1962, una vez creado el Instituto Cubano de Radio y Televisión, la *CMHT, Radio Nacional*, adoptó el nombre de *Radio Sancti Spíritus*, como radioemisora local de Las Villas (Bracero, 2008).

Con la división político-administrativa del país en 1976, que condujo al surgimiento de la provincia de Sancti Spíritus, la estación adquirió carácter provincial. Sus transmisores de onda media cubrieron más tarde todo el territorio espirituano y parte de Ciego de Ávila y de Cienfuegos.

En el contexto de las transformaciones operadas en la radiodifusión en la década de los años 80 del pasado siglo, y durante el ejercicio defensivo Protesta de Jarao-84, el 8 de noviembre la emisora extendió su programación hasta las 24 horas. Desde 1987 comenzó a transmitir por la frecuencia modulada para la ciudad de Sancti Spíritus, gracias al montaje de un pequeño transmisor de 10 W, que más tarde se amplió a 20 W y a partir de 1999 a 300 W.

El 29 de abril de 1990, la *CMHT, Radio Sancti Spíritus*<sup>10</sup>, se trasladó para el llamado Palacio de la Radio en Cuba, denominado así por la amplitud y las condiciones materiales de la edificación, ejecutada en medio de un vasto programa constructivo

---

<sup>9</sup> El 31 de julio de 1954, los estudios de la *CMHT* fueron trasladados para la calle Luz Caballero, No. 5, edificio que era sede de la Cámara de Comercio, recién construido en la ciudad de Sancti Spíritus.

<sup>10</sup> En sus inicios, la emisora *CMHT*, actualmente *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, radicó en la calle Máximo Gómez, luego en Luz y Caballero y en Cervantes, No. 1 Altos. Desde 1990 se encuentra en Circunvalación s/n, Olivos I.

promovido por las máximas direcciones del Partido y del Gobierno en la provincia en los últimos años de ese decenio.

Un movimiento renovador, conocido como *La nueva imagen*, se fomentó en la emisora espirituana en 1998, traducido en el aprovechamiento de las potencialidades profesionales del colectivo laboral y de la infraestructura constructiva y tecnológica. Como resultado fue rediseñada la programación, que comprendió la fundación del cuerpo dramático de la planta radial y, por ende, la salida al aire de espacios dramatizados concebidos y grabados por primera vez en la estación espirituana.

Como evidencia del alcance del movimiento de la Nueva Imagen, durante el período 1999-2006 *Radio Sancti Spíritus* se ubicó entre los tres primeros lugares en el Festival Nacional de la Radio: cuatro veces obtuvo el puesto cimero; en dos ocasiones, el segundo escaño y en igual número de ocasiones, en el tercero. A partir de estos resultados y del desempeño integral, la Central de Trabajadores de Cuba le otorgó al centro la bandera Aniversario 60 de esa organización.

En 2001, cuando la *CMHT, Radio Sancti Spíritus*, cambió su identificativo por el de *CMGL*<sup>11</sup>, se incorporaron tecnologías de avanzada en diferentes áreas, se revolucionaron casi todos los mecanismos de elaboración y de transmisión de programas<sup>12</sup>, además de recurrirse a sistemas multipropósitos de comunicación como el e-mail y el acceso a Internet.

Actualmente, todas las computadoras de los estudios de grabación, edición y transmisión tienen instalado el programa *Mar4win*, uno de los más avanzados sistemas de automatización, gestión y emisión para la radiodifusión profesional. La mencionada estación fue una de las primeras radioemisoras del país en digitalizar su proceso de producción de espacios (Bracero, 2008).

Tal como reza su eslogan: “Radio Sancti Spíritus, contemporánea en su tradición”, la *CMGL*, desde una práctica radiofónica con sello propio cercana al cotidiano vivir de los

---

<sup>11</sup> Los transmisores de *Radio Sancti Spíritus* por Amplitud Modulada (AM) se encuentran ubicados en Sancti Spíritus, Yaguajay, y Trinidad. Su señal cubre toda la provincia, parte del mar Caribe —hasta donde llegan los límites de las aguas territoriales cubanas— y áreas de las provincias de Ciego de Ávila y Villa Clara y el sur de Cienfuegos. Desde el 19 de abril de 2002 trasmite 24 horas por la frecuencia de 1 200, 1 210 y 1 190 KH en AM y por los 97.3, 102.9, 106.3 y 90.7 MHz en FM.

<sup>12</sup> El proceso de digitalización de las transmisiones radiales en Cuba comenzó a finales de la década de los 90 del siglo pasado. Obedeció a un estudio prolongado en el cual se analizaron distintos *softwares* para determinar los más pertinentes. En el 2000 se realizó una inversión especial; se adquirieron equipos para la producción y transmisión en emisoras nacionales y provinciales. Actualmente, muy pocos procesos de producción se realizan en soporte analógico. Véase: Brínguez, L. (2009). “Radio cubana: para oírte mejor”. Extraído el 12 de septiembre de 2012 desde <http://www.envivo.icrt.cu/tecnologia/199-radio-cubana-para-oirte-mejor>



espirituanos y a las tradiciones que lo distinguen en el panorama cultural cubano, busca satisfacer las necesidades informativas, educativas, culturales y de entretenimiento de los receptores, teniendo base su programación diaria de 24 horas, portadora de valores políticos, ideológicos, sociales, éticos y estéticos. La entidad, además, supervisa y garantiza el desarrollo de una radio competitiva y garante de la cultura e identidad nacional.

La estructura organizativa de la emisora se encuentra en función de los objetivos del ICRT. Supeditados a la dirección y a la subdirección general se hallan el Grupo de Investigaciones y de la Calidad, el de la Técnica e Informática y tres departamentos: Programación, Informativo y Economía y administración (ver Anexo 14).

El sistema informativo de la Radio en la provincia está conformado por 54 periodistas, 12 redactores asistentes de prensa y 1 fotorreportero. Un Jefe de Departamento Informativo y dos jefas de grupo conducen el trabajo reporteril. Este último departamento dispone de 28 profesionales; casi la mitad de los reporteros son jóvenes incorporados al medio en los últimos cinco años. Del total del personal periodístico, cuya edad promedio es de 40 años, 14 son licenciados en Periodismo y 14, en carreras afines; de estos últimos, 12 son habilitados en cursos de reorientación hacia el Periodismo.

Debido a las carencias profesionales motivadas por esta razón, que ha mediado la calidad del ejercicio periodístico en los años más recientes, la dirección de la Emisora Provincial y la presidencia de la Unión de Periodistas de Cuba en el territorio han entronizado acciones de superación para minimizar este fenómeno, que repercute en el desempeño reporteril. Para frenar esta situación, las últimas incorporaciones al medio son egresados de la especialidad de Periodismo.

En cuanto a condiciones técnicas del área informativa, el Estudio 1 de grabaciones de la Emisora ofrece posibilidades para recepcionar la información que llega desde cualquier sitio de la geografía espirituana y del país por vía telefónica o línea directa. También se dispone de otro estudio (Ediciones 2) para el montaje de los materiales periodísticos en sus diferentes formatos.

Con 175 trabajadores en total, *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, pone a disposición de los oyentes un total de 65 programas en el transcurso de la semana, cinco de estos cumplen función divulgativa, siete de orientación, nueve cultural, 35 espacios son de



corte recreativo y nueve responden a fines informativos, que representan el 13,8 % de la programación general de la emisora (ver Anexo 15).

De lunes a viernes se transmiten los espacios informativos *Un paso más* (6:30 a.m.-6:58 a.m), la revista informativa y de facilitación social *Como lo Oyes* (8:30 a.m.-10:13 a.m), el noticiero deportivo *Tiro libre* (12:00 m.-12:26 p.m.) y el noticiero estelar *Al Día* (5:30 p.m.-5:58 p.m.).

Con función informativa salen al aire cada sábado *Debate Público* (11:00 a.m.-12:58 p.m.) y *Todas las Voces* (3:30 p.m.-3:57 p.m.), y los domingos *Enlace* (7:30 a.m.-8:28 a.m.) *Voces Cruzadas* (1:00 p.m.-1:28 p.m.) y *Memoria Semanal* (5:30 p.m.-5:56 p.m.).

En opinión de Lillypsi Bello Cancio, directora de *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, la programación informativa se ha perfeccionado gradualmente y prioriza en estos momentos la cobertura a la implementación de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución cubana, aprobados en el VI Congreso del Partido (Bello, 2013, entrevista).

La también directora del sistema de la Radio en la provincia aseguró que ese tratamiento periodístico demanda de profesionales competentes y de un riguroso control para que los oyentes encuentren en este medio de comunicación masiva una vía idónea que les permita estar informados acerca de la evolución del proceso de actualización del modelo económico y social cubano.

Como cadena provincial *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, está conformada por seis emisoras de carácter municipal, inauguradas en el período de 1998 al 2008 progresivamente en el siguiente orden: *Radio Vitral* (Sancti Spíritus), *Radio Trinidad*, *La Voz de Yaguajay*, *La Voz de Cabaiguán*, *Radio Jatibonico* y *Radio Fomento*. Dichas estaciones y las corresponsalías existentes en Taguasco y La Sierpe tributan diariamente materiales periodísticos para los programas informativos de la emisora provincial, incluido el noticiero *Al Día*.

### **Emisoras locales en la historia de la radiodifusión espirituana.**

*CMGC, Radio Vitral*, la emisora del municipio de Sancti Spíritus, nació el 18 de mayo de 1998, por la frecuencia 1570 KHz de A.M. y los 98.9 MHz. Inicialmente ocupó uno de los estudios de grabaciones de la emisora *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, y el 4 de junio de 2003 pasó al local de la calle Cervantes, No. 2 (altos), en la capital provincial. Dotada de moderna tecnología para la producción y transmisión digital, comenzó a transmitir

desde Independencia, No. 10, el 7 de octubre de 2012 con su eslogan de siempre: “Somos la emisora de la ciudad”.

A lo largo de sus más de quince años de existencia, la emisora ha mantenido su identidad, reforzada por una sonorización que recrea lo más representativo del pentagrama musical espirituario, y afianzada, además, por el destaque de los símbolos arquitectónicos de la cuarta villa fundada en Cuba por el Adelantado Diego Velázquez: el puente sobre el río Yayabo, la iglesia Parroquial Mayor y el teatro Principal.

En Trinidad, tercera villa fundada por los colonizadores españoles en Cuba, se fundó en 1930 la planta conocida por las siglas *CMHT*, a la cual se hizo referencia anteriormente. Desde su cierre en 1941, la añoranza de los trinitarios continuó viva y unió voces a favor del rescate de esta señal.

Después del triunfo revolucionario, la ubicación geográfica de Trinidad, al sur y con 62 kilómetros de costas al Mar Caribe, posibilitó la fácil sintonía de emisoras nacionales y extranjeras, entre estas *La Cubanísima*, *Radio Camilo Cienfuegos* y *Radio Martí*, las cuales transmiten, en español y en Amplitud Modulada, mensajes subversivos dirigidos, entre otros propósitos, a desestabilizar la Revolución cubana. Ello trajo consigo la idea de crear una emisora local que pudiera contrarrestar esas campañas difamatorias y, a la par, elevar los niveles de informativos y culturales de la población.

*Radio Trinidad* nació el 28 de diciembre de 1998 a sabiendas de la vasta riqueza sociohistórica de esa urbe, cuyo centro histórico ostenta la categoría de Monumento Nacional y la condición de Patrimonio Cultural de la Humanidad, junto al Valle de los Ingenios.

La *Voz de Yaguajay*<sup>13</sup>, enclavada en una zona que marca el paso del Comandante Camilo Cienfuegos por el centro de la Isla, se inauguró el 16 de julio del año 2000. Desde mediados del año 2009, la emisora transmite su señal por los 91.3 MHz en FM y 1 550 KHz en AM, con alcance, incluso, fuera del municipio.

La historia de la Radio en Cabaiguán empezó en 1937, cuando los hermanos Ovidio y Reemberto Suárez dan los primeros pasos para establecer una emisora local. Como proyecto más consolidado, el primero de marzo de 1947 quedó montada la primera

---

<sup>13</sup> Véase: *La Voz de Yaguajay*. Ecured. Disponible en: [http://www.ecured.cu/index.php/La\\_Voz\\_de\\_Yaguajay](http://www.ecured.cu/index.php/La_Voz_de_Yaguajay)

planta radiodifusora en ese territorio; nombrada *CMHP, La Voz de Cabaiguán*<sup>14</sup> que pasó a ser en 1950 *Radio Tiempo* y luego

### **Radio Cubanacán.**

No fue hasta el 5 de septiembre de 2004 en que sale al aire otra emisora en el referido poblado, esta vez identificada con la emblemática canción “Un canto a Cabaiguán”, de Arturo Alonso. *La Voz de Cabaiguán* nació para ser fiel a las tradiciones canarias, a las parrandas de Guayos, en suma, a las raíces culturales e históricas de la zona.

Inaugurada en 1957 e identificada con la pieza musical “Bella cubana”, de José White, la *CMJJ, Radio Jatibonico*, poseía un lema todo símbolo: “Un río las separa y el sonido de la radio las une”; aludía al río Jatibonico, límite en aquel entonces entre las provincias de Las Villas y Camagüey.

La emisora, que cerró el 25 de junio de 1964, también como consecuencia de la reorganización de la radiodifusión en Cuba. Cuarenta y tres años después de este hecho, salió al aire la *CMGH, Radio Jatibonico*, una de las emisoras más jóvenes de Cuba.

La *CMHX*, que perteneció a Eugenio Pérez Mena, surgió en 1952 en Fomento. Durante la última etapa de la lucha insurreccional en Cuba, esta radioemisora se empleó como vehículo de información por el Ejército Rebelde; la citada estación fue desactivada en 1962 como parte de la reorganización de la radiodifusión en aquel momento en el país (Bracero, 2008).

Con este antecedente, la *CMGF, Radio Fomento*, quedó inaugurada en el 2008, con la presencia de Aleida Guevara March, hija del Guerrillero Heroico. Desde esa fecha, la emisora transmite durante cuatro horas por las ondas de la frecuencia 90.5 FM. La periodista fundadora María de los Ángeles Romero (citada en Hernández, 2012) asegura que los programas informativos: los noticieros, la revista informativa y el espacio de debate, les dan prioridad a las temáticas locales, sin dejar de dar cobertura a lo más relevante del acontecer nacional e internacional.

Tanto el equipo de periodistas de *Radio Fomento*, como los restantes de las otras emisoras municipales: *Radio Vitral, La Voz de Cabaiguán, La Voz de Yaguajay, Radio Jatibonico* y *Radio Trinidad*, envían diariamente trabajos periodísticos al noticiero *Al Día*

---

<sup>14</sup> Véase: *La Voz de Cabaiguán*. Ecured. Disponible en: [http://www.ecured.cu/index.php/La\\_Voz\\_de\\_Cabaigu%C3%A1n\\_Yaguajay](http://www.ecured.cu/index.php/La_Voz_de_Cabaigu%C3%A1n_Yaguajay)

para difundir a la audiencia provincial lo más relevante acontecido en sus respectivos territorios.

## **2.2. Noticiero *Al Día*: surgimiento y actualidad.**

El primer espacio informativo regular que salió al aire en una emisora espirituana surgió en 1932 en la *CMHB* en el horario de 12:00 m. a 12:30 p.m. Se conformaba con las noticias emitidas por la emisora cubana *Radio Salas*<sup>15</sup>, que, a su vez, reproducía las informaciones publicadas por el periódico *El Mundo*. Para nutrir el espacio se compraban los diarios nacionales y *El Fénix*, de circulación local, de donde se recortaban las noticias de interés general y las relacionadas con la región espirituana. En tiempos de campañas políticas se intercalaban comentarios por los personeros de los candidatos que estaban vinculados con la planta.

Con la entrada de un grupo de jóvenes a la emisora *CMHB* en 1939 se pusieron en desarrollo nuevas ideas que transformaron radicalmente la programación, la cual se extendió desde las 7:00 a.m. hasta las 11:00 p.m. Entre los nuevos integrantes del colectivo se encontraban: Pedro Andrés Nápoles, Arsenio Madrigal, Reinaldo Gallo, José Santamaría, Carlos Pino, Hortensia Ruiz, Armando Abreu y Argelio García (Chaflán).

A mediados de la década de los años 40 de la centuria anterior, al desaparecer la *CMHB* e instalarse en la ciudad de Sancti Spíritus la *CMHT* (cfr. 2.1.2.) se creó un noticiero basado únicamente en la lectura de las publicaciones diarias; surgió, además, el periódico del aire *Criterios*, que contó con el respaldo de un cuerpo de periodistas y corresponsales que se encargaban de gestionar los materiales.

Este espacio no respondió a ningún interés político directamente y en sus emisiones incluyó secciones de crónica social, noticias policiales, accidentes de tránsito, informaciones de carácter general y un comentario diario. El programa contaba con dos emisiones de 30 minutos de duración cada una: la primera salía al aire a las 12:00 m. y la segunda a las 6:00 p.m. (Concepción y Ramos, 1989).

Posteriormente, y tras la línea iniciada por *Radio Reloj*, el primero de julio de 1947 la *CMHT*, *Radio Nacional*, creó el noticiero *Al Minuto*, que se transmitía de 7:00 a.m. a 9:00 a.m. y de 12:30 p.m. a 3:00 p.m., concebido con la inserción de noticias y comerciales.

---

<sup>15</sup> Surgió en la década de 1920; es considerada una de las emisoras más antiguas de Cuba y la primera que dedicó espacios a las transmisiones deportivas. Poseía variedad de programas musicales en vivo.

Sus fuentes informativas eran los noticieros radiales de la época captados en la ciudad espiritana, los periódicos nacionales y locales y los reportes de los corresponsales de las diferentes localidades.

Además de estos espacios, la *CMHT* contaba con un noticiero deportivo exclusivo que se transmitía de 7:00 p.m. a 7:15 p.m., que dejó de salir al aire después del Primero de Enero de 1959 (Concepción y Ramos, **op. cit.**).

Luego de la creación del ICRT en 1962 y de que la *CMHT*, *Radio Nacional*, empezara a denominarse *CMHT*, *Radio Sancti Spíritus*, surgió un noticiero que adoptó el nombre de la emisora. “Se concebía con informaciones de Sancti Spíritus tributadas por corresponsales voluntarios y las que se tomaban del periódico *Vanguardia*, en esos momentos con una tirada para toda la provincia de Las Villas. Aunque lejos de la academia y de los criterios de noticiabilidad, se hacía una selección de noticias con seriedad y bien pensada” (Valdés, 2013, entrevista).

Con la llegada a la emisora de las grabadoras domésticas TERLA, de fabricación checoslovaca, se comenzaron a grabar los noticieros nacionales de *Radio Liberación* y *Radio Progreso*. La posibilidad de contar con más informaciones hizo que el noticiero, que se transmitía de 12:00 m. a 12:15 p.m., se ampliara hasta las 12:30 p.m.

Pedro Andrés Nápoles —maestro de los redactores del espacio—, Ernesto Montero, Arsenio Madrigal, Tomás Álvarez de los Ríos, Pedro Pérez Madrigal y Raúl García conformaban el equipo de trabajo del noticiero en aquel entonces.

“Los primeros intentos de reportajes aparecieron con Arsenio Madrigal, quien utilizó muy hábilmente las entrevistas realizadas en los campos de caña con la primera grabadora portátil que llegó a la emisora. Eran momentos en que las zafras azucareras tenían un peso fundamental en la economía del país, y tener el testimonio vivo de quienes protagonizaban esas hazañas era de mucho valor para el noticiero” (Valdés, 2013, entrevista).

Después de instaurada la nueva División Político-Administrativa en el año 1976, que trajo consigo el nacimiento de la provincia de Sancti Spíritus, *CMHT*, *Radio Sancti Spíritus*, se convirtió en cadena provincial y su espacio informativo principal, con dos emisiones de 15 minutos cada una, recibió el calificativo de Noticiero Provincial de Radio.

Sobre la génesis del nombre del programa, Mario Martínez Ulloa, subdirector de Información en aquellos años, indica: “Del colectivo del espacio surgió la idea del nombre *Al Día* con el objetivo de acentuar el sentido de la inmediatez tanto en los contenidos de la emisión, como en la apreciación de los oyentes” (Martínez, 2013, entrevista).

Para responder a la representatividad de los ocho municipios espirituanos en los espacios informativos de la emisora, aspecto seguido muy de cerca por el ICRT en aquel momento, la estación provincial fortaleció el Movimiento de Corresponsales Voluntarios, entre quienes sobresalieron Antonio Amengual, Pedro Pérez Madrigal y Luis Portal.

Ante la reducida presencia de periodistas titulados en la *CMHT, Radio Sancti Spíritus*, se promovieron acciones de superación no solo dirigidas a los corresponsales, sino a quienes se desempeñaban como periodistas en la planta, lo cual permitió elevar gradualmente la calidad del ejercicio periodístico, vital en un territorio que enfrentaba diversos desafíos sociales y económicos como naciente provincia.

A mediados de la década de los 80 del pasado siglo, *Al Día* contaba con dos emisiones —una desde las 12:00 m. hasta las 12:10 p.m. y otra desde las 6:00 p.m. hasta las 6:20 p.m.—; la redacción de su guión era asumida, indistintamente, por Ernesto Montero Mursulí y María Josefa Salas.

Para ese entonces el equipo de reporteros estaba integrado por Adalys Pérez Suárez, Edelio Luis Monteagudo, Leonel Galdós Hernández y Orestes Ramos Lorenzo; también se contaba con las tributaciones de Luis Sánchez Castro, Yolanda Brito Águila y Pedro Andrés Nápoles. Los periodistas Rafael Daniel Castellanos, José Camellón Álvarez y Raúl García, Álvarez, corresponsales de medios nacionales en la provincia, colaboraban de manera sistemática con el noticiero.

Además de las creaciones periodísticas tributadas por todos ellos, el espacio también se nutría del servicio de noticias de la Agencia de Información Nacional, de Prensa Latina —materiales grabados— y de los reportes del Movimiento de Corresponsales Voluntarios de la provincia. Ernesto Valdés y Ramón San Pedro se desempeñaban como los locutores titulares, y como sustitutos fungían Teresita García, Alfonso Abreu Gutiérrez y Luis Orlando Torres Camacho.

Ambas emisiones de *AL Día* eran grabadas; pero a mediados de la década del 80, por resolución del ICRT se estableció que las transmisiones se desarrollaran en vivo para lograr mayor inmediatez en la información. Ello facilitó que cualquier noticia de último minuto se pudiera insertar; el noticiero ganó credibilidad y audiencia; lo que se corroboró en los sondeos de opinión realizados.

El equipo de redactores y reporteros permanecía atento a cuanto aconteciese; a través de un televisor, localizado en la cabina de transmisión de la planta radial, se brindaba seguimiento al arribo de cualquier Presidente de Estado al país; o a u otro suceso significativo que en ese instante viviera Cuba. “Vivíamos para la radio, para el oyente, que es muy exigente, que desea saber lo último acontecido” (Martínez, 2013, entrevista).

A finales de la década del 80, con la llegada a *Radio Sancti Spíritus* de una nueva hornada de profesionales del Periodismo —Juan A. Borrego, Maricela Torres Falcón, Humberto Concepción Toledo y Elsa Ramos Ramírez—, la programación informativa experimentó cambios importantes. Se decidió compactar en un solo espacio dos noticieros que con frecuencia diaria salían al aire en horarios relativamente cercanos, y se fortaleció la revista informativa de la emisora.

A partir de entonces, *Al Día* contó con 30 minutos de duración y se diversificó la presencia de géneros periodísticos. El espacio, que perfeccionó la utilización de promociones, mejoró su diseño sonoro y ganó en el orden dramático al recurrirse a los diferentes tipos de yuxtaposición con miras a intencionar más el mensaje informativo.

“Era necesario transformar la estructura del espacio; el tiempo era muy limitado y no posibilitaba ofrecerle la debida prioridad a los temas provinciales y municipales por encima del acontecer nacional e internacional. A partir de ese momento se realizó una selección más rigurosa de los titulares; se tuvo más en cuenta el balance geográfico entre los titulares municipales, provinciales, nacionales e internacionales. Con anterioridad se observaba un abuso de la entrevista; se prestó más atención al comentario, al reportaje y a la crónica” (Ramos, 2013, entrevista).

Durante la década de los 90, el equipo de reporteros se fortaleció gradualmente con la inserción de egresados de Periodismo, procedentes de la Universidad de La Habana y



la de Oriente: Oscar Alfonso Sosa, Alain Jiménez, Osliani Figueiras, Rogelio Rodríguez Rabí y Yoleisy Pérez Molinet.

La Subdirección Informativa de *Radio Sancti Spíritus*, encabezada por Elsa Ramos Ramírez, promovió la existencia de una línea temática central en la mayor parte de las emisiones del noticiero, sustentada en la elaboración de varios materiales periodísticos acerca de un mismo tópico; pero visto desde diversas aristas. Por regla, dichas coberturas trataban asuntos polémicos, que muchas veces coincidían con inquietudes de los oyentes.

La existencia de una estrategia de trabajo que permitía una mejor planificación de los temas, la investigación de un mayor número de problemáticas de interés social y la realización artística de los materiales periodísticos, posibilitó que el noticiero se convirtiera en referente nacional y obtuviera varios premios en el Festival Nacional de la Radio en el período de 1994 a 1996.

Como parte de la renovación impulsada por la dirección provincial de la Radio en el contexto del movimiento denominado La nueva imagen, el 14 de marzo de 1999 salió al aire la versión actual de *Al Día*. A la hora de presentar el proyecto de esta, se valoraron, entre otras cuestiones, las experiencias del noticiero anterior en lo referido a la estructura del guión, la organización editorial de la Subdirección Informativa de la emisora y a los resúmenes de los controles efectuados por el área de Información y Propaganda del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), que dejaba recomendaciones, luego de sus periódicas visitas a Sancti Spíritus.

A Enrique Ojito Linares, periodista con un reconocido aval en la dirección de espacios informativos en la provincia de Santiago de Cuba, se le encarga la presentación de este proyecto. “Yo laboraba en ese momento como jefe de Redacción en el periódico *Escambray*; Carlos Rafael Diéguez, en ese tiempo director de *Radio Sancti Spíritus*, que conocía mis experiencias al frente de espacios informativos, me solicita el diseño de un nuevo noticiero. Me dio la opción de ponerle otro nombre, pero opté en dejar el mismo porque existía un trabajo anterior, un precedente que no podíamos borrar de golpe y porrazo” (Ojito, 2013, entrevista).

Este realizador recuerda que intentó volcar en el proyecto cada lección aprendida en la dirección los noticieros *Estudio Libre*, de *Radio Baraguá*, de Palma Soriano, Santiago de



Cuba, y de *Acción*, de *Radio 8SF*, de Mayarí Arriba, también de esa provincia. Sin embargo, los referentes no eran solo estos: “Yo era y sigue siendo un oyente habitual del *Noticiero Nacional de Radio*<sup>16</sup> y de *Haciendo Radio*, de *Radio Rebelde*. No pocos directores de programas informativos de Cuba bebimos de las enseñanzas de esos espacios, de su forma de ‘vivir’ la noticia; aunque, como es lógico, hayan tenido sus mejores y peores etapas” (Ojito, 2013, entrevista).

El diseño de *Al Día*, que se transmite de 5:30 p.m. a 6:00 p.m., está estructurado en dos tiempos, divididos por un resumen intermedio a las 5:45 p.m. con lo más importante radiado hasta ese momento. Cada emisión apela al empleo de las llamadas torres de aviso o adelantos informativos con el interés de suscitar expectativas en los oyentes, teniendo como premisa una adecuada selección de los materiales a promover.

El proyecto incluyó la creación de las secciones “Desde mi agenda” —destinada al ejercicio del Periodismo de opinión—. “La Historia Al Día”, “Prisma cultural”, “Deportes Al Día” y “El tiempo hoy”, diseminadas a lo largo de cada emisión.

En cuanto al contenido, igualmente, la dirección del espacio siguió muy de cerca la pauta de codificación de la calidad de los programas informativos —elaborada por Josefa Pérez Yanes y Luis Pérez Delgado, en ese tiempo especialistas de Información de la Radio cubana—, que entre sus indicadores relaciona el balance de géneros periodísticos, de ámbito geográfico, de temas y de protagonismo (por sexo y por ocupación) y el empleo de la yuxtaposición dialéctica, cuya aplicación le concede coherencia dramática al guión y, por tanto, a la emisión, en general.

La puesta en el aire de la nueva concepción del noticiero comprendió la renovación total de la sonorización de este, que contó con el apoyo de la profesora, cantante y compositora Lourdes Caro, quien recreó piezas clásicas del repertorio musical espirituario como “Pensamiento”, de Rafael Gómez Mayea (Teofilito) y “Si tú pasas por mi casa”, de Gerardo Echemendía (Serapio), las cuales les imprimen identidad al espacio desde el punto de vista sonoro.

Ernesto Montero fue el primer redactor del noticiero, que contó con un conductor (Ernesto Valdés Barceló) y dos locutores (Teresita García Ruiz y Julio Antonio Pérez), encargados de asumir la lectura de las notas informativas particularmente. Osmany García se responsabilizó con las grabaciones de los trabajos de los reporteros, y Deisy

---

<sup>16</sup> Surgido el 6 de enero de 1992, se transmite de 1:00 p.m. a 1:30 p.m., de lunes a sábado, por *Radio Rebelde*.

Varela Marín con la realización de sonido, incluidas la edición y el montaje de los géneros periodísticos y la transmisión del programa.

El desarrollo diario del llamado trabajo de mesa, paso medular antes de la salida al aire del noticiero, se estableció como norma. “No hicimos nada nuevo, sino implantar lo que estaba aprobado por el ICRT. Aquellos trabajos de mesa eran verdaderos talleres de creación; cada quien aportaba ideas, sugería, y al final ganaba la calidad del programa” (Ojito, 2013, entrevista).

Hasta el 2008 *Al Día* se mantuvo entre los espacios informativos de mayor prestigio en la radiodifusión cubana. Los resultados alcanzados en el Festival Nacional de la Radio lo atestiguan: primer premio en el 2000 y 2001, el Gran Premio en el 2002 y 2005, así como premio en la categoría de programas informativos en el 2007 en el Concurso Nacional de Periodismo 26 de Julio, auspiciado por la Unión de Periodistas de Cuba; a esa lista se añaden otros premios y menciones en concursos periodísticos provinciales y a nivel de país.

Una vez que Enrique Ojito cesó sus funciones al frente del noticiero en 2008, la periodista Tamara de la Fuente Mesa lo sustituyó en ese rol, responsabilidad que desempeña hasta hoy. Además de Osmany García y Deisy Varela, el colectivo lo integran, asimismo, Jorge Misael Rodríguez y Katia Ferreiro en la redacción del guión; Julio Antonio Pérez, en la conducción, y Yamilet Valdés y Julio César Broche, en la lectura de las notas informativas.

Sobre este grupo de creadores, más los reporteros y los directivos del Departamento de Información, recae la misión de contribuir a satisfacer las necesidades noticiosas de los oyentes a partir de la cobertura de los acontecimientos acaecidos en el territorio espirituario, sin desconocer lo más significativo ocurrido en el resto del país y el mundo.

### **Conclusiones parciales.**

La actual emisora *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, es resultado de un largo proceso de evolución histórica de la radiodifusión en la provincia, cuyos antecedentes en esta parte de Cuba se remontan a las transmisiones fundacionales en Tuinucú del estadounidense Frank H. Jones.

Con el interés de fortalecer el sistema radial en el territorio, desde 1998 hasta el 2008 surgieron seis estaciones municipales: *Radio Vitral* (Sancti Spíritus), *Radio Trinidad*, *La Voz de Yaguajay*, *La Voz de Cabaiguán*, *Radio Jatibonico* y *Radio Fomento*, las cuales

disponen de equipos de periodistas responsabilizados también con el envío de materiales reporteriles a los espacios informativos de la emisora provincial, entre estos el noticiero *Al Día*.

Transmitido de lunes a sábado, este programa esta concebido con el propósito de ofrecerle a la audiencia lo más significativo del acontecer provincial, nacional y extranjero, a partir de la aplicación de los criterios de noticiabilidad y del aprovechamiento al máximo de los recursos humanos y técnicos existentes.

### **CAPÍTULO 3. HUMANIZACIÓN DEL DISCURSO PERIODÍSTICO RADIOFÓNICO. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS EN EL NOTICIERO AL *DÍA***

Un abordaje acerca de la influencia de la cultura profesional en la humanización del discurso periodístico radiofónico implicó examinar mediante el análisis del discurso, la entrevista, la observación participante y la revisión documental la forma específica del uso del lenguaje y su interacción social en la construcción de la noticia, las motivaciones, valores y profesionalidad, evidentes en contextos estructurales y organizativos y de rutinas productivas, aspectos que centran la mirada de este capítulo.

#### **3.1. Humanización del discurso periodístico radiofónico.**

##### **3.1.1. Manifestación de la amplitud, la diversidad y la sensibilidad humana de la mirada informativa en el noticiero *Al Día*.**

¿A quién se enfoca en las noticias? , ¿En qué escenarios?, ¿Qué fuentes son visibles? y ¿Qué temas son tratados? Estas cuatro preguntas básicas constituyeron indicadores estudiados a través del análisis del discurso aplicado a las 28 emisiones del noticiero *Al Día*, de *Radio Sancti Spíritus*, seleccionadas y, en particular, a 422 géneros periodísticos.

El método, que presupone un análisis de la forma y el significado global del texto y de los recursos radiales, se asumió teniendo en cuenta, también, algunos componentes del test ADSH ya declarado, cuyo objetivo es evaluar la amplitud, la diversidad y la sensibilidad humana de la mirada informativa en los materiales periodísticos.

En esta primera parte de la investigación, se consideraron, igualmente, criterios recogidos en 10 entrevistas estructuradas aplicadas a periodistas y directivos, entre el 16 y 23 de noviembre de 2013.

##### **3.1.1.1. ¿A quién enfoca la noticia?**

Para dar respuesta a la interrogante ¿a quién enfoca la noticia?, realizada para determinar quiénes son los protagonistas humanos y no humanos, individuales y colectivos presentes en los titulares y en los géneros periodísticos, se buscaron palabras literales empleadas para identificar y describir a quién, o qué se enfoca y se considera protagonista de la información, como sujetos o como objetos de las acciones noticiables y que aparecen con nombres, sustantivos y adjetivos.

El análisis del discurso partió de considerar como protagonista humano individual a cualquier persona identificada con un nombre común o un nombre propio, con nombre y

apellidos, y como colectivos, a aquellos protagonistas definidos con palabras literales que se refieren a un grupo de personas. Asimismo, entendió como protagonistas no humanos a toda aquella organización, institución o entidad a la que se le atribuye la acción noticiable.

A partir del análisis de los 112 titulares publicados en el noticiero, los resultados mostraron que el 48.4% no tienen definido el protagonista, y existe una alta cifra de protagonistas humanos individuales (23.0%), debido a que resulta frecuente que las figuras políticas, por su prominencia, hagan titulares (ver Anexo 16, Tabla 1).

En cuanto a los protagonistas no humanos (18.7%), llamó la atención la presencia de titulares generados por el cumplimiento de planes, celebraciones de reuniones, asambleas y actos conmemorativos; ninguno de los titulares estuvo referido a la hazaña o al trabajo relevante de un campesino, innovador o persona común. En el primero de los casos pueden citarse: “Cumple industria pesquera espirituana compromisos productivos”, “Sobresale Unidad Agropecuaria del Ministerio del Interior a nivel de país” y “Asamblea Provincial IX Congreso de la Federación de Mujeres Cubanas se pronuncia por mejorar funcionamiento de la organización”.

Estos son los primeros indicios de la deshumanización del discurso vinculados al predominio de coberturas periodísticas de esta naturaleza, las cuales son solicitadas por el Sistema Político y otros componentes del Sistema Social.

Todo indica, además, que la rutina marcó el proceso de selección y elaboración de los titulares por el redactor del guión y la dirección del noticiero como su máxima autoridad. El estudio corroboró que en determinadas ocasiones, pudo potenciarse la presencia de los protagonistas humanos en los titulares. Por ejemplo, en la emisión del 17/10/2013 se publicó: “Presentan nuevo libro sobre el patrimonio trinitario”; el titular pudo redactarse así: “Escritor trinitario presenta nuevo libro sobre el patrimonio de la tercera villa”.

Cada titular demanda de la presencia obligatoria de un sistema de signos y significados, y responde a una serie de reglas y normativas lingüísticas. Atendiendo a la clasificación de los titulares en verbales y nominales, se confirmó una excesiva utilización de los primeros, lo cual pudiera entenderse por la relevancia de la forma verbal en darle sentido de actualidad a la información. No obstante, la autora encontró que la recurrencia excesiva a dicha tipología, que implica numerar cuatro o cinco titulares a seguidas, le imprimió monotonía al discurso periodístico.

Por ello, debiera recurrirse más a los nominales en busca de insuflarle variedad a su utilización. Apenas un ejemplo ilustrativo: en la emisión del 06/11/2013 se insertó el titular verbal: “Celebrarán a partir de hoy Festival de Música Arturo Alonso en Cabaiguán”; se pudo apelar a la tipología nominal y concebirse del modo siguiente: “Desde hoy, Festival de Música Arturo Alonso en Cabaiguán”.

Al combinar estos resultados del análisis del discurso con la entrevista, la dirección del noticiero *Al Día*, atribuyó estas carencias a la ortodoxia en la selección de los titulares y a la escasa creatividad e intencionalidad a la hora redactarlos (De la Fuente, 2013, entrevista).

La pregunta ¿a quién enfoca la noticia? también generó una evaluación de la presencia de los protagonistas humanos y no humanos en los géneros periodísticos, los cuales computaron un 15.6% y 84.4%, en ese orden (ver Anexo 16, Tabla 2). Los protagonistas no humanos superaron de manera notable a los humanos colectivos e individuales. Tales evidencias demostraron que las personas que están detrás de las cifras, los logros productivos y de otros resultados en la vida socioeconómica no se hicieron lo suficientemente visibles.

Por otra parte, el análisis de los nombres propios y sustantivos presentes en los textos de los géneros periodísticos reveló que hay mayor presencia de hombres (61.3%) que de mujeres (38.7%), hecho demostrativo del enfoque androcéntrico que aún persiste en los contenidos del noticiero *Al Día* y una subvaloración de los aportes de la mujer a la vida social y económica en la provincia.

Al examinar el conjunto de significados y de referencias contextuales de la realidad que se manifestó en cada uno de los materiales estudiados y de las referencias explícitas al trabajo, profesión o rol social de los protagonistas, se obtuvieron los siguientes resultados: directivos (35.5%), trabajadores (6.5%), deportistas (25.8%), campesinos (16.1%), artistas e intelectuales (12.9%), estudiantes (3.2%); es cuestionable que la representación de directivos y directivas relacionados con la administración y la política prevalezca por encima de los roles y ocupaciones que desempeña el resto de los ciudadanos. Ello confirmó la tendencia al ejercicio de un Periodismo con escasa diversidad de protagonistas y de espacios para las personas y sus historias de vida, consideración que los periodistas y directivos entrevistados comparten.

“La recurrencia en demasía a las notas oficiales, no deja margen a esas otras noticias que exigen la participación directa del reportero en el lugar de los hechos, donde están los protagonistas, las personas que hacen posible, por ejemplo, el cumplimiento de un plan” (Ramos, 2013, entrevista).

“Nuestra agenda editorial ha dejado de ser creativa, diversa, se construye a veces sin parecerse a la realidad de los espirituanos, al día a día de la gente, eso implica que se ponga en tela de juicio la credibilidad del periodismo que hacemos” (Gómez, 2013, entrevista).

### **3.1.1.2. ¿En qué escenarios?**

Otro ángulo que evaluó la mirada informativa hacia los protagonistas fue el origen geográfico determinado en los textos por las referencias explícitas e implícitas a los escenarios donde acontecieron los hechos noticiosos. En el presente estudio, los resultados inclinaron la balanza a favor de los protagonistas que residen en la zona urbana (77.8%), fundamentalmente de la ciudad capital; solo el 22.2% se ubicó en la zona rural (ver Anexo 16, Tabla 3). En una provincia eminentemente agropecuaria y con más de 20 000 habitantes en la zona del Plan Turquino, resulta discutible la escasa presencia en las noticias de protagonistas de esa área.

En lo referido a espacios físicos donde se localizó el hecho noticioso, predominaron las sedes de instituciones y organismos donde se desarrollaron asambleas, plenarias y encuentros, seguidas, en menor medida, de las cooperativas agropecuarias y otras entidades agrícolas.

A tenor de estos resultados, la diversidad de escenarios resulta limitada debido a la prevalencia de los lugares que focalizan la información hacia un ambiente de burocratismo, que pudiera atenuarse con la visualización de espacios naturales y otros ciudadanos con los cuales los oyentes se sientan reconocidos.

La totalidad de los periodistas y directivos del Departamento Informativo entrevistados coincidió en que esa falta de diversidad de escenarios se debe a la solicitud frecuente de coberturas por parte de los reguladores externos (PCC, Gobierno, organismos...), y a los problemas con la infraestructura técnica (transporte).

### **3.1.1.3. ¿Qué fuentes son visibles?**

A través del análisis del discurso fueron valoradas las fuentes que visibilizan a los protagonistas. Los resultados arrojaron que existió una marcada tendencia al empleo de

las institucionales (94.0%), pertenecientes a organizaciones políticas y de masas, sector agropecuario y órganos del Poder Popular (ver Anexo 16, Tabla 4).

Se pudo constatar, además, que el uso de estas fuentes es directamente proporcional a las informaciones que clasifican como noticiables por los criterios de autoridad que le imprimen la jerarquía de los informantes. Contradictoriamente, las no institucionales solo se utilizaron en un 6.0% de los géneros estudiados; la autora valora su bajo empleo como una subestimación de estas fuentes, aportadoras de credibilidad al discurso periodístico gracias a la fuerza del testimonio y a la cercanía con el hecho. Como significativo se tornó la no referencia en 19 materiales (4.5%) de las fuentes empleadas, lo cual le restó verosimilitud al mensaje periodístico.

Por otra parte, el análisis de la utilización de los despachos de las agencias reveló que los más utilizados son los de Prensa Latina (56) y la Agencia de Información Nacional (42), también se emplean textos aparecidos en los sitios *webs* de la provincia y otros nacionales e internacionales. En este punto cabría significar la tendencia de los periodistas a acudir a los sitios digitales para elaborar algunos de sus materiales; ello limitó el uso de las fuentes directas.

#### **3.1.1.4. ¿Qué temas son tratados?**

En el estudio de los temas tratados, el análisis ponderó la representación de la realidad, defendida por Martín Serrano<sup>1</sup> (2004), quien sugiere no desestimar la ubicación de los sujetos en su contexto. En esta línea de pensamiento, se impone ahondar en la agenda temática del noticiero *Al Día* y en el enfoque del discurso periodístico en cuanto a la tendencia de su contenido: apologético, crítico e hipercrítico.

La revisión de los principales temas abordados en este espacio informativo reveló un desplazamiento hacia los económicos (42.4%; le continuaron los sociales (37.3%), los políticos (12,2%) y otros (8.1%) (ver Anexo 16, Tabla 5).

En lo fundamental, los asuntos económicos se relacionaron con aportes de entidades agropecuarias, construcción de obras, resultados productivos de industrias como la alimentaria y pesquera. Los temas sociales estuvieron referidos a los sistemas de Educación y Salud Pública, a la Cultura y el Deporte. La temática política se evidenció

---

<sup>1</sup> Autor de la Teoría Social de la Comunicación, Manuel Martín Serrano es catedrático de la Universidad Complutense de Madrid y uno de los científicos y epistemólogos de la Comunicación cuyos trabajos han tenido mayor influencia en los estudios realizados en este campo de los años 70 del pasado siglo hasta hoy, principalmente en Europa y América Latina.



en la cobertura a actividades promovidas por el Partido Comunista de Cuba en la provincia, y acontecimientos relevantes de impacto nacional e internacional.

La tendencia del contenido del discurso periodístico radiofónico mostró una apelación casi permanente a la apología del mensaje, la cual se constató en el 95.7% de los materiales. Esa cifra se tradujo en un enfoque triunfalista, que pudo lacerar la credibilidad de lo radiado y derivar en una ruptura entre la agenda mediática del noticiero y la pública.

Esta tendencia apologética del discurso se demostró a partir del análisis específico de dos notas informativas, por ser este género el más representativo de *Al Día*. En estos textos se extrajeron los sustantivos, adjetivos, frases estereotipadas y verbos empleados para dar una connotación positiva del tema radiado. Una de las notas informativas —en este caso publicada el 08/11/2013— trató acerca del propósito de la Acuicultura en Sancti Spíritus de incrementar las capturas de pescado en las presas del territorio, y la otra —08/11/2013— se refirió al cumplimiento del plan técnico-económico por parte de la Empresa Municipal de Comercio y Gastronomía de La Sierpe.

El mensaje triunfalista en ambas notas se detectó a partir del empleo de los sustantivos: cumplimiento, laboriosidad y voluntad; de los adjetivos: incansables, satisfactorio y sistemático, y de los verbos: materializar, destacar y contribuir. Entre las frases estereotipadas se encontraron: “loables resultados”, “ingentes esfuerzos” y “cumplimiento de sus parámetros emulativos”.

En ninguno de los productos comunicativos analizados —422 en total— se apreció la tendencia de los contenidos al hipercriticismo; la crítica, que descansa en la presencia de una visión equilibrada entre los elementos positivos y negativos en el tratamiento del hecho noticiable, apenas se manifestó en el 4.3% de los materiales. Este número resulta insuficiente dada la complejidad de fenómenos y problemas existentes en la sociedad cubana actual, que demanda de una mirada más profunda desde los medios de comunicación.

La tendencia crítica del discurso periodístico emergió en el comentario publicado 22/10/2013, relacionado con el desvío de la producción de leche hacia el mercado negro. Para lograr una connotación negativa del tema, la periodista utilizó los sustantivos: robo, carencia y descontrol; de los adjetivos: subterráneo, ilegal e ineficiente, y de los verbos: incumplir, falsificar y desentenderse.

Al reflexionar acerca de las causas del predominio del discurso apologético, los periodistas concordaron en que los directivos del Departamento Informativo insisten más en completar el tiempo del espacio, que en la profundidad de los contenidos. Entre las razones expuestas se encuentra, además, el apego a un lenguaje complaciente y distanciado de la crítica y de la polémica.

Esta realidad, consustancial a otros medios en el país ha derivado en opinión del académico Luis Sexto “hacia un modelo de prensa en que predomina la tendencia propagandística. Suelen estos artículos, reportajes, entrevistas e informaciones exaltar lo bueno que se hace sin reparar en lo negativo que subyace en la acción institucional y en las actitudes institucionales. La propaganda suele estar deshumanizada, (...)” (Sexto, 2013, entrevista).

En suma, las respuestas a las preguntas: ¿a quién se enfoca en las noticias?, ¿en qué escenarios?, ¿qué fuentes son visibles? y ¿qué temas son tratados? permiten sostener que la mirada informativa no fue amplia en tanto persistió un enfoque restringido de los protagonistas humanos, debido a que en los titulares y en los géneros del noticiero se desvió la atención, como regla, hacia instituciones, organismos y datos abstractos, y en consecuencia se deshumanizó el discurso periodístico radiofónico.

La diversidad y sensibilidad humana de la mirada informativa no mostró pluralidad de voces pues usualmente no se abordaron, desde la perspectiva del protagonista humano, los temas, cuyo tratamiento descansó en un discurso con tendencia apologética y, por ende, poco problemático.

### **3.1.2. Manifestación de los criterios de noticiabilidad. Valor/noticia interés humano.**

La particular visión de la comunicóloga alemana Noelle-Neuman, citada en Dader (2004) de que el monolítico concepto de noticiabilidad de la mayoría de los periodistas les lleva a coincidir constantemente en su atención sobre los mismos asuntos o protagonistas, confirma la homogeneidad existente en los criterios de selección del hecho noticiable.

Con las entrevistas y el análisis del discurso, centrado aquí en el valor conceptual de los textos periodísticos, se logró determinar los valores/noticia presentes en los 28 programas analizados. En los materiales predominaron los valores/noticia actualidad, inmediatez y oportunidad (98.6%), la proximidad o cercanía (96.2%) y el interés

colectivo (93.4%). La prominencia de los protagonistas (7.4%) y el impacto (2.4%) se manifestaron en menor medida; mientras que la originalidad y novedad computó 1.2% y el interés humano —hacia el cual se enfoca esta investigación— registró 2.1% (ver Anexo 17).

Explotar el lado humano de los acontecimientos implica reflejar aquellos hechos protagonizados por personas comunes, revelar su personalidad con aspectos anecdóticos y significativos que despierten interés. En la radio, ello presupone, además, apelar al testimonio vivo de los protagonistas de las noticias y al empleo de los recursos sonoros y no sonoros. Contradictoriamente, la mayor de las veces estas exigencias son soslayadas.

Un ejemplo ilustrativo es la nota informativa sobre los aportes de los innovadores espirituanos a la sustitución de importaciones radiada el 15/11/2013, en la que hablan sólo las cifras; el rostro humano de innovadores con contribuciones millonarias a la economía nacional por concepto de ahorro estuvo ausente.

Similar insuficiencia se detectó en la nota informativa emitida el 26/10/2013 relacionada con la producción de 18 millones de alevines por parte de la empresa PESCAPIR, de Sancti Spíritus. Además de no aparecer la fuente informativa consultada, que pudo brindarle credibilidad al mensaje, en el cuerpo de la nota se relacionaron seis cifras, entre estas una reveladora: las 1 800 toneladas de pescado que debe aportar finalmente el mencionado volumen de producción, número que no se traduce en más presencia de este alimento en la mesa de los espirituanos.

En los productos comunicativos analizados se advirtió, además, que la densidad propia de los temas económicos condiciona al periodista, quien no siempre mostró mayores intenciones creativas para buscar al protagonista existente detrás de las cifras.

Los anteriores ejemplos contrastan con el reportaje radiado el 17/10/2013 sobre Juana María Blanco, presidenta de una cooperativa de producción agropecuaria rentable por más de 30 años. La historia de vida de esta mujer se manejó con presupuestos formales convincentes, sugestivos, en los que primó la fuerza testimonial; el reportero recurrió, igualmente, a la música y los efectos sonoros para describir el ambiente, lo que permitió la presencia imaginaria del público en el escenario de trabajo de la protagonista.

Los criterios recogidos por medio de las entrevistas realizadas concordaron en que el valor/noticia interés humano apenas se manifestó, entre otras causas, por la dinámica

que impone el medio radial, el mandato de la inmediatez y la concepción errada de lo que es prominente y novedoso. “Se vive mucho la urgencia, el ahora, la necesidad de tributar para cubrir el tiempo de un espacio” (Gómez, 2013, entrevista).

A todas luces, los entrevistados le otorgaron la mayor atención a la inmediatez; de ahí que este se establezca como uno de los valores/noticia más representativo en los productos comunicativos estudiados, obvio si se consideran las características de la radio como medio. Sin embargo, la inmediatez no debe implicar superficialidad. En los acontecimientos, el aquí y el ahora no puede hacer que prevalezca la nota breve, desprovista de contexto y carente de protagonistas.

La manifestación de determinado valores/noticia no debe excluir a otros; ocurre, por ejemplo, con la prominencia de los protagonistas, asociada a la connotación que le brinda al hecho la presencia de personas con jerarquía política, estatal, en la cultura y otras esferas. Este criterio de noticiabilidad no debe estar reñido con el valor/noticia interés humano; cada uno debe considerarse en su justa dimensión a la hora de definir qué material se publica y cuál no.

La construcción de las noticias de interés humano, en opinión del Premio Nacional de Periodismo José Martí, Luis Sexto (ver Anexo 18), debía ir acompañada de la búsqueda de la novedad, en tanto, el Periodismo, para trascender exige hallar esos resortes que hagan interesante a un enunciado periodístico y encontrar, además, el detalle que evidencie el valor humano (Sexto, 2013, entrevista).

En síntesis, los resultados de la muestra estudiada evidenciaron que el valor/noticia interés humano apareció escasamente. La mirada entonces debe girar hacia la forma de mostrar la realidad en la que se combine lo inmediato, lo cercano, lo prominente, lo novedoso con los elementos humanos, a partir de un aprovechamiento adecuado de los recursos radiales.

### **3.1.3. Discurso periodístico radiofónico. Utilización de los recursos: voz, música, efectos y silencio para humanizar la noticia.**

La voz tiene carácter individual y emocional. Algunos estudiosos consideran que es el canal afectivo de sentimientos porque es transmisora de vivencias y emociones internas de la persona. El conocimiento y puesta en práctica de las cualidades de esta (tono, timbre, intensidad y duración) enriquece el entendimiento del discurso y proporciona el empleo correcto de los matices. Esta concepción teórica no puede perderse de vista en

la lectura de los textos periodísticos en los que la palabra radiofónica puede humanizarse.

En los materiales estudiados predominaron las voces de tono grave, generalmente masculinas (61.0%). Investigaciones realizadas por Bravo (1989) y Rodero (2008) demuestran que este tipo de voz resulta la más acorde con las noticias, más cómoda de escuchar, más inteligible, clara y transparente; a lo anterior se añade que es más comunicativa, segura, cercana y directa<sup>2</sup>.

La prevalencia de tonos graves en locutores y periodistas en el noticiero *Al Día* favoreció la credibilidad y la cercanía de los mensajes. El referido tono evita el agotamiento, un rasgo vinculado a la exposición auditiva dilatada de las voces agudas (Badía, 2010), encontradas también en los materiales estudiados, pero en menor grado (39.0%).

Sin embargo, se pudieron constatar irregularidades en la colocación de la voz en el tono central en la lectura de determinadas notas informativas por los periodistas; así lo evidencian las relacionadas con el comportamiento del proceso de rendición de cuenta del delegado a los lectores en la provincia —publicada el 09/10/2013—, y con la siembra de cultivos varios en Taguasco, salida al aire el 13/11/2013.

El timbre posibilita diferenciar una voz de otra. En relación con esta cualidad, el agradable, brillante y rotundo se corroboró en los locutores (dos voces masculinas y una femenina) de *Al Día*; estos rasgos no se manifestaron en todos los periodistas que tributan para el noticiero.

Al examinar otra cualidad física de la voz, la intensidad, el análisis del discurso corroboró el predominio de la alta, dato relevante, si se tiene en cuenta que esta le aporta fuerza al mensaje. En el noticiero se detectaron algunas voces de baja intensidad, irregularidad presente, en lo esencial, en jóvenes recién egresados de la especialidad de Periodismo, a quienes les falta entrenamiento en la lectura de los textos por razones entendibles; considérese que una voz de baja intensidad transmite debilidad. Un noticiero debe distinguirse por la presencia de voces fuertes, que transmitan seguridad.

---

<sup>2</sup> En la pesquisa realizada por la catedrática española Emma Rodero Antón, la mayoría de los sujetos encuestados prefirió escuchar la voz de tono grave, sobre todo la masculina. Véase: Rodero, E. (2008). "El tono de la voz masculina y femenina en los informativos radiofónicos". Extraído 20-2-2013 desde: <http://www.recensio.ubi.pt>

En cuanto a la duración, en el noticiero se empleó una velocidad media del habla —entre 125 y 190-200 palabras por minuto—; este resultado coincide con los obtenidos por Badía (2010) y Rodero (2008), quienes sostienen que esa velocidad ayuda a reforzar el valor persuasivo del mensaje, opinión acuñada, también, por la autora.

Sin embargo, el estudio demostró que en el caso de los periodistas las cualidades de la voz no son explotadas óptimamente en función de la humanización del discurso periodístico. En la crónica publicada el 28/10/2013 dedicada al aniversario 54 de la desaparición física de Camilo Cienfuegos y el reportaje que tuvo como protagonista a una mujer cafetalera (08/11/2013) se emplearon un timbre apagado, una intensidad baja y un ritmo de lectura lento.

Al combinar estos resultados, detectados a través del análisis del discurso, con la revisión documental, se encontró un alto grado de correspondencia. El monitoreo sobre la calidad de la locución de los periodistas del noticiero *Al Día* desarrollado por Yamilé Valdés, profesora de Locución y miembro de la Comisión Evaluadora Nacional de esta especialidad, reveló, entre otras deficiencias, problemas con la colocación de la voz en el tono central y con la modulación de esta —sin alterar la línea tonal se deben ofrecer matices en los signos de puntuación—.

A dichas carencias se agregan: la insuficiente transmisión de emociones mediante la palabra y la falta de mayor dominio del tono, timbre, intensidad y duración, cualidades de la voz que ofrecen la posibilidad de modular correctamente y, por ende, ofrecer un texto con matices. Todas estas anomalías limitan la humanización del discurso radiofónico.

En la producción de imágenes auditivas, también la música es un componente de inestimable valor; de ahí su uso para comunicar emociones. El presente estudio analizó la utilización de este recurso sonoro en dos planos: a nivel micro, es decir, la música empleada en los géneros periodísticos, y a nivel macro, o sea, la aparecida en el resto del noticiero, dígase, presentación, intermedio y despedida del espacio y en los otros momentos del programa, sin incluir las creaciones reporteriles propiamente.

En los géneros periodísticos, se recurrió a la música solo en las cuatro crónicas y en los siete reportajes radiados en el período analizado; datos que revelan una subutilización de este recurso. En estos casos, se constató su empleo con función expresiva y descriptiva.

La evidencia de ello se encontró en la crónica sobre el medio milenio de la fundación de la ciudad de Sancti Spíritus, radiada el 18/10/2013; la inserción de música trovadoresca espirituana se torna expresiva, por cuanto, comenta el texto escrito y contribuye a suscitar un clima emocional alegre, festivo, en el oyente. Fragmentos instrumentales de *Pensamiento*, pieza antológica del pentagrama musical espirituano, crean un clima de identificación con la ciudad y ubican en la cuarta villa al radioescucha, quien imaginariamente recorre sus calles y casas coloniales; por tanto, la música adquiere función descriptiva.

A pesar de lo funcional que pudo haber sido la música en esta crónica, la reiteración de igual tema musical en otros materiales periodísticos, le restó prestancia y originalidad a la obra.

Cuando se desestima la importancia de las funciones gramatical y expresiva de la música, la fuerza testimonial y la hondura del texto escrito pierden intencionalidad. En el reportaje sobre los altos precios de los materiales de la construcción para la ejecución de viviendas por cuenta propia, publicado el 04/11/2013, se constató esa realidad.

En este producto comunicativo, la música utilizada —con matiz distendido— se distanció de la intencionalidad del discurso periodístico: reflexionar en torno a los elevados precios de venta de los materiales y al acaparamiento de estos por personas inescrupulosas. Al diseccionar el problema expuesto, que conllevó a pasar de un asunto a otro, el periodista desaprovechó la función gramatical, que posibilita separar las partes de un todo, a manera de signos de puntuación. El empleo de cortes musicales tensos le hubiera aportado expresividad al mensaje.

En el nivel macro del noticiero *Al Día*, se comprobó que la música en función expresiva es la más recurrente. La sonoridad de la presentación y la despedida del programa transmite vivacidad; el resumen intermedio de este espacio informativo —sale al aire a las 5:45 p.m. con una síntesis de los más trascendente radiado hasta esa hora— se inscribe también en esta función, acentuada por la cubanía aportada por los elementos de percusión del tema musical escogido.

Aunque en menor grado, también se apeló a la música en función descriptiva y gramatical. En el primero de los casos, se usó un fragmento de la canción “Cerca del mar y del monte”, interpretada por el dúo Escambray, para presentar una nota



informativa referida a las acciones constructivas emprendidas en Trinidad en la antesala del aniversario 500 de esa villa.

La música en función gramatical solió utilizarse para pasar de un bloque temático a otro dentro de la emisión del noticiero, y, de este modo, subrayar la yuxtaposición de los materiales. También, sirvió como punto de giro en el discurso radiofónico general del espacio.

En la muestra seleccionada, no se detectó la presencia de los efectos sonoros ni en los géneros periodísticos ni a nivel general del noticiero. Lamentablemente, se subvaloró el empleo de este recurso, cuyas funciones ambiental o descriptiva y expresiva permiten una visión fotográfica del hecho. Así lo ilustra el reportaje realizado a uno de los mejores productores de leche de Yaguajay, radiado el 15/10/2013, en el que se desaprovechó el ambiente natural que brindó el escenario de labor del vaquero.

De haberse imbricado coherentemente a los restantes recursos radiales —voz y música— en este reportaje, los efectos sonoros le hubieran insuflado carga semántica al discurso y contribuido a su mayor humanización.

En la muestra, el empleo del silencio fue prácticamente nulo al encontrarse en apenas un comentario, donde cumplió función reflexiva con miras a promover la meditación en el receptor acerca del tema abordado: los resultados de las verificaciones fiscales y de las auditorías en la provincia. Véase:

“Una bomba de tiempo, con el dedo en la espoleta, se mantiene agazapada en algunas entidades económicas de Sancti Spíritus. Todo se mantendrá así, en aparente calma, hasta que explote el artefacto, cuyo detonante suelen ser las verificaciones fiscales y las auditorías. ¿Se ha preguntado usted, por qué casi siempre ocurre de este modo?

[Silencio e inflexión de la voz]. En lo que va de año, la Fiscalía Provincial ha detectado siete presuntos hechos delictivos (...)” (*Al Día*, 04/11/2013).

El discurso radiofónico, representado por los sistemas expresivos de la voz como soporte material de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, adquiere significatividad y, por tanto, resulta más efectivo cuando se aprovechan estos componentes propios del medio.

Para constatar cómo periodistas y directivos se interesan en la humanización del discurso periodístico a partir de la utilización de los recursos sonoros y no sonoros, se



aplicó la observación participante en el Departamento Informativo y en el estudio de Ediciones.

La técnica —aplicada de modo permanente en el 2013 por la investigadora miembro del colectivo— arrojó que de los 10 periodistas observados, solo tres mostraron interés por humanizar el discurso a partir de estos recursos. Igualmente, se corroboró que solo dos demostraron poseer conocimientos plenos de las funciones de la música, habilidades percibidas durante el montaje de los géneros periodísticos.

#### **3.1.4. Géneros periodísticos radiofónicos utilizados.**

Como formas de representación de la realidad y al mismo tiempo modelos de enunciación y recepción, los géneros periodísticos radiofónicos devienen herramientas para el trabajo de los periodistas y un pacto de lectura con las audiencias.

En el presente estudio, según fue declarado en el capítulo 1, se utilizó la clasificación genérica propuesta por Cebrián M (1992), adaptada por la autora: El comentario y la crónica figuran entre los géneros expresivos y testimoniales; la nota informativa y el reportaje entre los referenciales o expositivos, y la entrevista, entre los apelativos o dialógicos (c.f.r.1.3.4).

A través del análisis del discurso, se determinó que las 28 emisiones del noticiero *Al Día* totalizaron 422 productos comunicativos, de estos, 381 fueron notas informativas (ver Anexo 19).

La primacía de este género obedeció al tipo de programa radial: un noticiero. El análisis de la muestra visibilizó el abuso en este género de la paráfrasis de las declaraciones de las fuentes, práctica lógica en el periodismo impreso; pero discutible en la prensa radial, por cuanto la palabra del protagonista de la noticia le aporta fiabilidad y verosimilitud al mensaje.

La entrevista figuró como el segundo género periodístico radiofónico más utilizado, al acumular 23 trabajos. La naturaleza misma del formato (diálogo basado en preguntas y respuestas) hace más expedito el camino hacia la humanización del discurso.

El comentario, dado a abordar temáticas sociales y económicas que afectan a la gran mayoría de la audiencia, y el reportaje, llamado el género de los géneros, se ubicaron a seguidas con siete trabajos cada uno. Con mayores posibilidades expresivas para humanizar el discurso —junto con el reportaje—, la crónica fue uno de los menos representados al sumar apenas cuatro trabajos; ello resulta paradójico si se considera

que su discurso básico descansa en la narración de carácter testimonial. En el período no se computó ningún editorial.

La crónica es un género sometido al mandato de la noticia, y este es el primer elemento que se desestima en la muestra estudiada. Tres de los temas tratados giran en torno a efemérides locales y nacionales; no parten siquiera de la experiencia personal de testigos del hecho, devienen mera cronología o exposición retrospectiva de acontecimientos históricos.

Solo una crónica —radiada el 07/11/2013— resultó justamente el rostro humano de la noticia. A través de una prosa bien cuidada, se describe y recrea la historia de vida del campesino espiritano Félix Rodríguez Hernández, Felito, un hombre común que es capaz de trascender por su ingeniosidad al crear un molino de viento casero o aerogenerador empleado hoy en 10 provincias cubanas.

En la muestra estudiada se corroboró el desaprovechamiento de las potencialidades estructurales, estilísticas y de los recursos del medio en la humanización del discurso en la concepción del reportaje, resultado que, igualmente, se vuelve contradictorio.

A pesar de predominar la temática social en los productos comunicativos examinados de este género, en estos faltó más presencia de la voz de los protagonistas, relegada por la de los directivos de entidades y organismos la mayoría de las ocasiones.

La posibilidad de transformar la noticia en una señal gráfica y visible en los reportajes se vio reducida por la escasa diversidad de formas elocutivas presentes y por el pobre diseño sonoro de estos, donde se encontró la tendencia a emplear una sola pieza musical en todo el trabajo, la cual se tornó recurrente en otras realizaciones de este tipo. Como ilustración de las anomalías expuestas, se puede mencionar el reportaje sobre la mala calidad del pan radiado el 09/10/2013; aunque se inició con un breve collage de opiniones de los consumidores afectados, luego se potenció en demasía los criterios en boca de los dirigentes administrativos, en quienes prevalecieron las justificaciones. En este caso se desaprovechó la posibilidad contrapuntear los juicios entre directivos y clientes, lo cual hubiera dotado de ritmo y credibilidad al reportaje, cuya musicalización también es cuestionable.

Como excepción en la muestra, se encontró el reportaje sobre los personajes populares de la ciudad de Sancti Spíritus. Las historias contadas por las personas que los conocieron y el empleo acertado de la narración y de la música en función expresiva y

descriptiva brindan al oyente el paisaje humano, natural y arquitectónico de la cuarta villa cubana.

¿Qué limita entonces que los periodistas del noticiero *Al Día* utilicen creativamente los códigos de cada género para despertar emociones en la audiencia y hablar a su imaginación? Las opiniones de los 10 periodistas entrevistados giraron en torno a dos aspectos esenciales:

- ◆ La comodidad y rutina de los reporteros y la falta de competencias profesionales de los directivos del Departamento Informativo que les impide valorar la calidad de la obra.
- ◆ El escaso tiempo disponible para el acto de creación periodística.

A través de la observación pudo advertirse, además, que los periodistas no expresaron un interés manifiesto por uno u otro género en función de jerarquizar la historia del protagonista. Sí pudo constatarse que los directivos orientaron la realización de determinados géneros a los reporteros; pero no siempre se subrayó la intencionalidad que estos debían tener.

La voluntad de renovación y de introducir un estilo periodístico personal con el propósito de humanizar el discurso implica poner énfasis en la creatividad, sobre todo aplicada a los géneros radiofónicos más convencionales y estereotipados, en los cuales pueden estar presentes, en menor o mayor grados, las formas elocutivas.

### **3.1.5. Empleo de las formas elocutivas.**

A la hora de comunicar algo y presentar una forma de ver los hechos o el mundo, el periodista no debe olvidar al receptor para el cual va dirigido el discurso (época en la que vive, creencias, valores sociales, etc.), propósito que se logra con el uso del lenguaje de diferentes maneras.

En la muestra estudiada, la utilización de las formas elocutivas: exposición, diálogo, descripción y narración, confirmó el desplazamiento hacia la primera de estas, apreciada en los 422 materiales periodísticos (ver Anexo 20).

Este resultado armoniza con una característica esencial de esta forma elocutiva: transmitir información, en este caso originada en el medio radial, que requiere de un lenguaje preciso y sencillo.

La claridad del mensaje, primera condición del estilo expositivo, se manifestó como tendencia en la muestra; aunque, en algunos casos, el empleo excesivo de subordinadas e incidentales limitó, en determinadas ocasiones, este rasgo

imprescindible del código periodístico radial. Un ejemplo de cómo puede quedarse atrapada la idea central en una subordinada es el siguiente:

“Por su amplia participación en la guerra emancipadora contra el régimen colonial español, el Capitán del Ejército Libertador de Cuba Néstor Leonelo Carbonel, quien se levantó en armas el 6 de febrero de 1869 y puso en pie de lucha a toda la región del Jíbaro, está considerado el patriota insignia del municipio de La Sierpe” (*Al Día*, 08/11/2013).

En las creaciones periodísticas radiales, la exuberancia de párrafos largos entorpece la fluidez de las ideas y el ritmo de lectura. La nota informativa sobre la conclusión del Festival Provincial de la Juventud y los Estudiantes en Sancti Spíritus es demostrativa:

“Paz, guerra e imperialismo; educación, ciencia, cultura, comunicación, tecnologías, empleo, economía y desarrollo, democracia y derechos humanos constituyen los principales ejes temáticos debatidos entre estudiantes de las enseñanzas media y universitaria de esta central provincia”.

La enumeración excesiva de elementos apreciada en el anterior párrafo hace denso el mensaje y conduce a un esfuerzo obligado en las pausas de lectura, debido a la sobreabundancia de comas.

Las incidentales, usadas para brindar explicaciones complementarias al margen del texto, obstaculizan, igualmente, la comprensión y desvían la atención del oyente. En la radio, estas resultan incómodas para el periodista o el locutor y menos claras para el receptor. Nótese:

“Con la celebración el viernes de la Asamblea Provincial IX Congreso de la Federación de Mujeres Cubanas, realizada en el contexto de la actualización del modelo económico y social cubano y del enfrentamiento a las indisciplinas sociales en el barrio y las comunidades, culminó en Sancti Spíritus (...)” (*Al Día*, 10/11/2013).

Mediante el análisis del discurso se pudo advertir, también, la presentación de cifras de manera indiscriminada que ocupan el espacio de otros elementos más reveladores:

“El proceso de rendición de cuenta de los delegados a sus electores en Jatibonico se desarrolla según el cronograma previsto. Hasta la fecha se han efectuado alrededor de 160 asambleas —equivalentes al 56 por ciento de las planificadas— con una asistencia del 80 por ciento y se han efectuado alrededor de 760 planteamientos, los cuales deben ser resueltos con la colaboración de las comisiones de vecinos” (*Al Día*, 07/11/2013).

Sin dejar de reconocer que en determinados momentos las cifras pueden ser valiosas, otras necesitan traducirse en elementos informativos de verdadero interés para el ciudadano común.

En la exposición, el estilo claro, la brillantez y originalidad no deben conducir a la extravagancia y a la retórica. En el ejemplo siguiente estos son elementos que dañan el estilo expositivo y tornan oscura la idea, no tolerable en el mensaje radial por su fugacidad:

“Palpar la aspereza de aquel muro, entonces gris, fue el primer medidor consciente de mi estatura, el primer indicio de apertura ciudadana, la oportunidad de inhalar las impurezas de la modernidad. Y fue puente discordante hacia la evolución de la vida, imponerte a la fastuosidad de 100 puertas y llegar a la mayor redención del alma y a esa religiosidad que coincide con el espíritu” (*Al Día*, 25/10/2013).

Otra de las formas de exposición, las declaraciones, se utiliza con frecuencia en la muestra analizada. El abuso de referencias de las fuentes informativas en voz del propio periodista menoscaba la presencia del testimonio de los entrevistados en las notas informativas y la variedad de voces en las emisiones.

La radio se ha vuelto diálogo, y en este medio conversar es un arte, premisa que el Periodismo no puede obviar. La naturalidad y la significatividad son dos componentes insoslayables de esta forma elocutiva empleada en 28 oportunidades en la muestra analizada —en las 23 entrevistas y en cuatro reportajes—.

La entrevista es uno de los géneros periodísticos que más acude al diálogo en estilo directo, variante en la cual se centra la investigación por cuanto permite evaluar las habilidades del periodista en su intercambio frente a frente con su interlocutor.

En tal sentido, en los productos comunicativos prevaleció la naturalidad; no obstante, fue visible la falta de dominio del arte de preguntar en cinco de los 21 periodistas —10 de *CMGL*, *Radio Sancti Spíritus*, y 11 de las emisoras municipales y de las corresponsalías— que tributaron materiales para el noticiero *Al Día* en la etapa analizada.

La insuficiente preparación del reportero, la formulación de interrogantes que implican respuestas con monosílabos y sin un orden lógico y la realización de preguntas manidas constituyen evidencias de fisuras en el manejo del diálogo frente a los entrevistados.

“¿Se siente satisfecho con la cosecha lograda?”, “¿cómo se sintió al haber obtenido este premio?”, “¿qué representa para usted este galardón?”, “¿si volviera a nacer qué le gustaría ser?”. Preguntas como estas revelan las deudas profesionales con el manejo del diálogo.

A ello se añade la omisión de una regla elemental de la entrevista: no deben realizarse dos o más preguntas seguidas. Por ejemplo: “¿Cuáles son los principales programas y entidades que se van a auditar en esta comprobación nacional al control interno?, ¿quiénes ejecutarán esas acciones de supervisión?” (*Al Día*, 25/10/2013).

La naturalidad y el dominio en el arte de preguntar quedó evidente en la entrevista concertada por la periodista Ana Martha Panadés con Manuel Lagunilla Martínez, Historiador de la ciudad de Trinidad, en el contexto de las acciones previas a la celebración del aniversario 500 de la villa.

Gracias a una acuciosa preparación, la reportera condujo el intercambio con fluidez y logró adentrarse en la personalidad de este hombre, quien recorrió con naturalidad diversos pasajes de su vida. El diálogo se distinguió por ser natural y significativo, y demostró cómo esta forma elocutiva puede contribuir a la humanización del discurso periodístico.

La descripción comprende la representación de cosas, seres y paisajes, cualidades y circunstancias; se describe con emoción para llegar al sentimiento de las personas. Esta forma elocutiva apenas se utilizó en 25 productos comunicativos: 15 entrevistas, seis reportajes y cuatro crónicas.

En la radio, la descripción topográfica permite describir ambientes y locaciones donde se mueven los protagonistas con el apoyo de los recursos sonoros, como la música. Esta tipología no se manifestó con profusión en la muestra; pero sí encontró un ejemplo que merece destacarse por su sencillez:

“Cuco Pasamontes asciende los 103 escalones de madera preciosa, muy vieja y gastada, hasta llegar a los más de 20 metros de altura, donde guarda celoso la ‘música’ de la Iglesia Parroquial Mayor. La brisa no cesa en el campanario. Ante los ojos de Cuco se tiende un paisaje sin impar: tejados rojizos, edificios antiquísimos y el río Yayabo que abraza la ciudad” (*Al Día*, 07/11/2013).

La prosopografía, el tipo de descripción más utilizada en la muestra, acentúa las cualidades físicas de la persona. A la mano, el reportaje sobre un obrero, que con 80 años de vida, aún se mantiene activo en una entidad espirituana:

“En el Matadero de Reses Víctor Ibarra, de Sancti Spiritus, resalta la figura morena de Issac Pérez. Sus manos largas, llenas de caminos, les han servido para encender y apagar las calderas durante décadas” (*Al Día*, 21/10/2013).

Como otro tipo de descripción, la etopeya no siempre se empleó con acierto:

“Desde las primeras horas de esta mañana un teléfono en Guayos no ha dejado de sonar, y es que no pocos se motivaron por el cumpleaños 90 de Crucelia Hernández, quien ha dado en su vida muestras de voluntad, entrega, sacrificio y ejemplaridad de carácter” (*Al Día*, 16/10/2013).

Aunque en menor grado, los periodistas recurrieron al retrato, que presupone la descripción de los aspectos físicos y morales de los protagonistas. En el caso siguiente, la intención del reportero no rebasó de ser un propósito:

“El campesino taguasquense Omar Baliño no le tiene miedo al surco; para él no hay nada más importante que cumplir sus planes de producción. Por eso, desde el amanecer le corre el sudor por la frente, que tiene muchos pliegues; sus manos laboriosas (...)” (*Al Día*, 31/11/2013).

Por todo ello, el estudio sugiere que el empleo limitado de la descripción y sus diferentes tipologías, limitó la humanización del discurso periodístico.

La narración, la forma elocutiva menos empleada en la muestra —en dos reportajes y en tres crónicas—, constituye el gran desafío del Periodismo moderno, pues la narración es cada día más rígida, menos fresca.

La sensibilidad, ciertamente, no está solo en lo que se cuenta, sino en cómo se hace, es decir, la estrategia narrativa delineada por el periodista, que incluye, entre otros elementos, argumento, selección y caracterización del protagonista, ritmo, espacio y tiempo. Algunos de estos rasgos se manifiestan en el reportaje radiado el 04/11/2013.

“Los golpes secos hacen llegar la tachuela hasta el mismo corazón de la madera. Unas manos torneadas por el trabajo guían el ir y venir del martillo, ajustan con maestría la tela de seda, dan el acabo. Allí, entre sierras que vibran y se tragan listones interminables encuentras a Nélide Portieles, la carpintera más antigua de la única Fábrica de Ataúdes de la provincia”.

El Periodismo nació para contar historias. Publicar una noticia y contar una historia no son sentencias ajenas. Sumada a esa perspectiva de análisis, la autora considera que existe, cuando menos, una subestimación del empleo de la narración en los productos comunicativos elaborados por los periodistas de *CMGL*, *Radio Sancti Spíritus*, y de las emisoras municipales. Esa realidad invisibiliza a los protagonistas de los hechos muchas veces.

Al combinar los resultados del empleo de las formas elocutivas, en general, con las entrevistas a los periodistas, hubo tendencia entre los reporteros en que: el discurso periodístico radiofónico está enquistado en las concepciones de estilo de antaño, se necesita ir más a los escenarios de los hechos para describir y narrar desde la percepción real y no imaginaria, y en la falta de profundidad en los análisis de la calidad en el Departamento Informativo. Ello está vinculado directamente con las dinámicas productivas y la cultura profesional de esa área dentro de *CMGL*, *Radio Sancti Spíritus*.

### **3.2. Cultura profesional.**

Para el estudio de la influencia de la cultura profesional de los reporteros y directivos del Departamento Informativo de esta emisora en la humanización del discurso periodístico radiofónico fue necesario combinar las técnicas de observación, la revisión documental y la entrevista.

La observación, que permite la incursión personal del investigador en la trama de la vida cotidiana de los actores, tuvo un diseño previo de trabajo de campo para considerar la estructura organizativa del Departamento Informativo y sus rutinas productivas. Las reuniones de trabajo, en este caso, sirvieron para conocer cómo se planifican los temas para determinadas emisiones del noticiero y la relación de los directivos con el resto del personal periodístico.

#### **3.2.1. Estructura organizativa.**

Con miras a analizar la incidencia de la estructura organizativa, como dimensión de la cultura profesional, a la hora de humanizar el discurso, se combinaron las técnicas de la entrevista y la revisión documental. Para el análisis, la autora se detuvo en cinco indicadores: estructura del órgano de prensa y del noticiero *Al Día*, la planificación y la organización editorial, los espacios de socialización en el Departamento Informativo, los recursos tecnológicos y no tecnológicos y la motivación material y humana.



### **3.2.1.1. Del órgano de prensa y del noticiero.**

La *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, posee una estructura jerárquica y vertical para materializar sus objetivos como medio de comunicación. En orden descendente, aparecen la dirección de la emisora y la subdirección general, a la cual se subordinan el Grupo de Investigaciones y de Calidad y el de la Técnica e Informática y los Departamentos de Programación, Informativo y de Economía y Planificación. De modo particular, el Departamento Informativo posee tres grupos bajo su control: el de Internet, el de Redacción y el de Reporteros y Deportes.

La estructura organizativa del noticiero *Al Día* está conformada por una directora \_\_la periodista Tamara de la Fuente Mesa\_\_ y dos guionistas: Jorge Misael Rodríguez y Katia Ferreiro, quienes asumen, también, la labor del asistente de redacción, a partir del reciente proceso de reorganización editorial.

### **3.2.1.2. Planificación y organización editorial.**

A través de la observación y la revisión documental (planes temáticos del Departamento e individuales de los reporteros correspondientes al 2013) se corroboró que en *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, no se planificó y organizó editorialmente el quehacer periodístico de manera estable durante todo el año, hecho relacionado con la ausencia en los tres primeros meses de 2013 de la jefatura del Grupo de Reporteros y de Deportes.

La elaboración de los planes individuales de los reporteros tiene como fuente principal las coberturas solicitadas por el Buró Ejecutivo del Comité Provincial del Partido Comunista de Cuba y los intereses informativos de los distintos organismos e instituciones del territorio dados a conocer en la reunión que cada lunes sostiene el Departamento Ideológico con directores de los medios, las corresponsalías acreditadas en la provincia y representantes de los organismos e instituciones invitados a ese contacto.

A estos planes se incorporan temas que surgen de la iniciativa de los directivos del Departamento Informativo y de los propios periodistas, las solicitudes formuladas por empresas, organizaciones políticas y de masas, los oyentes y las indicaciones de la dirección del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT). A partir de todo ello y del Plan temático mensual de la emisora, la dirección del Departamento Informativo confecciona el plan de trabajo del reportero.

Sobre cómo se materializan estas proyecciones editoriales en el proceso de construcción de la noticia en *Al Día*, los periodistas emitieron diversas opiniones:

“Los directivos del departamento tienen más en cuenta las afectaciones del organismo superior a la hora de conformar la agenda” (Torres, 2013, entrevista).

“Es débil la conciliación de coberturas del día entre los jefes del departamento y la dirección del noticiero” (De la Fuente, 2013, entrevista).

“Existe un intento por planificar los temas de interés humano, pero aún no es una manera de asumir el enfoque de los trabajos” (Pérez, 2013, entrevista).

Por su parte, los directivos del Departamento Informativo concordaron en otros aspectos, evadidos por los reporteros: existe resquebrajamiento de la disciplina en el cumplimiento de los planes individuales y no abundan propuestas desde los periodistas de investigaciones sobre temas controversiales de la realidad espirituana y de materiales en donde se manifieste el interés humano.

La conjugación de las entrevistas a los directivos con la revisión documental de los planes de trabajo individuales de los periodistas corroboró, por un lado, que estos no fueron elaborados en la primera mitad del año y, por otro, que durante los meses de octubre y noviembre se incluyeron algunas coberturas vinculadas con este valor/noticia. No obstante, por medio de la observación se confirmó que la planificación de estas no recibió un seguimiento sistemático.

En esencia, las debilidades presentes en el funcionamiento de la estructura organizativa del Departamento Informativo, que derivó en inestabilidad en la planificación y organizacional editorial, incidieron en la falta de humanización del discurso periodístico de *Al Día*.

### **3.2.1.3. Espacios de socialización.**

Dentro de las dinámicas profesionales de las entidades periodísticas, los espacios de socialización viabilizan los flujos productivos. A través de la combinación de las entrevistas y la observación, la autora constató que la comunicación de la jefatura del Grupo de Reporteros y Deportes con los periodistas aconteció de modo informal y no mediante un sistema de despacho, que posibilitara un control individual al desempeño de los reporteros.

Con inestabilidad en su convocatoria en los primeros meses del año, las reuniones del Departamento Informativo centraron su mirada en el cumplimiento de los planes de

trabajo y en problemas organizativos; en esos espacios no se orientó o se llamó la atención acerca de la necesidad de jerarquizar la historia del protagonista en la construcción de la noticia.

También mediante la observación, se apreció que en muy raras oportunidades entre periodistas se comenta sobre la humanización del discurso periodístico.

#### **3.2.1.4. Recursos tecnológicos y no tecnológicos.**

En la radio como en cualquier medio de prensa, un elemento que facilita o limita mantener una dinámica de trabajo estable es la disponibilidad de recursos tecnológicos y no tecnológicos. Por medio de la observación, pudo constatarse que las mayores tensiones hoy en el Departamento Informativo se deben a la existencia de un solo vehículo para la transportación. Ante dicha limitante, buena parte de la recogida del material informativo se efectúa por medios propios del periodista, situación que genera estados de opinión desfavorables. Se perciben, además, inconformidades de los reporteros por la falta de grabadoras, baterías recargables y papel.

Las carencias tecnológicas en el transporte tienen implicaciones en el proceso de producción de *Al Día* pues se dejan de realizar coberturas en sitios distantes; incluso, en determinadas ocasiones estas se desarrollan con los medios de transporte de las propias fuentes informativas, situación que media el tratamiento periodístico de los temas, según coincidieron reporteros y directivos.

La falta de grabadoras, recurso vital en el periodismo radiofónico, obstaculiza, igualmente, la humanización del discurso por cuanto limita la presencia de la voz de los protagonistas de los hechos en los materiales elaborados.

En cuanto a condiciones de trabajo, la Redacción informativa dispone de cinco computadoras, una impresora y servicios de Internet con una conexión considerada lenta; no obstante, ello permite acceder a la información proveniente de las agencias de noticias y a los sitios *webs*.

Con la inserción en los últimos cuatro años de una hornada de periodistas egresados de la Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, se ha atenuado la desprofesionalización del Departamento Informativo, cuya dirección —incluidos los responsables de los grupos mencionados anteriormente— está compuesta por personal no graduado de esta especialidad con lógica repercusión en el proceso de producción de la noticia en esa área de la emisora.

### 3.2.1.5. Motivación material y humana.

La motivación se manifiesta como la satisfacción de determinadas necesidades de la actividad humana. Así resulta evidente que los impulsos que muevan la creación periodística se asocian a la satisfacción de necesidades profesionales, personales o materiales. En el área informativa de *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, esta visión la sustentan los argumentos esgrimidos en las entrevistas realizadas a periodistas y directivos:

“La producción periodística está condicionada por la cuestión salarial, pero no determinada, pues si así fuera no se haría Periodismo en Cuba, si se considera que los periodistas reciben uno de los salarios más bajos dentro del sector de la radio y la televisión y, en general, del país” (Irán, 2013, entrevista).

“Falta el reconocimiento moral hacia los periodistas por parte de organismos e instituciones” (Zamora, 2013, entrevista).

“La estimulación salarial hoy desmotiva porque está muy atada a la subjetividad de los directivos de departamento” (González, 2013, entrevista).

Apoyado en la observación, el presente estudio constató que existe inconformidad en relación con el salario, la estimulación salarial y el reconocimiento laboral, manifestada en las reuniones de trabajo y en los intercambios en la Redacción, escenario clave del proceso de rutinización.

### 3.2.2. Rutinas productivas.

Definidas como las acciones y normas surgidas de las exigencias que genera la dinámica productivo-editorial-tecnológica de una entidad mediática (Ricardo, 2006), las rutinas productivas disponen de tres fases: recogida del material informativo; selección, discriminación y jerarquización de la información, y presentación del producto final, consideradas como indicadores en esta tesis. Bajo ese presupuesto se estudiaron las prácticas de periodistas y directivos en el proceso de producción del noticiero *Al Día*.

Con una duración de 30 minutos, este espacio sale al aire entre las 5:30 p.m. y 6:00 p.m. La concepción del mismo comienza desde horas del mediodía hasta las cuatro de la tarde; aunque el guión es abierto y permite insertar informaciones trascendentales llegadas a última hora a la Redacción. La mayor parte de los trabajos publicados es tributada por los periodistas de la emisora provincial y de las estaciones y corresponsalías municipales. El programa se nutre, además, de las agencias de

Información Nacional y Prensa Latina, de los sitios *webs* de la provincia y de otros nacionales e internacionales.

Al analizar la fase de recogida del material informativo, la investigación se interesó por conocer los criterios de noticiabilidad que prevalecen en los periodistas y directivos y a qué fuentes se recurre como tendencia. La observación del proceso rutinario que operó al interior de la Redacción, combinada con las entrevistas, condujo a sostener que:

- ◆ Predomina la concepción de que la inmediatez, la proximidad e interés colectivo son los valores/noticia que deben ser considerados en primera instancia; por tanto, el interés humano no figura entre estos.
- ◆ En las rutinas de trabajo no es común advertir el interés de los reporteros por humanizar el contenido de los géneros.
- ◆ Los periodistas del noticiero acuden con más frecuencia a las fuentes oficiales y a los archivos personales.
- ◆ En menor medida, los periodistas recurren a las versiones digitales del resto de los medios de comunicación de la provincia para elaborar, sobre todo, notas informativas. Este proceder conspira, también, contra la humanización del discurso pues el texto escrito no lleva la voz del protagonista del acontecimiento.

La triangulación de las técnicas aplicadas arrojó que los criterios para la selección, la discriminación y la jerarquización de las noticias —segunda fase de las rutinas productivas— por parte de los periodistas y directivos responden a los valores/noticia antes mencionados y a la política informativa en sus funciones reguladoras.

La jerarquización se observó, fundamentalmente, en la acción de la directora de *Al Día* a la hora de conformar el guión técnico final de cada jornada. La dirección del espacio es la encargada de realizar el manejo lógico de las informaciones de baja, mediana y alta intensidad, y de jerarquizarlas a lo largo del programa según la curva de interés de los materiales.

La exclusión final queda a cargo, igualmente, de la dirección del noticiero atendiendo, fundamentalmente, a la duración del producto comunicativo, la calidad integral de este y el balance de géneros periodísticos.

La sistematización de los juicios aportados por los periodistas y directivos, conjugada con la observación, reveló que no son excluidos aquellos materiales salidos de

coberturas solicitadas por el Partido, Gobierno y organismos que actúan como reguladores externos al medio.

Es pertinente destacar, además, que en el proceso de producción del noticiero, los directivos del departamento y del espacio no valoraron en su justa medida los escasos materiales con interés humano publicados, cuya inserción pudo enriquecer más la dramaturgia del programa; en tal sentido, estos productos comunicativos no contaron, usualmente, con adelantos informativos o torres de aviso para generar expectativas en los oyentes antes de su salida al aire.

La tercera y última etapa —la presentación del producto final— presupone la existencia de mecanismos para la revisión, control y publicación de los trabajos. La observación de esta fase, combinada con las entrevistas, corroboró que no siempre funcionan los mecanismos de revisión de los materiales la cual recae nada más en la dirección del noticiero.

Otra realidad adquiere signos preocupantes: no forma parte de la cotidianidad del espacio que los directivos del Departamento Informativo participen en el proceso de revisión y control de los géneros periodísticos y del guión antes del trabajo de mesa. En contadas ocasiones, la dirección de la emisora interviene en la revisión de los productos comunicativos; esencialmente lo hace con aquellas propuestas periodísticas de matiz crítico y polémico, con implicación de determinada institución u organismo.

Al mismo tiempo, resulta paradójico que los periodistas desconozcan la existencia de las Normas de Redacción de *Al Día*, las que debían actuar como un elemento autorregulador en función de la presentación de los materiales.

Durante la salida al aire del programa, se observó un empleo adecuado de las diversas variantes de yuxtaposición para lograr intencionalidad al discurso radiofónico, distinguido, por una acertada utilización de la música en el nivel macro, no así en los géneros periodísticos (**cfr.** 3.1.3.). En sentido general, se constató una elevada profesionalidad en el colectivo de realizadores.

#### **3.2.3. Profesionalidad periodística.**

El rol social de competencia comunicativa de reporteros y directivos del área informativa está condicionado por la preparación, el rigor técnico y la creatividad de este personal para el ejercicio cotidiano de su quehacer. La profesionalidad periodística, como otra de las dimensiones de la cultura profesional, fue analizada a partir de tres indicadores:

grado de capacitación de los periodistas y directivos del Departamento Informativo y el grado de conocimiento de la técnica periodística.

En cuanto al grado de capacitación de ese estos, la revisión documental practicada al programa de superación de la emisora correspondiente al 2013 arrojó que se desarrollaron dos acciones (curso sobre Periodismo digital y un Taller acerca de El tratamiento en los medios de los *Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución cubana*; por tanto, no se efectuó ninguna acción relacionada con el manejo de la técnica en los géneros periodísticos y de las formas elocutivas en función de humanizar el mensaje.

El interés marcado de los periodistas de reciente incorporación al medio, por insertarse a los diferentes cursos impartidos en la emisora y los convocados por la UPEC en la provincia revela la preocupación creciente por aumentar su nivel profesional.

En correspondencia con los reclamos actuales de elevar la profesionalidad, cuatro periodistas de este medio están matriculados en la Maestría en Ciencias de la Comunicación<sup>3</sup> y tres reporteros participaron en postgrados y cursos concebidos por el Instituto Internacional de Periodismo José Martí, de La Habana, en el período analizado. En la construcción de una noticia humanizada, la profesionalidad es un factor significativo. Como tendencia, los criterios de los periodistas y directivos apuntaron hacia que falta dominio de la técnica periodística, de los recursos sonoros y no sonoros del medio y de las formas elocutivas.

Entre los reporteros hubo consenso en que los directivos del Departamento Informativo necesitan de un sistemático estudio de las técnicas periodísticas debido a que ninguno de ellos es egresado de la especialidad, lo cual impacta, la conducción de los procesos productivos al interior del medio.

Aun cuando algunos entrevistados minimizaron la incidencia del alto número de reporteros reorientados de otras carreras hacia el Periodismo en el sistema de la Radio, esta situación sí influye directamente en el manejo de los códigos periodísticos y, en consecuencia, en otorgarle jerarquía al protagonista en el discurso radiofónico.

---

<sup>3</sup> Auspiciada por la Universidad de Sancti Spiritus José Martí, la Universidad de La Habana, la Unión de Periodistas de Cuba y la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales.

### 3.2.4. Ética.

Las funciones del Periodismo y de sus profesionales están contenidas implícita o explícitamente en su marco ético regulatorio, aquel que describe y rige su comportamiento. El *Código de Ética de la Unión de Periodistas de Cuba*, que contiene principios y normas deontológicas para el ejercicio de la profesión en el país, establece entre los deberes del periodista dos que son esenciales: “informar y expresar sus criterios con veracidad, agilidad y precisión y contribuir con su trabajo a promover los mejores valores nacionales, el cabal conocimiento de las leyes y el perfeccionamiento constante de nuestra sociedad socialista” (Unión de Periodistas de Cuba, 2013).

Estos deberes son inherentes al desempeño de reporteros y directivos del Departamento Informativo de *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, quienes en las entrevistas practicadas reconocieron la alta responsabilidad social que tiene la prensa y las insuficiencias profesionales que aún persisten.

“Se necesita de un actuar responsable, sobre todo al abordar temas polémicos, que exigen investigación; en esos trabajos es necesario que se escuche también la voz de ciudadano de pie” (Ramos, 2013, entrevista).

“El triunfalismo hace que la población ponga en entredicho la credibilidad de nuestros mensajes, y, de hecho, cuestiona ciertos valores éticos-morales inherentes al periodista” (López, 2013, entrevista).

Los entrevistados convergieron, además, en que los valores predominantes hoy en el área informativa son la dignidad, la responsabilidad, la honradez y la verdad.

Al combinar el análisis documental —específicamente del referido código— con las entrevistas, se corroboró que existe desconocimiento de las citadas normas deontológicas, las cuales no han sido debidamente socializadas. Ejercer éticamente la profesión implica asumir la representación social de la realidad desde un Periodismo inclusivo, que no margine de los relatos la voz de sus protagonistas.

### **Conclusiones parciales.**

Como expresión visible de la construcción social de la realidad producida institucionalmente por *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, el discurso periodístico del noticiero *Al Día* no reveló una mirada informativa amplia, diversa y sensible por cuanto se constató una escasa visibilidad de los protagonistas humanos y del escenario de sus



acciones; la atención se desplazó hacia instituciones, datos abstractos y fuentes oficiales, y prevaleció un enfoque apologético en el tratamiento de los temas.

La falta de humanización del discurso se manifestó, además, por la subestimación del valor/noticia interés humano en los géneros periodísticos, donde se comprobó una subvaloración de sus capacidades expresivas —en particular de la crónica y el reportaje—, de la voz, la música, los efectos sonoros y el silencio y de las formas elocutivas, léanse, ante todo, la descripción y la narración.

Por otro lado, quedó comprobado que las insuficiencias en la planificación y la organización editorial en el Departamento Informativo, el desaprovechamiento de los espacios de socialización para articular las coberturas noticiosas, la carencia de recursos tecnológicos y la falta de estímulo influyeron en la construcción no humanizada de la noticia.

En esa realidad incidieron, igualmente, inadecuadas rutinas en la determinación del acontecimiento noticiable y en el proceso posterior de jerarquización y presentación del material informativo, dado, entre otros factores, por manifestaciones de regulaciones externas y por expresiones de incompetencias profesionales.

Por todo ello, el análisis de la humanización del discurso periodístico radiofónico en el noticiero *Al Día*, condicionada por diferentes elementos de la cultura profesional, permitió comprobar las premisas que animaron la presente investigación.

## CONCLUSIONES

---

- ◆ Los cuerpos conceptuales teóricos sostenidos por autores como Rodrigo Alsina, Shoemaker y Reese, Martini y Wolf, ofrecen coordenadas válidas para adentrarse en el estudio de la cultura profesional, valorada desde el proceso de producción de la noticia. Asentados en la praxis y en la teoría del Periodismo, Albertos, Cebrián, Kaplún, Moreno, López Vigil y Badía sostienen postulados que permiten un acercamiento a la humanización del discurso periodístico radiofónico, plataforma teórica aún en construcción.
- ◆ La caracterización de la humanización del discurso periodístico radiofónico de *Al Día* apunta hacia una mirada informativa limitada en cuanto a su amplitud, diversidad y sensibilidad, corroborada en la escasa jerarquización de los protagonistas en el mensaje, poca variedad de escenarios, en la recurrencia a las fuentes institucionales y en la burocratización de la noticia. Rasgos de esa humanización, evidenciados en la realización integral de determinados productos comunicativos que sirvieron de muestra del buen hacer en este sentido, quedaron atrapados en la opacidad de la construcción del mensaje al desestimarse las potencialidades expresivas de los géneros periodísticos, de los recursos sonoros y no sonoros del medio y de las formas de elocución.
- ◆ La identificación de los rasgos distintivos de la cultura profesional de los periodistas y directivos vinculados con la producción del noticiero *Al Día* permitió determinar que si bien se está en presencia de un colectivo que asume profesionalmente y con responsabilidad social su cometido ante la opinión pública, algunas irregularidades de carácter organizativo, carencias en la infraestructura técnica e insuficientes motivaciones materiales y humanas obstaculizan la humanización del discurso periodístico radiofónico.
- ◆ Una de las exigencias del Periodismo como práctica e instrumento de la modernidad es renovar el discurso mediático para contar historias, convertir la noticia en el rostro humano del acontecimiento. La interpretación de este fenómeno en la radio implica otorgarle jerarquía a la humanización del relato desde la readecuación de las rutinas habituales en la producción de la información, las prácticas de formas más convenientes de redactar los mensajes y desde la comprensión del discurso radiofónico como hecho lingüístico, y como hecho social.

## *RECOMENDACIONES*

---

Se recomienda a la Facultad de Humanidades de la Universidad “José Martí Pérez”, de Sancti Spíritus, que se continúe la investigación para profundizar en cómo median las regulaciones externas en la humanización del discurso periodístico radiofónico y se promueva —a partir de los resultados de la presente indagación— la elaboración de posibles metodologías destinadas a examinar la humanización del discurso periodístico radiofónico.

## BIBLIOGRAFÍA

---

- Alonso, M. y Saladrigas, H. (2002). *Para investigar en Comunicación Social: Guía didáctica*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- \_\_\_\_\_ (2006). *Teoría de la Comunicación: Una introducción a su estudio*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Alonso, M. (1975) *Ciencia del lenguaje y arte del estilo*. Madrid: Editorial Aguilar.
- Alonso, M. (1970). *Ciencia del lenguaje y arte del estilo*. Madrid: Aguilar.
- Arnheim, R. (1980). *Estética radiofónica*. Barcelona: Editorial Gustavo Gil.
- Badía, A. T. (2010). Bases teórico-metodológicas para el análisis del discurso radiofónico como fuente de reproducción ideológica. La Voz de América: un estudio de caso (2006-2009). Tesis doctoral. Universidad de La Habana.
- Báez, M. y Porro, M. (1983). *Práctica del idioma español*. Segunda Parte. Ciudad de La Habana: Editorial Pueblo y Educación.
- Barreda, L., Rolando, S., y Rolando, N. (2001). La construcción de la noticia. Estudio del proceso de producción de noticia en el Noticiero Nacional de Televisión. Tesis de Diploma, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- Blanco, S. (2011) "Noticiero o noticiario". Disponible en [http://www.radiocubana.cu/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1402:noticiero-o-noticiario&catid=46&Itemid=115](http://www.radiocubana.cu/index.php?option=com_content&view=article&id=1402:noticiero-o-noticiario&catid=46&Itemid=115) Consultado el 11 de abril de 2013.
- \_\_\_\_\_ (2003). *Programas informativos de la radio y algo más*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Bello, L. (2013). Entrevista personal, 13 de noviembre, Sancti Spíritus.
- Benítez, J. A. (1983). *Técnica periodística*, La Habana: Editorial Pueblo y Educación.
- Bernardi, T. y Bergero, F. (2006). "Los géneros periodísticos: Apuntes para una taxonomía propia". Facultad de Derecho y Ciencias Sociales General Roca. Universidad Nacional del Comahue. Disponible en <http://redaccion.uncoma.edu.ar/asignaturas/generos.htm> Consultado el 11 de abril de 2012.

## BIBLIOGRAFÍA

---

- Betés, K. (1999). La construcción del relato publicitario en el medio radio. Formatos, universo temático, personajes y estética sonora. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- Bracero, J. (2008). “En Sancti Spíritus un verdadero palacio de la radio”. Disponible en <http://www.radiocubana.cu/index.php/historia-de-la-radio-cubana/31-efemerides-de-la-familia-radial/814-en-sancti-spiritus-un-verdadero-palacio-de-la-radio> Consultado el 14 de diciembre de 2012.
- Brínguez, L. (2009). “Radio cubana: para oírte mejor”. Disponible en <http://www.envivo.icrt.cu/tecnologia/199-radio-cubana-para-oirte-mejor> Consultado el 27 de enero de 2012.
- Bueno, M. (2005). “La repercusión de las Nuevas Tecnologías en el trabajo del periodista”. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n45/mbueno.html> Consultado el 16 de diciembre de 2012.
- Calzadilla, I. (2005). *La Nota*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Carro, C. (2010). Análisis de las mediaciones políticas y de los emisores, que actúan en el proceso de construcción de la agenda sobre temas económicos en el periódico Trabajadores y la revista Bohemia. Tesis doctoral, Universidad de La Habana.
- Casals, M. J. (1998). “Un humanismo a la deriva”. Disponible en [revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/.../13052](http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/.../13052) de MJC Carro - [1998 pdf](#) Consultado el 20 de febrero de 2013.
- \_\_\_\_\_ (1999). “La amplitud de las ideas”. Disponible en [http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer\\_05/5-5-Crit/5-5-05.htm](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_05/5-5-Crit/5-5-05.htm) Consultado el 4 de julio de 2013.
- Cebrián, M. (1992). *Géneros informativos audiovisuales. Radio, televisión, periodismo gráfico, cine, vídeo*. Madrid: Editora Ciencia 3.
- Cebrián, J. L. (2002). “El oficio de periodista”. *El País*. Edición del 17 de junio. Disponible en [http://elpais.com/diario/2002/06/17/opinion/1024264807\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2002/06/17/opinion/1024264807_850215.html) Consultado el 20 de enero de 2013.

## BIBLIOGRAFÍA

---

- Concepción y Ramos. (1989). El noticiero provincial de CMHT y su grado de aceptación en el municipio Sancti Spíritus. Trabajo de Diploma. Facultad de Artes y Letras. Periodismo. Universidad de Oriente.
- Christians, C. y Traber, M. (1997). *Communication Ethics and Universal Values*. USA, California: Sage publications.
- Dader, J. L (2004) "Concentración, consonancia, constricción, clausura y comercialidad: Los cinco jinetes apocalípticos del periodismo español actual". Disponible en   
<http://www.saladeprensa.org/art537.htm> Consultado el 14 de noviembre de 2012.
- De Águila, R. (2008) "Periodismo siglo XXI: del acta diurna urbis a Internet". Disponible en   
<http://laventana.casa.cult.cu/modules.php?name=News&file=article&sid=4259> Consultado el 14 de enero de 2011.
- De la Fuente, T. (2013). Entrevista personal, 22 de noviembre, Sancti Spíritus.
- Delgado, J. M. y Gutiérrez, J. (1995). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Díaz, M. P. (2001). *Ideología y Revolución. Cuba, 1959-1962*. La Habana: Editorial Ciencias Sociales.
- Diz, E. (2011). Reubicar el futuro. Las mediaciones entre la cultura profesional y las lógicas de producción para la web. Estudio de casos: Granma y Trabajadores. Tesis doctoral. Universidad de La Habana.
- Domenech, L. y Romeo, A. (2007). "El texto expositivo en *Lengua y Literatura*". Disponible en   
<http://www.materialesdelengua.org/LENGUA/tipologia/exposicion/exposicion.htm> Consultado el 18 de febrero de 2013.
- Domínguez, J. (2002). "El discurso poético de Carlos Galindo: ¿una cosmovisión existencialista?". *Islas*, 131.
- Duplatt, A. E. (2000). "Las historias de vida en el periodismo: espejos de un hombre común". *Revista Latina de Comunicación Social*, 35 / Extra Argentina.

## BIBLIOGRAFÍA

---

Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/Argentina2000/05duplatt.htm>  
Consultado el 23 de noviembre de 2013.

- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Editorial Polity Press.
- Faundes, J. (2006). "Ética periodística, componente de la cultura profesional. El rol de los periodistas y su marco ético". Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art656.htm> Consultado el 21 de junio de 2012.
- Gallego, M. L. (2006). "Las formas del discurso y los géneros periodísticos". Disponible en <http://www.universidadabierta.edu.mx/Biblio/G/Gallegos%20Maria-Discurso.htm> Consultado el 11 de febrero de 2012.
- Garcés, R. (2003). *Los dueños del aire*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
- \_\_\_\_\_ (2006). *Programas de radio*. Selección de textos. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
- \_\_\_\_\_ (2007). "La crisis de los discursos radiofónicos". *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200719RaulGarces.htm> Consultado el 2 de octubre de 2012.
- \_\_\_\_\_ (2013). "Siete tesis sobre la prensa cubana". *Enfoque. Memorias del IX Congreso de la UPEC*. La Habana: Imprenta Federico Engels.
- García Luis, J. (2004). *La regulación de la prensa en Cuba: referentes morales y deontológicos*. Tesis doctoral. Universidad de La Habana.
- \_\_\_\_\_ (2013). *Revolución, Socialismo, Periodismo. La prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- García Márquez, G. (1996). "El mejor oficio del mundo". Discurso ante la 52ª Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Los Ángeles, EE.UU. Disponible en <http://www.ciudadseva.com/textos/otros/ggmmejor.htm> Consultado el 12 de junio de 2012.
- Gardner, H. (1993). *Arte, mente y cerebro*. Barcelona: Editorial Paidós.

## BIBLIOGRAFÍA

---

- Garza, C. (2003). Vigencia del relato como sentido de la realidad. Análisis de reportajes históricos. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, España.
- Golding, P. y Elliott, P. (1979). *Making the news*. New York: Editorial Longman.
- Gomes, P. G. (1997). *Comunicación Social, filosofía, ética, política*. San Leopoldo, RS, Brasil: Editora Unisinos.
- Gomis, L. (2000). *Los géneros periodísticos como modos de interesar en la actualidad*. Material para curso de Doctorado 1999-2000. Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Gómez, L. (2013). Entrevista personal, 16 de octubre, Sancti Spíritus.
- González, A. (2013). Entrevista personal, 19 de noviembre, Sancti Spíritus.
- González, I. (2009). Viaje desde la semilla. Un estudio sobre el proceso de construcción de la noticia en el Noticiero Nacional de Radio. Tesis de Licenciatura, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- González, J. (2006). *¡Llegó la Radio!* Tesis de Licenciatura, Facultad de Comunicación Social, Universidad de La Habana.
- Golding, P. y Elliott, P. (1979). *Making the news*. New York: Editorial Longman.
- Güides, R. (2009). Las ideologías profesionales y su influencia en la producción de noticias en los periodistas del departamento informativo del telecentro Tunasvisión de la provincia Las Tunas. Tesis en opción al título de máster en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- Hernández, O. (2012). "En Radio Fomento: Con todos y para el bien de todos". Disponible en <http://www.radiocubana.cu/index.php/noticias-de-la-radio-cubana/19-articulos-especializados-sobre-la-radio/periodismo/397-radiofomento-en-radio-fomento-con-todos-y-el-bien-para-todos> Consultado el 19 de febrero de 2013.
- Huertas, B. y Perona, J. (1999). Redacción, locución en medios audiovisuales; la radio. Tesis doctoral. Barcelona: Editorial Bosch comunicación.
- Humanes, M. L. (2001) "El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión" en *Zer. Revista de estudios de*



## BIBLIOGRAFÍA

---

*comunicación*. Disponible en <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/6072>  
Consultado el 15 de noviembre de 2012

- Imbernón, F. (1994). *La formación y el desarrollo profesional del profesorado. Hacia una nueva cultura profesional*. España: Editores Graó.
- Irán, C. (2013). Entrevista personal, 23 de noviembre, Sancti Spíritus.
- Jensen, K. B. y Jankowsky, N. (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- Kaplún, M. (1999). "La naturaleza del medio". En Garcés, R (selección de textos), *Programas de Radio*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Karam, T. (2005). "Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso". *Global Media Journal* en español, 2(3). Consultado el 25 de enero de 2012 desde: [http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo\\_5.html](http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_5.html)
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Lapique, T. (1973) *Arte y técnica del titulado periodístico*. Editorial Pueblo y Educación. La Habana.
- Limia, M. (2003). "Sobre la identidad psicosocial del cubano en la actualidad". En García, D. (Ed.), *El cubano de hoy: un estudio psicosocial*. La Habana: Fundación Fernando Ortiz.
- López, A. (2013). Entrevista personal, 17 de octubre, Sancti Spíritus.
- López Bombino, L. (2004). *El saber ético de ayer a hoy*. t II. La Habana: Editorial Félix Varela.
- \_\_\_\_\_ (2009). *Razones para una ética profesional: mínimo análisis para un gran problema*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- López, O. L. (2002). *La radio en Cuba*. (3<sup>o</sup> ed.) . La Habana: Editorial Letras Cubanas.
- López Vigil, J. I. (2005). *Manual urgente para radialistas apasionados*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Madero, N. (2008). "Taller de Redacción y Estilo II". Facultad de Artes y Letras. Universidad de La Habana. Extraído el 10 de mayo de 2012

desde:

<http://revistas.mes.edu.cu/greenstone/collect/repo/import/repo/20110421/9789591613387011.pdf>

- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Santa Fe de Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Martín Serrano, M. (1986). *La producción social de comunicación*. Madrid: Editorial Alianza.
- Martín Vivaldi, G. (1970). *Géneros Periodísticos*. Madrid: Editorial Paraninfo.
- \_\_\_\_\_ (1980). *Español (antología) libro de texto gratuito para la licenciatura en educación preescolar y primaria. 2do y 3er curso*. México.
- \_\_\_\_\_ (1975). *Curso de Redacción*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.
- \_\_\_\_\_ (1990) *Curso de redacción*. Madrid: Paraninfo.
- Martínez Albertos, J. L. (1974). *Redacción periodística: Los estilos y los géneros en la prensa diaria*, Barcelona: ATE.
- \_\_\_\_\_ (1989) *Los estilos*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.
- Martínez, M. P. y Herrera, S. (2008). “Qué son los géneros radiofónicos y por qué deberían importarnos”. Disponible en [http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo\\_7.html](http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_7.html)  
Consultado el 26 de marzo de 2012.
- Martínez, T.E. (1997). Conferencia pronunciada ante la asamblea de la SIP el 26 octubre 1997. Guadalajara, México. Disponible en <http://www.medios.org.ar/?p=665>  
Consultado el 17 de febrero de 2012.
- Martínez, M. (2013). Entrevista personal, 20 de noviembre, Sancti Spíritus.
- Martini, S. (2000). “Periodismo, noticia y noticiabilidad”. Disponible en <http://www.nombrefalso.com.ar/index.php?pag=96>  
Consultado el 25 de septiembre de 2012.
- Mallimaci F. y Giménez, V. (2006) “Historias de vida y método biográfico”. Disponible en \_\_\_\_\_

## BIBLIOGRAFÍA

---

<http://planificacionalainvestigacion.files.wordpress.com/2012/05/2006chist.pdf>

Consultado 18 de mayo de 2012.

- Merayo, A. (2001). *La magia radiofónica de las palabras*. Salamanca: Gráficas Cervantes.
- Morales, A. (1995). "Paul Ricoeur y la narración histórica". En *Historia a debate*, t. III. Santiago de Compostela: Historia a Debate Ediciones.
- Morales, G. y Ávila, Y. (2007). *El Arriero: del discurso a los públicos*. Tesis de Licenciatura en Periodismo, Facultad Humanidades, Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, Santa Clara.
- Moreno, P. (1998). "Las formas de expresión en el periodismo actual". Disponible en *Revista Latina de Comunicación Social*. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/10pastoraXI.htm> Consultado el 25 de marzo de 2013.
- Moreno, S. (1998). *La mirada informativa*, Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- Moreno, S., Rovetto, G., y Buitrago, L. (2007). *¿De quién hablan las noticias?: Guía para humanizar la información*. Barcelona: Editorial Icaria. Disponible en <http://books.google.com.cu/books?id=B3xmJx7WmsC&pg=PA13&lpg=PA13&dq=de+quien+hablan+las+noticias+amparo+moreno&source=bl&ots=CiRmmjBgpt&sig=moDvzYU7jGC7KCMuqadjEkkd5M&hl=es419&sa=X&ei=RIanUtSaJcfGrQH4wYB4&ved=0CEgQ6AEwBQ#v=onepage&q=de%20quien%20hablan%20las%20noticias%20amparo%20moreno&f=false> Consultado el 4 de marzo de 2012
- Moreno, S., Rovetto, G., y Buitrago, L. (2007). "Debate sobre periodismo y ciudadanía plural en la Universidad Autónoma de Barcelona". *Revista Análisis* No.35. Disponible en <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n35p245.pdf> Consultado el 22 de noviembre de 2012.
- Muñoz, R. (1990). *De la noticia al reportaje humano*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Nápoles, P. y Monteagudo, M. (2004). *Onda y sonido espirituanos*. Sancti Spíritus: Editorial Luminaria.
- Obregón, Y. (2013). Entrevista personal, 18 de noviembre, Sancti Spíritus.

## BIBLIOGRAFÍA

---

- Ortega, E. (2003). *Redacción y Composición*. La Habana, Editorial Félix Varela.
- Ortega, F. y Humanes, M. L. (2000). *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel.
- Ojito, E. (2013). Entrevista personal, 4 de agosto, Sancti Spíritus.
- Ortiz, I. (2013). Entrevista personal, 17 de octubre, Sancti Spíritus.
- Pérez, Y. (2013). Entrevista personal, 16 de octubre, Sancti Spíritus.
- Ramos, E. (2013). Entrevista personal, realizada el 19 de noviembre en Sancti Spíritus.
- Ricardo Luis, R. (2006, noviembre). "Detrás de la fachada". Disponible en <http://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110607-detras-de-la-fachada.php> Consultado el 21 de agosto de 2012.
- Rodero, E. (2003). *Locución radiofónica*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- \_\_\_\_\_ (2005). *Producción Radiofónica*. Primera Parte. Concepción de la producción radiofónica. Editorial: Cátedra. Madrid. [http://www.mediafire.com/view/jgv24v5ppg48bhd/Rodero\\_Anton\\_Prod.\\_Radiofonica\\_pag\\_13-25.pdf](http://www.mediafire.com/view/jgv24v5ppg48bhd/Rodero_Anton_Prod._Radiofonica_pag_13-25.pdf) Consultado el 20 de julio de 2012.
- \_\_\_\_\_ (2008). "El tono de la voz masculina y femenina en los informativos radiofónicos". Disponible en <http://www.recensio.ubi.pt> Consultado el 20 de febrero de 2012.
- Rodríguez Betancourt, M. (2001) *La entrevista periodística y su dimensión literaria*. Colección Comunicación y Lenguaje, Tauro Ediciones.
- \_\_\_\_\_ (2003). "Géneros periodísticos: para arropar su hibridez". Universidad de La Habana, Cuba. *Revistas Científicas Complutenses*.
- Rodríguez, G., Gil, G. et. al. (2004) *Metodología de la investigación cualitativa*. La Habana, Editorial Félix Varela.
- Rodrigo Alsina, M. (1993). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Rovetto, G. (2010). La representación del trabajo de las mujeres en la prensa: Análisis comparativo y cualitativo de la información de actualidad. Tesis doctoral.

## BIBLIOGRAFÍA

---

- <http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2010/tdx-1222110-182743/frg1de1.pdf> Consultado el 11 de octubre de 2012.
- Ruiz, J. I. e Ispizua, M. A. (1989). *La descodificación de la vida cotidiana. Métodos de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
  - Saad, A. (2012). “La subjetividad en el discurso periodístico”. *Revista Electrónica Razón y Palabra*, 79. Disponible en [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/34\\_Saad\\_V79.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/34_Saad_V79.pdf) Consultado el 15 de agosto de 2012.
  - Sánchez, A. (1980). *Ética*. México, DF: Grijalbo.
  - Sandoval, C. A. (2002). *Investigación cualitativa*. Bogotá, Colombia: ARFO Editores. Disponible en [http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/humanas/mtria\\_edu/2021085/und\\_2/pdf/casilimas.pdf](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/humanas/mtria_edu/2021085/und_2/pdf/casilimas.pdf) Consultado el 29 de abril de 2013.
  - Santamaría, L. (2006). “Estado actual de la investigación sobre la teoría de los géneros periodísticos”. Disponible en <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11341629/articulos/ESMP9494110037A.pdf> Consultado el 20 de marzo de 2012.
  - Salcedo, R. A. (2011). *La crónica: el rostro humano de la noticia*. Disponible en [http://bicentenario.fnpi.org/materiales/la\\_cronica\\_el\\_rostro\\_humano\\_de\\_la\\_noticia.pdf](http://bicentenario.fnpi.org/materiales/la_cronica_el_rostro_humano_de_la_noticia.pdf) Consultado el 22 de septiembre de 2012.
  - Sexto, L. (2006). *Periodismo y Literatura*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.
  - \_\_\_\_\_ (2012). “Respuestas a preguntas de estudiantes. Periodismo de agencias”. Disponible en <http://www.cubahora.cu/blogs/la-palma-de-la-mano/entrevistador-entrevistado#.UmqtQFMSRkh> Consultado el 20 de marzo de 2012.
  - Sexto, L. (2014). Entrevista vía correo electrónico, 10 de marzo.
  - Shoemaker, P. y Reese, S. (1994). *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Editorial Diana.

## BIBLIOGRAFÍA

---

- Tabuada, T. (2013) Entrevista personal, 23 de noviembre, Sancti Spíritus.
- Torres, M. (2013). Entrevista personal, 20 de noviembre, Sancti Spíritus.
- Ulibarri, B. E. (1994). *Idea y vida del reportaje*. Editorial Trillas.
- Unión de Periodistas de Cuba (2013). Código de Ética del Periodista. *Enfoque. Memorias del IX Congreso de la UPEC*. La Habana: Imprenta Federico Engels.
- Valdés, E. (2013). Entrevista personal, 15 de septiembre, Sancti Spíritus.
- Van Dijk, T. A. (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Ediciones Paidós. Barcelona. Archivo pdf.
- \_\_\_\_\_ (2003). *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso I. Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- Williams, R. (1976). *Keywords*. Fontana, Inglaterra.
- Wolf, M. (s.a). *La investigación de la comunicación de masas*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Yero, L. R. (2012). “Un americano en Tuinucú”. Disponible en <http://www.escambray.cu/2012/un-americano-en-tuinucu/> Consultado el 14 de febrero de 2013.
- Zamora, R. (2013). Entrevista personal, 18 de noviembre, Sancti Spíritus.

## **ANEXO 1. TEST ADSSH. INDICADORES PARA EVALUAR LA AMPLITUD, DIVERSIDAD Y SENSIBILIDAD HUMANA DE LA MIRADA INFORMATIVA.**

El test ADSSH, ejercicio imprescindible para el estudio de la Amplitud, Diversidad y Sensibilidad Humana de la mirada informativa, aparece contenido en el texto *¿De quién hablan las noticias?: Guía para humanizar la información*, concebido por un colectivo de autores encabezado por la catedrática española Moreno Sardá (2007). Dada la flexibilidad que posee este modelo, elaborado para publicaciones periódicas, se le realizaron ajustes necesarios a la propuesta original para adaptar algunos indicadores a los objetivos de la presente investigación, enfocada al medio radial.

De este modo, se asumieron tres de las cinco preguntas básicas contenidas en dicho test: ¿a quién enfoca la noticia?, ¿en qué escenarios?, ¿qué fuentes son visibles?, y se le agregó otra que la autora consideró oportuna formular:

¿qué temas son tratados?

Elementos que se tuvieron en cuenta para el análisis.

¿A quién enfoca la noticia?: en los textos periodísticos se buscaron palabras literales usadas para identificar y describir a quién, o qué se enfoca y se considera protagonista de la información, como sujetos o como objetos de las acciones noticiables, que aparecen con nombres, sustantivos y adjetivos.

Estos protagonistas se clasificaron en humanos y no humanos.

Humanos: pueden aparecer identificados con nombre y apellidos o no. Según la referencia expresa que se haga de ellos, se puede saber:

- Sexo (hombre o mujer)
- Ocupación: trabajador (a), campesino(a), estudiante, deportista, artista e intelectual, otros (ama de casa, jubilado...).
- Posición jerárquica (si es dirigente).

Los protagonistas humanos, a su vez, se clasifican en individuales y colectivos.

Individuales: cualquier persona identificada con un nombre común o un nombre propio, con nombre y apellidos.

Colectivos: son aquellos protagonistas definidos con palabras literales que se refieren a un grupo de personas. Ejemplo: brigada de macheteros.

No humanos: es toda aquella organización, institución, corporación, gobierno, ministerio, tribunal, país, ciudad, pueblo, animal, fenómeno natural o entidad a la que se le atribuye la acción noticiable.

¿En qué escenarios?: lugares geográficos en donde fueron ubicados los protagonistas. Atendiendo a los intereses de la investigación se tuvieron en cuenta las zonas urbanas y rurales.

¿Utilizando qué fuentes?: fuentes institucionales, no institucionales y servicios de información de las agencias y medios electrónicos.

¿Qué temas son tratados?: temas económicos, sociales, políticos y otros.

Para registrar de forma sistemática (por cada emisión del programa) los datos con los que se trabajó se confeccionaron diferentes tablas que constituyeron las herramientas utilizadas para hacer finalmente los balances cuantitativos y evaluaciones cualitativas.

**TABLAS PATRONES PARA LA EVALUACIÓN DE LOS INDICADORES DEL TEST AD SH**

Tabla 1. Evaluación de la presencia de protagonistas humanos y no humanos en los titulares.

Total de titulares:		Protagonistas de los titulares del noticiero			
Verbales:	Nominales:	Humanos: Total		No humanos:	No definidos
		Individuales:	Colectivos:		
Total					
%					

Fuente: Moreno (2007), adaptado por la autora.

Tabla 2. Evaluación de la presencia de protagonistas humanos y no humanos en los géneros periodísticos.

Total de géneros periodísticos:	Protagonistas (total ____) Humanos ( __ para un ____%)										
	Humanos Individuales (Total ____ para un __ %)		Humanos colectivos	No humanos	Ocupación						
	M	H			D	D	C	A e I	T	E	O
Total											
%											

Leyenda: Dirigentes (D), Deportistas (D), Campesinos (C), Artistas e Intelectuales (A e I), Trabajadores (T), Estudiantes (E), y Otros -amas de casa, jubilados- (O).

Fuente: Moreno (2007), adaptado por la autora.

Tabla 3. Evaluación de los escenarios donde se sitúan a los protagonistas en los géneros periodísticos.

	Protagonistas (humanos y no humanos) Total ____	
	Zona Urbana	Zona Rural
Total		
%		

Fuente: Moreno (2007), adaptado por la autora.



Tabla 4. Evaluación de las fuentes utilizadas en los géneros periodísticos.

FUENTES	Institucionales.	No institucionales.	Agencias.	
			PL	AIN
Total				
%				

Fuente: Moreno (2007), adaptado por la autora.

Tabla 5. Evaluación de los temas utilizados en los géneros periodísticos del noticiero *Al Día*.

Temas tratados.				No citada la fuente.
Económicos	Sociales	Políticos	Otros (históricos, científico-técnico...).	

## ANEXO 2. GUÍA PARA LA REVISIÓN DOCUMENTAL.

**Objetivo:** Constatar el cumplimiento de algunas indicaciones y normativas relacionadas con la cultura profesional de periodistas y directivos que inciden en la humanización del discurso periodístico radiofónico.

### Elementos a revisar:

1. Organización y planificación del trabajo y las coberturas editoriales a través de los planes temáticos mensuales del Departamento Informativo y de los planes de trabajo individuales de los periodistas, en ambos casos durante el año 2013.
2. Cumplimiento del programa de superación anual concebido para el personal periodístico correspondiente al 2013.
3. Apego a las normativas autorreguladoras existentes en el Departamento Informativo.
4. Respeto a las técnicas de locución por parte de los periodistas y su examen a través de monitoreo efectuado al noticiero *Al Día* realizado por Yamilé Valdés, profesora de Locución y miembro de la Comisión Evaluadora Nacional de esta especialidad. Fecha: 22/09/2013.
6. Cumplimiento del Código de Ética de la Unión de Periodistas de Cuba.

### ANEXO 3. GUÍA PARA EL ANÁLISIS DEL DISCURSO.

**Objetivo:** Constatar la humanización del discurso periodístico radiofónico del noticiero *Al Día* a partir del análisis de los titulares de cada emisión del programa y de los géneros periodísticos publicados en el período escogido.

#### Elementos a analizar:

1. Manifestación de la amplitud, la diversidad y la sensibilidad humana de la mirada informativa.

1.1. ¿A quién enfoca la noticia?

1.1.1. Protagonista de los titulares del noticiero.

1.1.1.1. Humanos: individuales o colectivos.

1.1.1.2. No humanos.

1.1.2. Protagonista presente en el género periodístico.

1.1.2.1. Protagonistas humanos individuales.

1.1.2.1.1. Por sexo: hombre/mujer.

1.1.2.1.2. Por ocupación: dirigente, trabajador (a), campesino(a), estudiante, deportista, artista e intelectual, otros (ama de casa, jubilado...).

1.1.2.2. Protagonistas humanos colectivos.

1.1.2.3. Protagonistas no humanos (instituciones, empresas, organismos...).

1.2. ¿En qué escenarios?: lugares en los que se sitúan a los protagonistas.

1.2.1. Zona urbana.

1.2.2. Zona rural.

1.3. ¿Qué fuentes son visibles?

1.3.1. Fuentes institucionales y no institucionales.

1.3.2. Agencias de noticias y sitios en Internet.

1.4. ¿Qué temas son tratados?

1.4.1. Económicos.

1.4.2. Sociales.

1.4.3. Políticos.

1.4.4. Otros (históricos, científico-técnico...).

1.4.5. Tendencias del contenido de los temas tratados: apologética, crítica e hipercrítica.

2. Manifestación de los criterios de noticiabilidad o valores/noticia.

2.1. Interés humano, emoción.

2.2. Actualidad, inmediatez, oportunidad.

2.3. Impacto.

2.4. Prominencia de los protagonistas.

2.5. Originalidad, rareza, curiosidad, novedad o singularidad.

2.6. Proximidad o cercanía.

2.7. Interés colectivo.

3. Discurso periodístico radiofónico. Utilización de la voz, música, efectos de sonido y del silencio.

3.1. Uso de la voz.

3.1.1. Tono: grave/agudo.

1.3.1.2. Timbre: agradable/desagradable, brillante/opaco, absoluto/neto, rotundo/apagado.

1.3.1.3. Intensidad: alta/baja. Fuerte/débil

1.3.1.4. Duración: cumplimiento de la velocidad media de locución.

1.3.2. Funciones de la música.

1.3.2.1. Gramatical.

1.3.2.2. Expresiva.

1.3.2.3. Reflexiva.

1.3.2.4. Descriptiva.

1.3.2.5. Ambiental.

1.3.3. Funciones de los efectos de sonido.

1.3.3.1. Ambiental o descriptiva.

1.3.3.2. Expresiva.

1.3.3.3. Narrativa.

1.3.3.4. Ornamental o estética.

1.3.4. Funciones del silencio.

1.3.4.1. Narrativa.

1.3.4.2. Descriptiva.

1.3.4.3. Rítmica.

4. Géneros periodísticos radiofónicos empleados.

4.1. Expresivos o testimoniales.

4.1.1. Crónica.

4.1.2. Comentario.

4.2. Referenciales o expositivos.

4.2.1. Nota informativa.

4.2.2. Reportaje.

4.3. Apelativos o dialógicos.

4.3.1. Entrevista.

5. Empleo de las formas elocutivas.

5.1. Exposición.

5.2. Narración.

5.3. Descripción.

5.4. Diálogo (estilo directo).

## ANEXO 4. RELACIÓN DE ENTREVISTADOS.

### Entrevista estructurada

Entrevistado	Descripción	Vía y fecha
Lisandra Gómez Guerra	Periodista, Radio Sancti Spíritus.	Personal (16-10-2013)
Yanela Pérez Rodríguez	Periodista, Radio Sancti Spíritus.	Personal (16-10-2013)
Ailín A. López Concepción	Periodista, Radio Sancti Spíritus.	Personal (17-10-2013)
Ivette Ortiz Nisieza	Periodista, Radio Sancti Spíritus.	Personal (17-11-2013)
Roxana Zamora	Periodista, Radio Sancti Spíritus.	Personal (18-11-2013)
Yuleiki Obregón	Periodista, Radio Sancti Spíritus.	Personal (18-11-2013)
Ada González	Periodista, Radio Sancti Spíritus.	Personal (19-11-2013)
Elsa Ramos Ramírez	Periodista, Radio Sancti Spíritus.	Personal (19-11-2013)
Marisela Torres Falcón	Periodista, Radio Sancti Spíritus.	Personal (20-11-2013)
Mario Martínez Ulloa	Periodista, Radio Sancti Spíritus.	Personal (20-11-2013)
Tamara de la Fuente Mesa	Directora noticiero <i>Al Día</i> .	Personal (22-11-2013)
Carlos Irán	Jefe Grupo de Reporteros, Radio Sancti Spíritus.	Personal (23-11-2013)
Tatiana Tabuada	Jefe Grupo de Reporteros, Radio Sancti Spíritus	Personal (23-11-2013)
Luis Sexto	Premio Nacional de Periodismo José Martí	Correo electrónico (10-7-2013)

### Entrevistas en profundidad

Entrevistado	Descripción	Vía y fecha
Lillypsi Bello Cancio	Directora de <i>CMGL, Radio Sancti Spíritus</i> , año 2013.	Personal (13-11-2013)
Ernesto Valdés Muñoz	Conductor del noticiero <i>Al Día</i> a partir de 1965.	Personal (15-09-2013)
Mario Martínez Ulloa	Subdirector de Información en Radio Sancti Spíritus en 1976.	Personal (15-09-2013)
Elsa Ramos Ramírez	Subdirectora de Información en Radio Sancti Spíritus en 1980.	Personal (17-02-2013)
Enrique Ojito Linares	Director del noticiero estelar <i>Al Día</i> (1998-2009).	Personal (04-08-2013)

## ANEXO 5. GUÍA DE ENTREVISTA A PERIODISTAS DEL NOTICIERO AL DÍA.

**Objetivo:** Conocer los criterios de los periodistas que tributan para el noticiero *Al Día* acerca de cómo influye la cultura profesional en la humanización del discurso periodístico radiofónico.

La Facultad de Humanidades de la Universidad “José Martí Pérez”, de Sancti Spíritus, está desarrollando una investigación relacionada con la influencia de la cultura profesional en la humanización del discurso periodístico radiofónico en el noticiero *Al Día*. Es por eso que se solicita su colaboración al responder las preguntas que se relacionan a continuación:

**Categoría:** humanización del discurso periodístico radiofónico.

1. ¿A qué se debe la escasa presencia de géneros periodísticos con más posibilidades de humanizar la información (crónica, reportaje, testimonio, entrevista de personalidad). ¿Conspiran el tiempo y la exigencia de entrar a la mayoría de los espacios informativos en el día?
2. ¿Por qué resulta tan bajo el empleo de la descripción y la narración en el discurso periodístico radiofónico y que, al final, atenta contra su humanización?
3. ¿Por qué resulta cuestionable el dominio del arte de preguntar por parte de determinados periodistas que tributan para el noticiero?
4. ¿Cómo conceptualizaría el término Humanización del discurso periodístico radiofónico?

**Categoría:** cultura profesional.

5. ¿Cómo recibe las orientaciones de los diferentes directivos del Departamento Informativo para las coberturas? ¿Con qué frecuencia? Como tendencia, ¿le asignan las coberturas o usted las propone?
6. ¿En qué medida las temáticas sociales, económicas y de otro orden se enfocan desde la perspectiva humana?
7. ¿Cómo se aprovechan los espacios de socialización establecidos en el Departamento Informativo y en cuáles usted participa?
  - . Reuniones del Departamento Informativo (¿Con qué frecuencia se planifican? ¿Hasta qué punto resultan provechosas?
  - . Despacho con la jefatura del Departamento Informativo (¿Con qué frecuencia están establecidos? ¿Hasta qué punto resultan provechosos?).
  - . Conversación entre periodistas (para intercambiar ideas, criterios, sobre posibles coberturas y compartir experiencia).
8. A su juicio, ¿la planificación editorial puede estar más en función de la humanización del discurso periodístico radiofónico.
9. ¿Qué clima prevalece en el Departamento Informativo: de creatividad o de rutina (estancamiento)?
10. En esos espacios de socialización, se orienta o se llama la atención acerca de la necesidad de jerarquizar la historia del protagonista del hecho en la construcción de la noticia, es decir, humanizar el trabajo periodístico?
11. ¿Dispone usted de los recursos tecnológicos (grabadoras, computadoras, transporte) para asumir el proceso de producción de la noticia? ¿Hasta qué punto ello influye en la humanización del discurso periodístico radiofónico?
12. ¿Qué posibilidades de superación profesional (cursos de locución, nuevas tecnologías, dirección de programa, postgrados, diplomados y maestrías) le

- ofrece *CMGL, Radio Sancti Spíritus*, o la UPEC en la provincia? ¿Qué aperturas o limitaciones existen para matricular en determinados cursos?
13. ¿Cómo podría afectar la calidad del ejercicio periodístico y, con ello, la humanización del mensaje, el elevado número de periodistas reorientados en activo en el sistema informativo de la Radio espirituana?
  14. ¿La nueva inyección de periodistas en la Radio, egresados de la Universidad, pudiera ser sinónimo de cambios en las formas de enfocar y concebir artísticamente una noticia más humanizada?
  15. ¿Qué valores socialmente compartidos (responsabilidad, veracidad, honradez, otros) se manifiestan con mayor fuerza en el colectivo del Departamento Informativo?
  16. ¿Hasta qué punto usted conoce el código de ética? ¿Considera que guía el ejercicio periodístico en el sistema informativo de la radio espirituana?
  17. ¿Cómo valora el grado de conocimiento de la técnica periodística que posee el equipo de realizadores del noticiero *Al Día*, incluidos periodistas, directivos del Departamento Informativo, redactores del noticiero y la dirección de este espacio?
  18. ¿Cómo influye la falta de conocimientos sobre algunas técnicas periodísticas en la construcción deshumanizada del discurso periodístico radiofónico?
  19. ¿Considera que los reporteros utilizan los recursos sonoros (música y efectos) en función de la humanización de los materiales periodísticos que conciben?
  20. ¿Cómo usted valora el grado de conocimiento y de aplicación por parte de los periodistas de las técnicas de locución?

## ANEXO 6. GUÍA DE ENTREVISTA A DIRECTORA GENERAL DEL NOTICIERO *AL DÍA*.

**Objetivo:** Conocer los criterios de la directora general del noticiero *Al Día* acerca de cómo influye la cultura profesional en la humanización del discurso periodístico radiofónico.

La Facultad de Humanidades de la Universidad “José Martí Pérez”, de Sancti Spíritus, está desarrollando una investigación relacionada con la influencia de la cultura profesional en la humanización del discurso periodístico radiofónico en el noticiero *Al Día*. Es por eso que solicitamos su colaboración al responder las preguntas que se relacionan a continuación:

**Categoría:** humanización del discurso periodístico radiofónico.

1. ¿A qué se debe la escasa presencia de géneros periodísticos con más posibilidades de humanizar la información (crónica, reportaje, testimonio, entrevista de personalidad) en el noticiero? ¿Conspiran el tiempo y la exigencia de entrar a la mayoría de los espacios informativos en el día?
2. ¿Por qué resulta tan bajo el empleo de la descripción y la narración en el discurso periodístico radiofónico y que, al final, atenta contra su humanización?
3. ¿Por qué resulta cuestionable el dominio del arte de preguntar por parte de determinados periodistas que tributan para el noticiero?
4. ¿Cómo conceptualizaría el término Humanización del discurso periodístico radiofónico?

**Categoría:** cultura profesional.

5. ¿Qué vínculos se establecen entre la dirección del Departamento Informativo y la del noticiero para definir determinados temas a publicar el noticiero *Al Día*? ¿Hasta qué punto se concilian las coberturas entre esas dos partes?
6. ¿En qué medida las temáticas sociales, económicas y de otro orden se enfocan desde la perspectiva humana?
7. ¿Cómo se aprovechan los espacios de socialización establecidos (reuniones del Departamento Informativo, colectivos de programas, otros) para ventilar la calidad de los materiales que se tributan para el noticiero? ¿Hasta qué punto resultan provechosos estos encuentros?
8. En esos espacios de socialización, se orienta o se llama la atención acerca de la necesidad de jerarquizar la historia del protagonista del hecho en la construcción de la noticia, es decir, humanizar el trabajo periodístico?
9. A su juicio, ¿la planificación editorial del Departamento Informativo puede estar más en función de la humanización del discurso periodístico radiofónico del noticiero *Al Día*?
10. ¿Qué clima prevalece en el Departamento Informativo: de creatividad o de rutina (estancamiento)?
11. ¿Dispone el Departamento de los recursos tecnológicos (grabadoras, computadoras, transporte) para asumir el proceso de producción de la noticia? ¿Cómo ello influye en la humanización del discurso periodístico radiofónico?
12. La cantidad de periodistas hoy en plantilla ofrece mayores posibilidades para la planificación de trabajos que requieren de tiempo y realización artística. ¿Se aprovechan estas circunstancias para concebir materiales más humanizados?



13. ¿Cómo la inestabilidad de los directivos del área durante años ha incidido en la organización y control del trabajo periodístico en la emisora?
14. ¿Qué motivaciones humanas (salario, estimulación salarial, reconocimiento laboral) condicionan la producción periodística en el área informativa?
15. ¿Cómo se evalúa el trabajo del periodista en el Departamento Informativo?
16. ¿Cómo ocurre el proceso de estimulación? La dirección del Departamento le solicita a usted opiniones en tal sentido?
17. ¿Cómo podría afectar la calidad del ejercicio periodístico y, con ello, la humanización del mensaje, el elevado número de periodistas reorientados en activo en el sistema informativo de la Radio espirituana?
18. ¿La nueva inyección de periodistas en la Radio, egresados de la Universidad, pudiera ser sinónimo de cambios en las formas de enfocar y concebir artísticamente una noticia más humanizada?
19. ¿Qué valores socialmente compartidos (responsabilidad, veracidad, honradez, otros) se manifiestan con mayor fuerza en el colectivo del Departamento Informativo?
20. ¿Hasta qué punto los directivos y reporteros conocen el Código de Ética de los periodistas? ¿Considera que guía el ejercicio periodístico en el sistema informativo de la radio espirituana, o este se asume por razones obvias en el comportamiento de los periodistas y ejecutivos?
21. ¿Cómo valora el grado de conocimiento de la técnica periodística que posee el equipo de realizadores del noticiero Al Día, incluidos directivos del Departamento Informativo, periodistas, redactores del noticiero y la dirección de este espacio?
22. ¿Cómo influye la falta de conocimientos sobre algunas técnicas periodísticas en la construcción deshumanizada del discurso periodístico radiofónico?
23. ¿Considera que los reporteros utilizan los recursos sonoros (música y efectos) en función de la humanización de los materiales periodísticos que conciben?

## ANEXO 7. GUÍA DE ENTREVISTA A DIRECTIVOS DEL DEPARTAMENTO INFORMATIVO.

**Objetivo:** Conocer los criterios de los directivos del Departamento Informativo de *CMGL Radio Sancti Spíritus* acerca de cómo influye la cultura profesional en la humanización del discurso periodístico radiofónico del noticiero *Al Día*.

La Facultad de Humanidades de la Universidad “José Martí Pérez”, de Sancti Spíritus, está desarrollando una investigación relacionada con la influencia de la cultura profesional en la humanización del discurso periodístico radiofónico en el noticiero *Al Día*. Es por eso que solicitamos su colaboración al responder las preguntas que se relacionan a continuación:

**Categoría:** cultura profesional.

1. ¿Cómo se conforman los planes editoriales del Departamento Informativo y con qué frecuencia?
2. ¿Cómo se organizan y planifican las coberturas del noticiero?
3. ¿Qué vínculos se establecen entre la dirección y los periodistas para definir los temas y coberturas a publicar?
4. ¿Cómo se elabora el plan de trabajo individual de los periodistas?
5. ¿En qué medida las temáticas sociales, económicas y de otro orden se enfocan desde la perspectiva humana?
6. ¿Cómo se aprovechan los espacios de socialización establecidos en el Departamento Informativo.
  - . Reuniones del Departamento Informativo. ¿Con qué frecuencia se planifican? ¿Hasta qué punto resultan provechosas?
  - . Despacho de la jefatura del Departamento Informativo con los periodistas. ¿Con qué frecuencia están establecidos? ¿Hasta qué punto resultan provechosos?
7. En esos espacios de socialización, se orienta o se llama la atención acerca de la necesidad de jerarquizar la historia del protagonista del hecho en la construcción de la noticia, es decir, humanizar el trabajo periodístico?
8. A su juicio, ¿la planificación editorial puede estar más en función de la humanización del discurso periodístico radiofónico?
9. ¿Qué clima prevalece en el Departamento Informativo: de creatividad o de rutina (estancamiento)?
10. ¿Dispone el Departamento Informativo de los recursos tecnológicos (grabadoras, computadoras, transporte) para asumir el proceso de producción de la noticia? ¿Hasta qué punto ello influye en la humanización del discurso periodístico radiofónico?
11. ¿Qué recursos no tecnológicos (humanos) posee el Departamento para garantizar el proceso de producción del noticiero *Al Día*?
  - . Cantidad de periodistas de la emisora provincial y de las emisoras y corresponsalías municipales.
12. La cantidad de periodistas hoy en plantilla ofrece mayores posibilidades para la planificación de trabajos que requieren de tiempo y realización artística. ¿Se aprovechan estas circunstancias para concebir materiales más humanizados?
13. ¿Cómo la inestabilidad de los directivos del área durante años ha incidido en la organización y control del trabajo periodístico en la emisora?
14. ¿Qué motivaciones humanas (salario, estimulación salarial, reconocimiento laboral) condicionan la producción periodística en el área informativa?

15. ¿Cómo se evalúa el trabajo del periodista en el Departamento Informativo?
16. ¿Cómo ocurre el proceso de estimulación? ¿Se tienen en cuenta la opinión de los directores de los espacios y de la dirección de la UPEC?
17. ¿Qué posibilidades de superación profesional (cursos de locución, nuevas tecnologías, dirección de programa, postgrados, diplomados y maestrías) le ofrece *CMGL*, *Radio Sancti Spiritus*, o la UPEC en la provincia? ¿Qué aperturas o limitaciones existen para matricular en determinados cursos?
18. ¿Cómo podría afectar la calidad del ejercicio periodístico y, con ello, la humanización del mensaje, el elevado número de periodistas reorientados en activo en el sistema informativo de la Radio espirituana?
19. ¿La nueva inyección de periodistas en la Radio, egresados de la Universidad, pudiera ser sinónimo de cambios en las formas de enfocar y concebir artísticamente una noticia más humanizada?
20. ¿Qué valores socialmente compartidos (responsabilidad, veracidad, honradez, otros) se manifiestan con mayor fuerza en el colectivo del Departamento Informativo?
21. ¿Hasta qué punto los directivos y reporteros conocen el Código de Ética de los periodistas? ¿Considera que guía el ejercicio periodístico en el sistema informativo de la radio espirituana, o este se asume por razones obvias en el comportamiento de los periodistas y ejecutivos?
22. ¿Cómo influye la falta de conocimientos sobre algunas técnicas periodísticas en la construcción deshumanizada del discurso periodístico radiofónico?
23. ¿Considera que los reporteros utilizan los recursos sonoros (música y efectos) en función de la humanización de los materiales periodísticos que conciben?

**Categoría:** humanización del discurso periodístico radiofónico.

24. ¿A qué se debe la escasa presencia de géneros periodísticos con más posibilidades de humanizar la información (crónica, reportaje, testimonio, entrevista de personalidad) en el noticiero? ¿Conspira el tiempo y la exigencia de entrar a la mayoría de los espacios informativos en el día?
25. ¿Por qué resulta tan bajo el empleo de la descripción y la narración en el discurso periodístico radiofónico y que, al final, conspira contra su humanización?
26. ¿Por qué resulta cuestionable el dominio del arte de preguntar por parte de determinados periodistas que tributan para el noticiero?
27. ¿Cómo conceptualizaría el término Humanización del discurso periodístico radiofónico?

## **ANEXO 8. GUÍA DE OBSERVACIÓN AL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL NOTICIERO AL DÍA EN EL DEPARTAMENTO INFORMATIVO Y EN EL ESTUDIO DE EDICIÓN.**

**Objetivo:** Constatar cómo periodistas y directivos se interesan durante el proceso de producción del noticiero *Al Día* por humanizar el discurso periodístico radiofónico, a partir del empleo de los recursos sonoros del medio y del establecimiento de rutinas productivas adecuadas.

**Categoría:** Humanización del discurso periodístico radiofónico.

### **Aspectos a tener en cuenta en la observación.**

**Dimensión:** discurso periodístico radiofónico.

Indicador. Utilización música, efectos de sonido y silencio.

- Si los periodistas emplean la música, los efectos de sonido y el silencio en el proceso de edición y montaje de los géneros periodísticos y si estos recursos se utilizan para humanizar el mensaje.
- Si los periodistas muestran conocimientos de las funciones de la música, los efectos de sonido y el silencio en el proceso de edición y montaje de los géneros periodísticos y si estos se ponen en función de la humanización del discurso.

Indicador. Géneros periodísticos radiofónicos empleados:

- Si los periodistas manifiestan verbalmente en la Redacción del Departamento Informativo su inclinación por utilizar uno u otro género periodístico.
- Si los directivos del referido departamento le sugieren u orientan la realización de determinado género a los periodistas y si incluyen aquellos más dados a la humanización de la noticia.

**Categoría:** cultura profesional.

### **Aspectos a tener en cuenta en la observación:**

**Dimensión:** estructura organizativa

Indicador. Espacios de socialización.

- Si en las reuniones mensuales, los periodistas y directivos discuten asuntos concernientes a la necesidad de humanizar el discurso periodístico radiofónico.
- Si en el área de la Redacción periodística, los reporteros comentan acerca de la humanización del discurso periodístico a partir de la elección del protagonista del hecho noticioso.

Indicador. Recursos tecnológicos y no tecnológicos.

- Si los periodistas manifiestan inquietudes entorno a la situación del transporte y la disponibilidad de grabadoras para las coberturas periodísticas y si ello repercute en la realización de géneros periodísticos con posibilidades de humanizar el discurso.

Indicador. Motivación material y humana.

- Si los periodistas muestran públicamente conformidad o inconformidad en relación con el salario, la estimulación salarial y el reconocimiento laboral y si ello influye en las motivaciones para asumir trabajos que impliquen la humanización del texto.

**Dimensión:** rutinas productivas.

Indicador. Recogida del material informativo.

- Si en el área de Redacción, los periodistas manifiestan su interés por realizar géneros periodísticos que jerarquicen los protagonistas de los hechos noticiosos.
- Si los periodistas recurren a las versiones digitales del resto de los medios de comunicación de la provincia (periódico *Escambray* y *Centrovisión*) para elaborar determinados géneros periodísticos en lugar de recurrir al lugar de los hechos.

Indicador. Selección, discriminación y jerarquización de la información.

- Si los directivos del Departamento Informativo orientan, en el área de Redacción, coberturas que deben realizarse de modo obligatorio por ser solicitadas por el Partido, Gobierno y organismos que actúan como reguladores externos a *Radio Sancti Spíritus*. Constatar en qué medida ello hace que las noticias de interés humano queden atrapadas en la opacidad de las notas oficiales.
- Si en el proceso de producción del noticiero, los directivos del Departamento y del espacio muestran interés por jerarquizar aquellos géneros periodísticos donde se manifieste el valor/noticia interés humano.

Indicador. Presentación del producto final.

- Si los directivos del Departamento Informativo participan en el proceso de revisión de los géneros periodísticos y del guión antes de la salida al aire del programa y si durante esa fase tienen en cuenta el tratamiento humano que se le dio a los temas y los recursos sonoros empleados para humanizar el texto.
- Si durante la salida aire del espacio se emplea adecuadamente la yuxtaposición en función de intencionar más el mensaje hacia una visión más humana de los hechos.
- Si la dirección del espacio, los locutores y el realizador de sonido ejercen con dominio sus respectivas especialidades para buscar la humanización de los contenidos.

**ANEXO 9. FUNCIONES DE LA MÚSICA.**

<b>Función</b>	<b>Descripción</b>
<b>Gramatical</b>	Separación de las partes, a manera de los signos de puntuación.
<b>Expresiva</b>	Comenta lo escuchado, crea clima emocional. Atmósfera sonora. Trasmite estados de ánimo, situaciones (alegre, triste, agitada, plácida, lírica, seca, tensa, vivaz, melancólica, fúnebre, esperanza, abatimiento, luminosidad, sombría). Contribuye a crear el ambiente peculiar requerido. Se puede usar no sólo en situaciones, sino en personajes (servicial, solidario, tierno, atildado, lleno de remilgos, etc.).
<b>Descriptiva</b>	Describe un paisaje, el decorado de determinado lugar, el escenario. Nos ubica en una época, o lugar; ambienta y sitúa.
<b>Ambiental</b>	Contenida en la escena real. Pero también puede tomar funciones expresivas (matar dos pájaros de un tiro).

Fuente: Kaplún (1994).

**ANEXO 10. FUNCIONES DE LOS EFECTOS DE SONIDO.**

<b>Función</b>	<b>Descripción</b>
<b>Ambiental o descriptiva</b>	Los efectos son empleados para describir ambientes donde se enmarca la acción narrada.
<b>Expresiva</b>	Los efectos sonoros cumplen esta función a menudo, porque sirven para transmitir emociones y estados de ánimo.
<b>Narrativa</b>	Ligan una escena con otra.
<b>Ornamental o estética</b>	Cuando el efecto sonoro tiene un valor accesorio, para dar color.

Fuente: Kaplún (1994).

## ANEXO 11. FUNCIONES DEL SILENCIO.

Función	Descripción
<b>Narrativa</b>	El silencio puede servir para expresar lo que sucede en un fuera de campo sonoro.
<b>Descriptiva</b>	Permite expresar ideas y sentimientos: Ejemplo: El rostro de la mujer expresaba el terrible dolor de la muerte (silencio).
<b>Rítmica</b>	El silencio puede servir para apoyar el ritmo de una acción. Ejemplo: Poco a poco (silencio) (pasos del personaje) Juan se aproximó al lecho (silencio) donde permanecía inerte (silencio) el cuerpo sin vida de Ana (silencio).
<b>Expresiva</b>	El silencio puede aportar dramatismo, ambigüedad, expectación.
<b>Reflexiva</b>	El silencio es utilizado para suscitar la reflexión en el oyente. El silencio informativo es empleado frecuentemente por los periodistas, en los espacios de opinión, para suscitar la reflexión del oyente.
<b>De pausa</b>	El silencio puede funcionar como signo de puntuación. Ejemplo: Las noticias recibidas provocaron un fuerte impacto en sus amigos. (silencio) Días más tarde...
<b>Otras funciones</b>	Silencio como error. Frecuente en el manejo de los equipos, se interpreta este silencio como un fallo técnico.

Fuentes: Kaplún (1994).



**ANEXO 12. TIPOLOGÍA DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS RADIOFÓNICOS.**

<b>Modos de configuración de la realidad</b>	<b>Estructura de presentación</b>	<b>Géneros</b>	<b>Actitud</b>
<b>Expresivos o testimoniales</b>	Monólogo	Comentario. Crónica.	Argumentativa. Interpretativa. Analítica. Informativa. Testimonial.
<b>Referenciales o expositivos</b>	Monólogo	Nota informativa. Reportaje.	De fidelidad escueta. Profundizadora.
<b>Apelativos o dialógicos</b>	Diálogo	Entrevista	Interrogativa. Consultiva. Cooperativa.

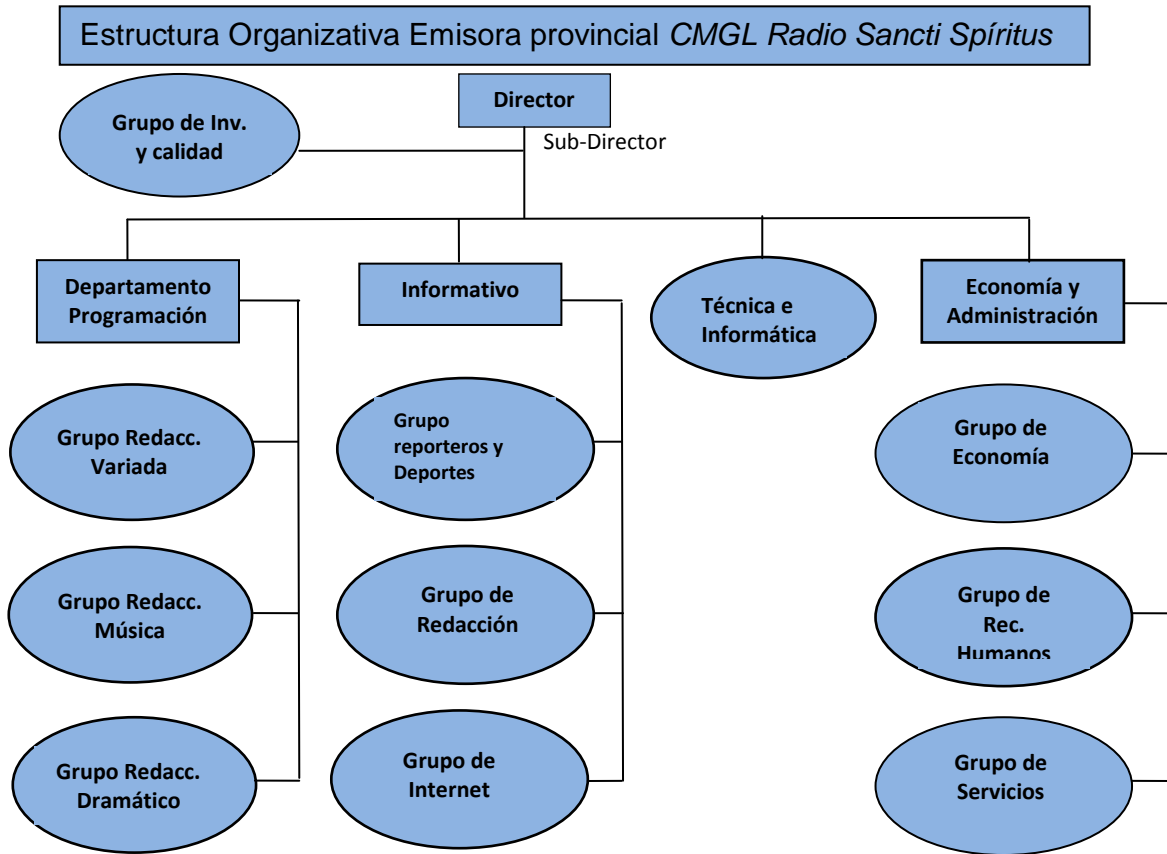
Fuentes: Cebrián (1992), Rodero (2005) y Badía (2010), adaptado por la autora.

**ANEXO 13. TIPOLOGÍA DE FORMAS ELOCUTIVAS.**

<b>Formas elocutivas</b>	<b>Concepto</b>
Narración	<p>. Es la acción de contar una o varias acciones. Ésta, deriva en una escena compleja y en un encadenamiento de escenas cuando se relata una historia.</p> <p>. Busca atraer el interés del receptor a través de un relato animado donde prevalezca un debido equilibrio entre lo contado y el modo de hacerlo.</p>
Descripción	<p>. Procedimiento que exige del lenguaje viveza y precisión para lograr la representación de cosas, seres y paisajes, incluida la explicación de sus diversas partes, cualidades y circunstancias.</p> <p>. Se utiliza para animar los objetos inanimados, para ofrecer una sensación plástica, sea paisaje o retrato.</p>
Exposición	<p>. Constituye la manera elocutiva directa de que se vale un escritor para plasmar sus ideas. Quien escribe explicita sus opiniones, sus razonamientos sobre el hecho, a través de datos reveladores y precisos.</p> <p>. La claridad, la originalidad y la brillantez son atributos característicos de la exposición.</p>
Diálogo	<p>. Se logra a través del intercambio discursivo entre dos personas o personajes, posee el objetivo primordial de provocar el interés del receptor.</p> <p>. Debe ser significativo, que exprese determinado contenido. El sentido de lo que se dice tiene que estar en consonancia con lo que revela y en virtud de la situación en que se encuentra el personaje.</p> <p>. Debe ser natural, despojado de barroquismo expresivo, rebuscamiento, amaneramiento o pedantería.</p>

Fuentes: Martín Vivaldi (1990), Alonso (1970), Báez y Porro (1983) y Ortega (2003), adaptado por la autora.

**ANEXO 14. ORGANIGRAMA CMGL, RADIO SANCTI SPÍRITUS.**



Fuente: Documentos rectores de la Emisora.

**ANEXO 15. PROGRAMACIÓN CMGL, RADIO SANCTI SPÍRITUS.**

<b>Programas de lunes a domingo</b>		
Función divulgativa	5	7.7%
Función de orientación	7	10.8%
Función cultural	9	13.8%
Función informativa	9	13.8%
Función recreativa	35	53.9%
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>

## ANEXO 16. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA AMPLITUD, LA DIVERSIDAD Y LA SENSIBILIDAD DE LA MIRADA INFORMATIVA.

**TABLA 1. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN LOS PROTAGONISTAS HUMANOS Y NO HUMANOS EN LOS TITULARES DEL NOTICIERO AL DÍA.**

Total de titulares: 112		Protagonistas de los titulares del noticiero			
Verbales: 99 88.4%	Nominales: 13 11.6%	Humanos: Total 26		No humanos:	No definidos
		Individuales: 23.0%	Colectivos: 11.0%		
Total				21	54
%				18.7%	48.4%

**TABLA 2. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LOS PROTAGONISTAS HUMANOS Y NO HUMANOS EN LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DEL NOTICIERO AL DÍA.**

Total de géneros periodísticos (422)	Protagonistas (total 429) Humanos (67 para un 15.6 %)										
	Humanos Individuales (Total 31 para un 7,2 %)		Humanos colectivos	No humanos	Ocupación						
	D	D			C	A e I	T	E	O		
	M	H									
Total	12	19	36	362	11	8	5	4	2	1	0
%	38.7	61.3	8.4	84.4	35.5	25.8	16.1	12.9	6.5	3.2	0

Leyenda: Dirigentes (D), Deportistas (D), Campesinos (C), Artistas e Intelectuales (A e I), Trabajadores (T), Estudiantes (E), y Otros -amas de casa, jubilados- (O).

**TABLA 3. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LOS ESCENARIOS DONDE SE SITUAN A LOS PROTAGONISTAS EN LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DEL NOTICIERO AL DÍA.**

	Protagonistas (humanos y no humanos) Total (429)	
	Zona Urbana	Zona Rural
Total	334	95
%	77.8	22.2

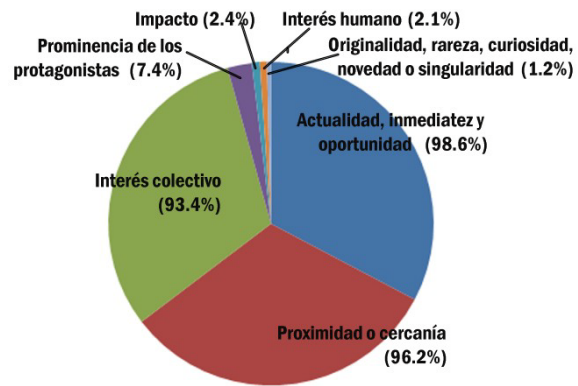
**TABLA 4. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LAS FUENTES UTILIZADAS EN LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DEL NOTICIERO *AL DÍA*.**

Fuentes	Institucionales.	No institucionales.	Agencias.	
			PL	AIN
Total	392	25	56	42
%	94.0	0.6		

**TABLA 5. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LAS TEMAS UTILIZADOS EN LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DEL NOTICIERO *AL DÍA*.**

Temas tratados.				No citada la fuente.
Económicos	Sociales	Políticos	Otros (históricos, científico-técnico...).	
183	161	53	35	19
42.4	37.3	12.2	8.1	

**ANEXO 17. RESULTADOS DE LA MANIFESTACIÓN DE LOS VALORES/ NOTICIA EN LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DEL NOTICIERO AL DÍA (15 DE OCTUBRE AL 15 DE NOVIEMBRE 2013).**



## **ANEXO 18. ENTREVISTA A LUIS SEXTO, PREMIO NACIONAL DE PERIODISMO JOSÉ MARTÍ.**

### **1. ¿A qué atribuye que la mirada informativa se haya desplazado más hacia las instituciones y los datos abstractos, que a las personas?**

*En primer término, la mirada incide fundamentalmente en instituciones y datos numéricos o abstractos, porque hemos derivado hacia un modelo de prensa en que predomina la tendencia propagandística. Suelen estos artículos, reportajes, entrevistas e informaciones dirigidos a exaltar lo bueno que se hace sin reparar en lo negativo que subyace en la acción institucional y en las actitudes institucionales. La propaganda suele estar deshumanizada, alejada de la verdadera fibra humana, del esfuerzo humano, del interés humano, de las deficiencias humanas. El periodismo propagandístico es como uno de esos dirigibles que en otros países sirven para anunciar, por ejemplo, una marca de gomas: Use good year. Y así el globo permanece en el aire.*

*Por otra parte, salvo algunos periodistas y editores de talento, nuestros medios están desprofesionalizados. Y los nuevos periodistas, sin experiencia, y a veces con maestros mediocres, tienden a repetir lo que abunda: la vaciedad, el facilismo, la falta de interés humano e informativo.*

*Habría, pues, que tener en cuenta que el periodismo debe humanizarse doblemente: primero, poner al hombre y la mujer en el primer plano, y segundo, que el producto periodístico esté tan bien realizado que sea aceptado por un lector ávido de reconocerse y de reconocer a su país.*

### **2. ¿Hasta qué punto la deshumanización del discurso periodístico incide en que la ciudadanía pierda interés por la prensa?**

*Está claro: si el ciudadano común y corriente no se ve en la prensa, pierde interés en los medios. Si continúa recibiendo a los seres humanos y a sus acciones, como marionetas, sin que aparezca como un héroe en su medio, con sus limitaciones y sus esfuerzos por trascender la insuficiencia. Evidentemente, no sabemos hallar lo más humano del ser humano. El periodista no puede conformarse con presentar a una mujer que es una excelente e incansable vaquera y ponerla a hablar como una petulante, envanecida de su trabajo. Esa sería superwoman, o superman si es varón. Nunca un ser humano exigiéndose el extra sin dejar de ser un hombre o mujer que sufre y se cansa.*

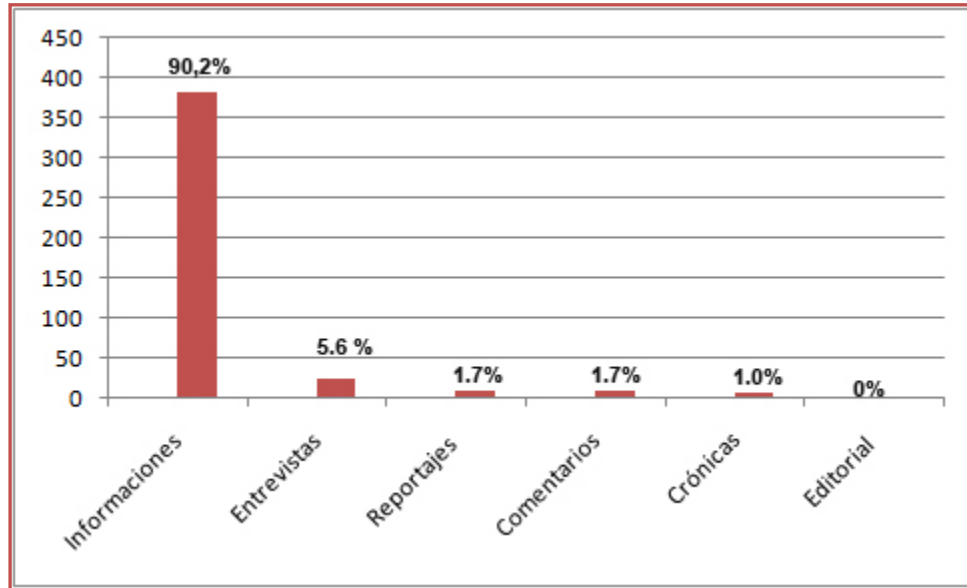


*Necesitamos, pues, hallar el detalle que evidencie el valor humano de esa mujer vaquera. Habría que mirarle las manos, y verle quizás un atisbo de su feminidad heroica en las uñas pintadas. Porque una vaquera que ya no se preocupe por esos detalles, está más bien deshumanizada. Siempre habrá un detalle que nos las presente como una mujer que no olvida los rasgos que ennoblecen y embellecen su condición. Ahí radica el interés humano. Para saber hallar esos resortes que hagan interesante a un enunciado periodístico hace falta mucho más que aprobar los exámenes en la facultad de comunicación. Hace falta conocer la vida, haberla vivido para saber dónde se halla el detalle que evita que un hombre o una mujer se conviertan en autómatas de la publicidad.*

**3. ¿Cómo conceptuaría la Humanización del discurso periodístico (radiofónico)?**

*Me parece que, ajustándose a las posibilidades del medio, debe tener en cuenta algo de lo que he dicho y mucho más de lo que no he dicho.*

**ANEXO 19. RESULTADOS DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS UTILIZADOS EN EL NOTICIERO *AL DÍA* (15 DE OCTUBRE AL 15 DE NOVIEMBRE 2013).**



**ANEXO 20. RESULTADOS DEL EMPLEO DE LAS FORMAS ELOCUTIVAS EN EL NOTICIERO *AL DÍA* (15 DE OCTUBRE AL 15 DE NOVIEMBRE 2013).**

