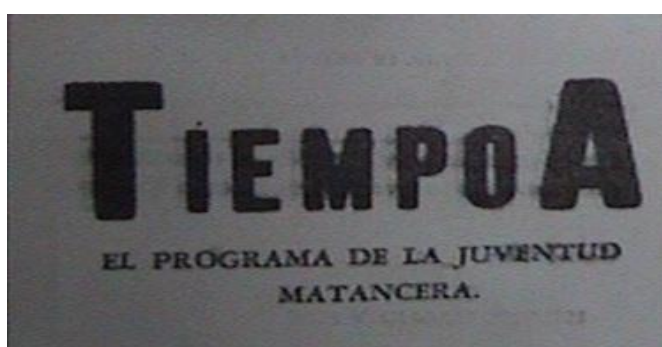


Universidad de Matanzas  
"Camilo Cienfuegos"  
Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades  
Departamento de Periodismo



## TRABAJO DE DIPLOMA EN OPCIÓN AL TÍTULO DE LICENCIADO EN PERIODISMO



*Título: Propuesta de un plan de mejoras que posibilite elevar la calidad y el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas.*

*Autora: Yailenys Ramírez Torres*

*Tutora: Lic. Yirmara Torres Hernández*

*Consultante: Daymette Montenegro Morales*

**Matanzas, junio de 2013.**

*Pensamiento:*

*“La radio se conoce por fuera y se desconoce por dentro, Todos sabemos qué dice, pero no sabemos a ciencia cierta, cómo lo dice, por qué lo dice y cómo llega hasta nosotros.”*

*Jimmy García Camargo*

# NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

\_\_\_\_\_  
Presidente del Tribunal.

\_\_\_\_\_  
Miembro del Tribunal.

\_\_\_\_\_  
Miembro del Tribunal.

## *Agradecimientos*

*A mis tutoras, por la paciencia y dedicación.*

*A las personas entrevistadas. A Tany, Albertico, Rafael y Domingo, porque con sus testimonios lograron que me enamorara de Tiempo A, que me enamorara de mi Tesis.*

*A la profe Nery, por su ayuda tan oportuna e incondicional.*

*A todas las personas que contribuyeron al desarrollo de esta investigación. A la subdirectora del IPVCE de Matanzas, al Departamento de Recursos Humanos de la Fábrica de cubos, a la Directora y profesores del Politécnico de Economía, al Director del Pre Universitario Henrique Hart. A la UJC municipal y a los trabajadores de la gerencia de EFCSA de la provincia. Gracias.*

*A la dirección y el Departamento Metodológico de la emisora Radio 26, por su apoyo y preocupación. A Leo, por su contribución.*

*A mi primo Yelián, por su ayuda desinteresada y valiosa.*

*A mis vecinos, por prestarme sus computadoras y abrirme las puertas de sus casas, sin su ayuda esta Tesis no hubiera sido posible: a Vivian, Yaquelín, Carlitos, Norge. Gracias.*

*A Luis Manuel, por el transporte y la ayuda desinteresada.*

# *Dedicatoria*

*A mi familia, por ser una pieza imprescindible en ese puzle que se llama vida.*

*A mi mamá, por darme la vida, por ser mi ejemplo, por la confianza, porque sin su dedicación, cariño y educación, no sería la persona que hoy soy. Porque todo lo que soy y tengo te lo debo a ti. Por todo. Esta Tesis también es tuya.*

*A mi abuela Mima, por enseñarme, sin proponérselo siquiera, como convertir en fortalezas los tropiezos de la vida y sacar provecho de las dificultades diarias.*

*A mi hermano, porque lo quiero aunque no se lo diga.*

*A Osme, por los años, el amor, la confianza, por ayudarme a encontrar mi seguridad, por exigirme siempre más de mí misma, por ser mi confidente y hacer de mí una mejor persona cada día. Por existir.*

*A mis tíos Yoenis y Alberto, porque desde la distancia me apoyan y confían en mí.*

*A mi suegra, por quererme como una hija más.*

*A mis amistades, por estar siempre en las buenas y malas: a Maricé, Diadenis, Darilainys, Lisbet, Mariannis, Pedrito y Gabriel.*

*A mí, porque creo que me lo merezco, porque esta Tesis es el resultado de muchos años de estudio, esfuerzo y dedicación, que hoy se ven recompensados.*

## **Resumen**

La presente investigación es mixta, predominantemente cualitativa. Tiene como objetivos seleccionar las principales corrientes teórico-metodológicas para la medición de niveles de audiencia, calidad y los estudios sobre la Radio, determinar el nivel de audiencia que tiene el espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 entre los jóvenes del municipio de Matanzas, e identificar las condicionantes que inciden en el nivel de audiencia del mismo entre dicho público. También contempla dentro de sus objetivos caracterizar el espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas y evaluar la calidad del mismo de acuerdo a los parámetros que establece el Manual de la Calidad para los programas radiales. La búsqueda bibliográfica realizada permitió establecer las bases teóricas y referenciales por las que se encaminó la investigación. Además se utilizaron varios métodos y técnicas que permitieron el desarrollo del estudio. A nivel teórico se emplearon los métodos Análisis y síntesis, el Histórico-lógico y la Modelación. Los métodos empíricos utilizados fueron la Observación, Revisión bibliográfica-documental, la Encuesta, Entrevista en profundidad y Entrevista grupal. Como resultados importantes obtenidos, se propuso un Plan de mejoras para elevar la calidad y el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 para los jóvenes del municipio de Matanzas. La importancia de este estudio radica en que estudia la audiencia del espacio entre sus destinatarios o público meta (jóvenes entre 15 y 29 años) y no en la población general como en anteriores exploraciones y constituye un referente bibliográfico en la historia de Tiempo A.

## Summary

The present investigation is mixed, predominantly qualitative. It has like objectives to select the principal theoretic currents methodological for the measurement of levels of audience, quality and the studies on the radio, determining audience's level that has the space-time to of the broadcasting station Radio 26 among young people of Matanzas's municipality, and identifying the contributing factors that have an effect on audience's level of the same among the aforementioned public. Also it contemplates within his objectives characterizing the space-time to of the broadcasting station Radio 26 of the province Killings and evaluating the quality of the same according to the parameters of the Manual of quality for radial programs. The bibliographic realized quest permitted establishing the theoretic and referential bases that the investigation put on the right road itself for. Besides they utilized several methods and techniques that permitted the development of investigation. Level theorist Analyses and synthesis, the logic Historic and the Modelation used the methods themselves. Empiric utilized methods were the Observation, bibliographic documentary Revision, the opinion poll, Interview in depth and group interview. Like important obtained results, he intended a Plan of improvements to lift the quality and space audience's level Time To of the broadcasting station I Radiate 26 for young people of Matanzas's municipality. The importance of this study lies in that he goes into the space audience among his addressees or public, introduce (young people among 15 and 29 years) and no in the general population like in previous explorations and he constitutes one referent bibliographic in the time history to.

## ÍNDICE:

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1-5</b>
<b>CAPITULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>6-30</b>
1.1. Breve historia del surgimiento de la Radio .....	6-7
1.1.1. La Radio cubana entre las primeras del mundo .....	7-8
1.2. Llega la Radio a Matanzas .....	8-13
1.3. Tiempo A: una producción grande.....	13-16
1.4. Importancia y función social de la Radio .....	16-18
1.5. Niveles de audiencia: principales definiciones .....	18-20
1.6. Planificación y características de los programas de Radio.....	20-24
1.6.1. Grupos y formas de los programas de Radio .....	24-25
1.7. Programas radiales para jóvenes.....	25-27
1.8. Definiciones generales de calidad: el principio de la calidad en Radio.....	27-29
<b>CAPITULO II: DISEÑO METODOLÓGICO Y APLICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO.....</b>	<b>31-43</b>
<b>CAPITULO III: Análisis de los resultados. Propuesta de un plan de mejoras para elevar la calidad y el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 para los jóvenes del municipio de Matanzas.....</b>	<b>44-61</b>
3.1. Las causas que han incidido en la calidad de su realización.....	44-46
3.1.1. La música como hilo conductor, en el centro de la calidad .....	46-49
3.1.2. El balance temático, el guión y la locución, esenciales en el proceso de realización.....	50-53
3.1.3. Trabajo de mesa y análisis sistemático del nivel de realización del programa.....	53-54
3.1.4. Retroalimentación y factibilidad económica.....	54-56
3.2. Las causas que han incidido en la disminución de la audiencia juvenil de dicho espacio.....	56-59
3.3. Propuesta de un plan de mejoras para elevar la calidad y el nivel de audiencia del espacio tiempo a de la emisora radio 26 para los jóvenes del municipio de Matanzas.....	59-61
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>62</b>



<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>63</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>64-65</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>66-85</b>

## *Introducción*

“La radio es uno de los más espectaculares descubrimientos de la mente humana siempre alerta, siempre en busca de nuevos caminos. La radio es un lazo invisible entre el individuo y la sociedad, y forma parte, por supuesto, de la opinión pública.” (Minkov, 1988).

No en vano se escucha a menudo decir que la radio no es un medio de comunicación, sino un medio de imaginación, pues la radio construye un mundo que depende de la creatividad de artistas y técnicos para motivar fantasías en oyentes de todas las edades. Con palabras, música, efectos y silencios, la radio permite a sus oyentes viajar a lugares distantes, en épocas y circunstancias disímiles. Es indispensable en caso de huracanes, terremotos, entre otras catástrofes, pues informa, alerta y difunde normas e instrucciones para radioescuchas pendientes del acontecer nacional e internacional.

Gracias a los medios de difusión masiva se han estrechado notablemente los contactos entre los pueblos y las personas; el mundo se ha vuelto más pequeño, pues los medios de comunicación contribuyen directamente a la eliminación de diferencias demográficas, étnicas y culturales. Sin embargo, es evidente que las grandes transformaciones económicas, políticas, tecnológicas y sociales del mundo actual, han impactado grandemente en los medios de comunicación y en las nuevas generaciones, incidiendo con mayor profundidad en los jóvenes, uno de los sectores más importantes de la sociedad.

Aun cuando muchas personas, en especial los adultos, disfrutan de un programa radial bien elaborado, se hace evidente que las nuevas tecnologías, específicamente la Internet y los aparatos reproductores de música y vídeo, como Mp4, Ipod, Iphone, teléfonos celulares, entre otros, han ido desplazando a un segundo plano los medios de comunicación tradicionales como la Radio.

La radio es un medio de comunicación masiva que juega un importante papel en la sociedad, pues además de educar y mantener informada a la población, también brinda entretenimiento sano. Para hacer más extensivo el alcance de este medio en nuestro país existen las estaciones de radio provinciales y varias emisoras locales que desempeñan una ardua labor educativa y social con la población. Un ejemplo de ello es Radio 26, la emisora provincial de Matanzas, que contiene una amplia

programación de emisiones radiales con carácter periodístico, científico, educacional, cultural, musical, social, deportivo, entre otros. El espacio por excelencia de la emisora Radio 26 dedicado a los jóvenes matanceros es Tiempo A, objeto de estudio de esta investigación.

Algunos sondeos y estudios generales sobre la audiencia y preferencia de los espacios que emite Radio 26, arrojan como resultado que la audiencia que tiene Tiempo A no es deficiente, pero la cantidad de adultos que escuchan el mismo sobrepasa en gran medida a los jóvenes, quienes constituyen el Destinatario del espacio.

Con anterioridad no se había realizado ninguna investigación que abarcara la audiencia y la calidad del programa, y los estudios de audiencias incluían a todos los públicos, sin una intencionalidad hacia los jóvenes en particular.

La presente investigación hizo especial énfasis en el análisis del nivel de audiencia entre los jóvenes y la calidad que tiene el espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas, y propuso un plan de mejoras que pueden contribuir a solucionar las dificultades detectadas en el diagnóstico realizado.

De este modo se presenta el siguiente **problema científico**: ¿Cómo elevar la calidad y el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 para los jóvenes del municipio de Matanzas?

De esta manera se define como **objetivo general**: Proponer un plan de mejoras que posibilite elevar la calidad y el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 para los jóvenes del municipio de Matanzas.

Las **preguntas de investigación** que se tomaron en cuenta para el desarrollo de la investigación fueron:

- ¿Cuáles son las principales corrientes teórico-metodológicas para la medición de niveles de audiencia, calidad y los estudios sobre la Radio?
- ¿Qué nivel de audiencia tiene el espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 entre los jóvenes del municipio de Matanzas?
- ¿Qué condicionantes inciden en el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 entre los jóvenes del municipio Matanzas?

- ¿Qué características presenta el espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas?
- ¿Qué calidad tiene el espacio Tiempo A de la emisora provincial Radio 26 de acuerdo a los parámetros del Manual de calidad para los programas radiales, *Manual: Metodología de la programación radial*?

Las **tareas de investigación desarrolladas** fueron:

- Selección de las corrientes teórico-metodológicas fundamentales para la medición de niveles de audiencia, calidad y los estudios sobre la radio.
- Determinación del nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 entre los jóvenes del municipio de Matanzas.
- Identificación de las principales condicionantes que inciden en el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas.
- Realización de un análisis de contenido del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas.
- Evaluación de la calidad del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas a partir de los parámetros establecidos por el Manual de Calidad para los programas radiales, *Manual: Metodología de la programación radial*.

El objeto de estudio de esta investigación lo constituyen **la calidad y el nivel de audiencia** del espacio Tiempo A, y el campo de acción es **el espacio Tiempo A**.

La premisa de investigación es: **El espacio Tiempo A, de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas, ha sido desde sus inicios el programa radial de la juventud matancera por excelencia. A partir de los últimos años por determinadas causas que han incidido en la calidad de su realización, ha provocado la disminución de la audiencia juvenil del mismo, por lo que un plan de mejoras contribuirá a elevar la calidad y el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de Radio 26 para los jóvenes del municipio de Matanzas.**

Las categorías de análisis fueron **las causas que han incidido en la calidad de su realización y las causas que han incidido en la disminución de la audiencia juvenil de dicho espacio.**

La investigación responde al paradigma cualitativo, aunque se haya utilizado la encuesta debido a que su finalidad es la obtención de información que aporta a las valoraciones cualitativas que se efectúan durante el estudio. El método de investigación particular de la metodología cualitativa desarrollado fue el estudio de caso único inclusivo.

Esta investigación tiene carácter descriptivo analítico porque el análisis permitió describir y caracterizar el fenómeno estudiado así como especificar sus propiedades, rasgos o tendencias y facilitó desarrollar una serie de propuestas encaminadas a disminuir las causas descritas.

Los métodos teóricos desarrollados en la presente investigación parten del presupuesto filosófico del materialismo dialéctico e histórico, del mismo se derivó la utilización de los siguientes métodos teóricos por la autora del trabajo: **análisis y síntesis, histórico-lógico y modelación.** Este último consistente en la elaboración de la propuesta del plan de mejoras a partir de los resultados obtenidos con la aplicación del resto de las técnicas y métodos explicados en esta investigación.

Dentro de los métodos empíricos fueron utilizados: **la observación, la revisión bibliográfica-documental, la encuesta, la entrevista en profundidad, la entrevista grupal y el análisis de contenido.**

**El universo** de esta investigación fueron los actores que intervienen en el proceso de producción-transmisión- recepción del espacio Tiempo A y **la población** estudiada son los jóvenes de 15 a 29 años del municipio Matanzas, especialistas de la Radio, fundadores del espacio y el colectivo de realización del espacio Tiempo A.

Para el muestreo se tomó una muestra no probabilística e intencional para los jóvenes entrevistados, a partir de un muestreo por cuotas. Además de un muestreo de casos ideal-típicos para los especialistas de la Radio, el Colectivo de realización del espacio Tiempo A y sus fundadores. Los criterios de selección se explicitan en el Segundo Capítulo.

Dentro de la bibliografía consultada y los documentos rectores que contribuyeron notablemente a la presente investigación fueron el *Proyecto de manual*

*metodológico. La investigación social en la radio y la televisión*, de Marcia Mellado Vera, Mayra Fragu Echegoyen y Gerardo Calderín Gaínza, el Manual de la calidad para programas radiales, *Manual: metodología de la programación radial*, documento rector del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), y los sondeos de audiencia y preferencia mencionados anteriormente. Como referente bibliográfico internacional se utilizó en la investigación el estudio *Investigaciones de Audiencias: un problema de mucha actualidad en la radio a nivel mundial*, de Arnaldo Coro Antich.

La novedad e importancia de esta investigación radica en que estudia la audiencia del programa entre sus destinatarios o público meta (jóvenes entre 15 y 29 años) y no en la población general como en anteriores exploraciones; se hace un análisis de las condicionantes que influyen en los niveles de audiencia entre los jóvenes, a partir de los parámetros de calidad que establece la Radio Cubana para los programas de este tipo, lo que permite, a partir de la investigación, proporcionar al departamento de Programación de la emisora un plan de mejoras para elevar la calidad y la audiencia del espacio Tiempo A. Además, esta investigación representa un referente bibliográfico en la historia de una emisión radiofónica que es sin dudas, un emblema de la emisora Radio 26 y puede servir de punto de partida para realizar investigaciones más profundas que permitan conocer la audiencia del programa entre los jóvenes en toda la provincia.

Este Trabajo de Diploma consta de una Introducción, está estructurado en tres capítulos, el **Capítulo I: Fundamentos teóricos de la Investigación**, recoge las bases teóricas y referenciales de la investigación, necesarias para desarrollar el presente estudio. En el **Capítulo II: Diseño Metodológico y aplicación del procedimiento**, se especifica el procedimiento metodológico a seguir, y se explican los métodos y técnicas empleados para desarrollar la investigación.

En el **Capítulo III: Resultados de la Investigación**, se explican los resultados obtenidos con la investigación. Incluye las Conclusiones y Recomendaciones derivadas del decurso investigativo efectuado, así como la Bibliografía consultada y los Anexos necesarios para la mayor comprensión de la investigación.

## **Capítulo 1: Fundamentos teóricos de la investigación**

### **1.1 Breve historia del surgimiento de la radio**

Aun cuando fueron necesarios muchos descubrimientos en el campo de la electricidad hasta llegar a la radio, su nacimiento comienza en el año 1873, período en que el físico británico James Clerk Maxwell publicó su teoría sobre las ondas electromagnéticas. En 1875, Graham Bell propicia el nacimiento de la telefonía; consiguió que los sonidos pudieran propagarse a través de un cable. Pero no solo la telegrafía y la telefonía intervinieron en la aparición de la radio. Otros fenómenos fueron iguales o más importantes que éstos. El descubrimiento y la posterior medición de las ondas electromagnéticas, también llamadas Hertzianas, en honor a Heinrich Hertz, en 1887, propiciaron la creación del primer receptor de radio. Sin embargo, al decir de Rodríguez (1981: 23), hasta la llegada de la telegrafía sin hilos, de la mano de Guillermo Marconi, la transmisión era muy limitada. La aportación de Marconi permitió que las señales sonoras pudieran propagarse a algo menos de 20 Kilómetros de distancia. Según Rodríguez (1981: 24), aun cuando fueron Maxwell y Hertz los iniciadores de la Radio, el ingeniero electrotécnico Guglielmo Marconi está considerado universalmente el inventor de la radio, pues en 1896 consiguió transmitir señales desde la distancia de 1,6 km.

A principios de 1901 consiguió enviar señales a más de 322 km. de distancia, y a finales de ese mismo año transmitió una carta entera de un lado a otro del océano Atlántico. Lógicamente el sistema tenía sus imperfecciones, porque, por ejemplo, este aparato no podía transportar palabras ni sonidos musicales. No será hasta el siglo XX, cuando las aportaciones de Alexander Fleming permitirán la transmisión de la voz humana. A partir de ese momento se iniciaría, de verdad, la radio que hoy conocemos. En 1902 ya se enviaban de forma regular mensajes transatlánticos y en 1905 muchos barcos llevaban equipos de radio para comunicarse con emisoras de la costa. Aunque no fue ésta su finalidad original, pronto se pensó en la posibilidad de utilizar la radio como medio de comunicación de masas. La historia de la radio en el mundo señala que desde 1918 se venían realizando en distintos países experimentos relacionados con las transmisiones radiales. A partir de 1920 se llevaron a efecto las primeras transmisiones radiales de la KDKW, instalada en Pittsburgh, estado de Pennsylvania, Estados Unidos. Desde que se pueden amplificar las señales eléctricas correspondientes a los sonidos, que hicieron posible

la radiodifusión, se impuso la necesidad de diseñar mensajes, saber a quiénes se les debía informar, y las características y composición de los públicos potenciales. Al decir de Rodríguez (1981:24), en la década de los años 20 del pasado siglo, la radio fue conformada como un medio de mayores posibilidades que sus antecesores, por lo que se desarrolla en todos los continentes casi simultáneamente, aun cuando sus necesidades tuvieran al inicio diferentes motivaciones tanto económicas como culturales.

### **1.1.1 La Radio cubana entre las primeras del mundo**

Según Najarro (2007:12), Cuba fue uno de los primeros países de América en contar con servicios de radio y televisión. Se cree que el primer hombre que realizó experimentos de radio desde suelo cubano fue el ingeniero norteamericano Frank H. Jones, quien operó en 1912 desde el Central Tuinicú, en Sancti Spíritus, un transmisor de chispas de dos kilovatios. La Primera Guerra Mundial paralizó sus actividades, que se reiniciaron el 10 de octubre de 1922, con el surgimiento de la primera emisora radial cubana denominada PWX, un transmisor de escasa potencia instalado también por la Cuban Telephone Company, en el edificio de esa empresa monopolista. La primera transmisión de esta emisora fue un discurso inaugural del entonces presidente de la república Alfredo Zayas.

Las primeras programaciones comprendían el estado del tiempo, las últimas noticias, la hora y la interpretación de piezas musicales en vivo. “En 1920, el músico cubano creador del género criolla, Luis Casas Romero, considerado el padre de la Radio cubana, junto a su hijo Luis Casas Rodríguez, instala la planta de radioaficionados, Q2LC, de cinco watts, en la banda de setenta y cinco a ciento cincuenta metros. Posteriormente, Luis Casas Rodríguez construye otra pequeña emisora de diez watts, que previo permiso de la Secretaría de Comunicaciones, sale al aire como radiodifusión, con las siglas 2LC.” (Najarro, 2007: 13).

Esta inicia sus transmisiones el 22 de agosto de 1922, aunque no se inaugura oficialmente hasta el 16 de abril de 1923. La 2LC es la primera emisora que pone su señal en el éter desde suelo cubano, dando la hora con el cañonazo de las nueve y el parte del observatorio nacional de forma regular.

Desde el inicio de la radiodifusión hasta la década de los años 30, la radio en Cuba mantuvo una programación basada fundamentalmente en la información y el entretenimiento, y ya en los años 50, salvo contadas excepciones, tanto los servicios



de radio como de la televisión pertenecían a las clases dominantes poseedoras del poder político, que los utilizaban para imponer patrones ideológicos y culturales convenientes para sus fines e intereses.” (Rodríguez, 2007: p 24).

Según Rodríguez (2007: 24), el 24 de febrero de 1958 sale al aire desde la Sierra Maestra, Radio Rebelde, emisora de la Revolución fundada por Ernesto Che Guevara, y con ella comienza una nueva etapa en la historia de la radio en Cuba.

Antes del triunfo de la Revolución, el monopolio de la radio y la televisión, con el respaldo de firmas norteamericanas y capitales nacionales, mostraba un sólido andamiaje. Se inició la venta de libretos y cintas grabadas de programas a más de diez países de América Latina, y con esto la radio cubana, con un carácter capitalista en aquella época, era una fuente de deformación y penetración ideológica no sólo para Cuba, sino que se extendía a otros pueblos.

La situación cambió luego del triunfo de la revolución, pues se trabajó para que la señal de radio pudiera ser captada en todo el territorio nacional y que esta estuviera al servicio del desarrollo socioeconómico, con una red de emisoras nacionales, provinciales, municipales y locales que integran el subsistema de la radio cubana. En el año 1962 se crea el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), un organismo perteneciente al Estado cubano y de carácter público que se encarga del control de las emisoras de radio y televisión.

## **1.2 Llega la Radio a Matanzas**

A partir de las investigaciones realizadas por varios trabajadores de la radio matancera y especialmente, tras los acuciosos estudios llevados a cabo por el periodista e historiador, Licenciado Reynaldo González Villalonga, se revela que la emisora CMGF, del Doctor Salvador de la Torre, profesor del Instituto de Segunda Enseñanza de Matanzas, fue la primera del territorio en poner su señal al aire, el 22 de Abril de 1928. Ocho días después, se transmite el primer programa en vivo con la orquesta de 22 profesores, dirigida por el maestro Rogelio Dihigo Vázquez, cuya presentación fue hecha inmediatamente después del tema musical de la planta. (Antecedentes generales sobre el desarrollo de la Radio en Matanzas, archivos Radio 26 /s.a/)

Por esa época sólo unos pocos aficionados a este medio de comunicación podían darse el lujo de poseer un aparato receptor de radio de los que, justamente en los primeros meses de 1928, comenzaron a llegar a Matanzas.

Anteriormente, en 1925, el entusiasta radioaficionado Félix U. Casas Rodríguez, director del periódico “El Imparcial”, reproducía los programas de las plantas capitalinas, y mediante un equipo altoparlante, instalado en una de las ventanas exteriores del periódico, realizaba la transmisión simultánea de las emisoras capitalinas CMW, y la PWX, de la Cuban Telephone Co. cuando éstas transmitían eventos deportivos de cierta importancia.

El 4 de Septiembre de 1929 fue inaugurada la segunda planta de radio de Matanzas, la CMGB, propiedad del comerciante José Añorga, e instalada en la Calzada de Tirry No. 18. Fue construida también por el ingeniero Bernabé de la Torre, con una potencia de 5 watts y salía al aire en los 1,185 kilociclos.

El 23 de Noviembre de 1929 fue inaugurada oficialmente la CMGC de la Casa Mechoso bajo sus siglas originales, 5-O.M., con un estudio debidamente condicionado y con lo que fue el primer intento de noticiero radial de esta provincia. (Antecedentes generales sobre el desarrollo de la Radio en Matanzas, archivos Radio 26 /s.a/)

Este epígrafe resume la trayectoria de la emisora matancera desde que fue inaugurada en 1930 por los hermanos Alberto, Octavio y Julio Álvarez. Este hecho ocurrió en la calle de Manzaneda No. 33 y fue la popular CMGH.

En 1932, los hermanos Álvarez otorgaron la concesión de permisionario al señor Manuel García Álvarez, quien mantuvo las siglas originales de la CMGH, pero le introdujo el título de “Emisora de los Trajes Rialto”, de cuya fábrica era propietario. Como “La Casa Mechoso”, instaló estudios, cabina de control, redacción y equipos en la calle de Santa Teresa No. 25, entre Bonifacio Byrne y Maceo.

Manuel García Álvarez tuvo que trasladar los estudios de la calle Santa Teresa para el kilómetro 101 de la Carretera Central, donde estaba el equipo emisor.

Este cambio, que aparentemente entrañaba un alivio económico, resultó un fracaso desde el punto de vista artístico, porque ubicada en el centro de la ciudad era fácil gestionar la presencia de artistas de fama nacional en los estudios, que venían contratados para el teatro Sauto, y a quienes les convenía promover sus presentaciones a través de la radio local. Por esa vía actuaron ante los micrófonos de Radio Rialto artistas de fama internacional como Ernesto Lecuona, Bola de Nieve, Esther Borja, Zoraida Marrero, Miguel de Grandy y otros cubanos de

renombre, así como los extranjeros Juan Arvizu, Tito Guizar, Mercedes Simone, Jorge Negrete y José Mojica.

Algunos de los locutores de la primera etapa de la radio en Matanzas fueron Arturo Hernández, José Sust, Luis de la Concha, Miguel Alonso Benítez, Ramón Armando de Zayas, Ernesto Darna González, Manolo Serrano, Eusebio Valls y Manolo Mechoso. También trabajaron en la emisora, ante los micrófonos de Radio Rialto, Gaspar Pumarejo y René Miranda. Entre los operadores más destacados de la primera etapa de la emisora de Radio Rialto se encuentran Jorge Gómez Freyre y Conrado Forte. Además sobresalían los hermanos Sempé, y el maestro de casi todos los operadores de Radio Rialto, Ramón Fernández Morales; en la planta trabajaba Juan Antonio Diez González.

A la muerte de Manuel García Álvarez en 1943, el locutor Ramón Armando de Zayas consiguió que el senador Ricardo Campanería Valdés aportara la cantidad de \$3 500.00 para la adquisición de Radio Rialto. Cuando Campanería se percató de que le resultaba imposible atender a sus clientes políticos y encarar la administración de la radio, le cedió la emisora a Zayas mediante un convenio. Así, Zayas se convirtió en propietario de la planta a la que puso el nombre de “Radio Matanzas”. También cambió la última letra de las siglas de la emisora, por lo que la antigua CMGH se convirtió en CMGW. (Antecedentes generales sobre el desarrollo de la Radio en Matanzas, archivos de Radio 26. /s.a/)

Imposibilitada de sostenerse mediante la publicidad comercial, Radio Matanzas derivó hacia la propaganda política. Hasta los programas informativos se vieron permeados por el aluvión de anuncios electorales. Apenas asumió el control de la emisora, Zayas trasladó los estudios del viejo caserón del kilómetro 101 hacia la casa marcada con el número 90 de la calle de Manzano, entre Santa Teresa y Zaragoza. Cuando en 1939 la emisora empezó a funcionar en los nuevos estudios de Santa Teresa # 25, contaba con medios materiales tales como un equipo emisor de 500 watts de potencia, situado en el kilómetro 101 de la Carretera Central, que disponía de un monitor de modulación marca “Gate”, y dos mástiles con su correspondiente antena.

En los estudios había un amplificador de control remoto, otro de marca “RCA Víctor” para bocinas interiores, un tercer amplificador con su consola para dirigir la señal hacia las torres de transmisión, dos micrófonos direccionales marca “Turner”, un

preamplificador para tres micrófonos, y dos máquinas de escribir marcas “Remington” y “Royal”. (Antecedentes generales sobre el desarrollo de la Radio en Matanzas, archivos de Radio 26. /s.a/)

Esta situación técnico-material se mantuvo invariable hasta que Cuco Zayas adquirió la emisora en 1943 e introdujo algunos equipos no tan viejos como los citados, mediante transacciones con emisoras de la capital, que al situarse en condiciones de renovar su stock, vendían los desechados a las pequeñas emisoras del interior del país. Los trabajadores que operaban la emisora tenían que bregar a lo largo de 17 ó 18 horas con esos materiales, lo que se trataba de una acción heroica si se tomaba en cuenta que las nóminas estaban integradas por menos de 15 personas.

Con respecto a la programación de la naciente emisora, tenía un carácter eminentemente disquero, y era muy frecuente que los oyentes prefirieran los programas en vivo, pero la situación económica de la emisora hacía imposible sostenerlos. En cuanto a los artistas nacionales, la emisora local se favorecía a causa de la crisis económica de los años 30 y el primer lustro de los 40, pues la escasez de salas de espectáculos en La Habana obligaba a los artistas a desplazarse hacia las provincias.

Esta situación que ciertamente beneficiaba a la radio de la provincia por la cantidad y calidad de los artistas con que podía contar temporalmente, no significaba en lo económico ventaja alguna, pues las empresas publicitarias continuaban haciendo negocio con las grandes cadenas nacionales. (Antecedentes generales sobre el desarrollo de la Radio en Matanzas, archivos Radio 26 /s.a/)

En 1948, dos agentes de publicidad, el periodista Alfredo Hernández Jorcano y el poeta repentista Eulalio Gual Balceiro, lograron elevar los ingresos de la emisora. A esa gestión contribuyeron también algunos locutores y periodistas. Esta ligera mejora permitió a Zayas, a fines de la década del 50, ubicar a la emisora en un local más céntrico, el de la calle de Milanés # 45, frente al parque de La Libertad.

Para los trabajadores de la emisora, la situación de penuria se mantuvo no obstante los cambios operados en su administración, y tras el cuartelazo del 10 de Marzo de 1952, a los pésimos salarios se unieron las amenazas de suspensión que padecían los periodistas y la obligación, luego de los sucesos del Moncada, de soportar la censura previa de los espacios.

Esta situación de amordazamiento, amenazas y separación de sus cargos a quienes no se avenían a los dictados del régimen, se mantuvo hasta el triunfo revolucionario del 1ro de Enero de 1959. En esas circunstancias, el compañero Faustino Pérez convocó a una reunión con la dirección provincial del Movimiento 26 de Julio. Después de largas deliberaciones y de consultas al Comisionado, Reynaldo Dávila Santana, quien fungía como gobernador provincial y a buen número de comisionados municipales, se acordó enderezar una gestión encaminada a la adquisición de una de las emisoras que operaban en la provincia. Tras un exhaustivo análisis se decidió la compra de Radio Matanzas, que se convirtió desde enero de 1959 en un órgano de la Revolución.

Los trabajadores de la radio matancera, con contadas excepciones, manifestaron su apoyo. Eso dio lugar a que, cuando la Dirección del Movimiento decidió la adquisición de Radio Matanzas, uno de los objetivos del plan consistiera en la posterior gestión de compra de Radiotiempos, propósito al que se mostraron reacios los hermanos Vázquez, sus permisionarios, y el señor Ondarza, su director administrativo. Hacía varias semanas que existía cierta inquietud entre los colegas de la emisora que había sido asaltada el 9 de Abril de 1958 por el combatiente Enrique Hart Dávalos, especialmente entre los que más habían avanzado en la comprensión de la radicalización del proceso revolucionario, como Humberto Castro, David Segura, Eosvaldo Gener Valiente, Manolo Díaz del Castillo y otros, quienes finalmente obligaron a Ondarza a abandonar el órgano y el país.

El Consejo de Dirección de Radiotiempos aceptó de buen grado la fusión con Radio 26, con el objetivo de dejar integrada la Cadena Provincial de Radio, bajo el nombre de Radio 26, en la que se contaba, además, con los trabajadores y equipos de Radio Menocal. (Antecedentes generales sobre el desarrollo de la Radio en Matanzas, archivos Radio 26 /s.a/)

Radio 26 se colocó desde el 23 de Diciembre de 1959 en la cabeza de la propaganda revolucionaria en la provincia de Matanzas. En esa etapa, la Dirección de la Central de Trabajadores de Cuba (CTC), comenzó a utilizar la emisora como vocero de sus campañas revolucionarias. La emisora emprendió programas dirigidos a profundizar la lucha ideológica en momentos en que el imperialismo recrudecía sus campañas contra Cuba.

También se transmitieron por Radio 26 los juicios revolucionarios contra los asesinos del régimen batistiano, transmisión que sirvió entonces para esclarecer la verdad que pretendía ser tergiversada por el gobierno de Estados Unidos. Como consecuencia del nacimiento de la Cadena Provincial de Radio, mejoraron ostensiblemente las condiciones de vida de los trabajadores de este medio. Ingresaron en su nómina mujeres, las que nunca figuraron en las listas de personal de trabajo radial. Comenzó la era de los salarios decorosos y de la estabilidad de los profesionales, artistas y personal de servicios. Además, se modernizó el equipamiento técnico de la emisora.

En la actualidad, la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas, ubicada en la calle Milanés final, esquina a Guachinango, transmite 24 horas por las frecuencias 1060 y 1320, en AM y la 97.3 y 104.3, por FM. La programación de Radio 26 está compuesta por un total de 40 programas; 35 de producción propia distribuidos en 10 programas musicales, 10 variados, 8 dramatizados y 7 informativos. Además la programación de la emisora se enriquece con 4 programas de Radio Arte, tales como Aventuras, Novela, Policiaco y Perfiles, y el Noticiero Nacional de Radio. Prevalece en general el concepto de más programación en vivo y menos grabada, con programas que permitan el contacto directo con el oyente. Las principales comisiones que conforman el departamento de programación son la Comisión de Calidad, Consejo Técnico Artístico, Comisión de Música y Consejo de Programación, dispuestas en el objetivo de lograr un funcionamiento más efectivo de las mismas y una mayor calidad de la programación.

### **1.3 Tiempo A: una producción grande**

El 22 de julio de 1968 salió al aire por la emisora Radio 26 un espacio programa que, sin que sus creadores lo imaginaran, se mantendría transmitiendo hasta nuestros días. Tiempo A, creado para satisfacer los gustos de la juventud matancera, es un programa que se transmite en vivo por la emisora provincial Radio 26, cuyo objetivo principal es contribuir a la formación de valores en los jóvenes a través de la divulgación de sus actividades en la provincia, y difundir la música más actual del momento.

Tiempo A surgió por iniciativa de José Ramón Machado Ventura, hoy segundo secretario del Comité Central del Partido Comunista de Cuba, que en esos momentos era el Primer Secretario del PCC en Matanzas. Machado Ventura realizó

una visita de trabajo al extranjero, se encontró con el fenómeno de la Década Prodigiosa, y donó a la emisora cintas de música con los artistas internacionales más escuchados en esos años y sugirió hacer un espacio para los jóvenes matanceros con esa música, que sería exclusiva de ese programa.

El nombre del programa fue idea de Manolo García, destacado periodista matancero. Este, teniendo en cuenta que los programas de Radio reciben la categoría de Tiempos A, B y C, en dependencia del horario en que se transmiten; comprendiendo como *Tiempo A* el horario a partir de las 7:00 pm, considerado el de mayor audiencia, bautizó al programa con el nombre Tiempo A. "(...) el horario de mayor sintonía en la radio, sigue siendo el comprendido entre las 6.00 y las 8.00 a.m. y entre las 18H00 y las 22H00 y se considera al resto como "B" y "C". (García, 1998: 285).

La emisión radiofónica tuvo tanto éxito que la Unión de Jóvenes Comunistas (UJC) propuso a la emisora que Tiempo A fuera el vocero de esta organización en Matanzas.

El colectivo de trabajo experimentó períodos difíciles en los que escaseaba el equipamiento necesario para realizar las emisiones, y además, luego de la ausencia temporal del locutor de ese momento, Tany Allende, le sucedieron varios locutores que permanecieron poco tiempo conduciendo el programa. Solo la perseverancia y el sentido de pertenencia de sus trabajadores posibilitaron la conservación de este espacio en tiempos tan difíciles.

No se puede hablar del programa sin referirse a la *Pista Móvil de Tiempo A*; nombre que recibían los programas que se transmitían fuera de la emisora. La Pista de Tiempo A, como inicialmente se le llamó, surgió en 1978 como iniciativa de Rafael Martín Martell, uno de los primeros directores del programa, con el objetivo de recaudar dinero para el 11no Festival de la Juventud y los Estudiantes. Se hizo por primera vez como experimento, en el parque René Fraga, y fue tanto el éxito que continuó realizándose semanalmente en distintos lugares de la ciudad. El vocablo *móvil* se le agregó al nombre que ya tenían estas transmisiones, cuando comenzaron a realizarse también en los municipios de la provincia.

La Pista Móvil llegó en una ocasión hasta Santa Clara, donde también el programa tenía oyentes, pero esta iniciativa decayó poco a poco en los años siguientes hasta desaparecer. No fue hasta el año 2001 que se volvió a realizar una *Pista móvil de*



*Tiempo A* en la ciudad de Matanzas, sin embargo, y sin razones aparentes, aunque fue un éxito como en el año 1978, no se ha repetido la experiencia hasta nuestros días.

En la actualidad, el espacio, que se emite de lunes a sábados en vivo, y grabado los domingos, en el horario comprendido entre las 7:00 p.m. y las 8: 29 p.m., tiene una duración de 89 minutos y su función es divulgativa. Es un programa de variedades que emite un 50% de música cubana y 50% de música extranjera. Aproximadamente se transmiten en música cuarenta y cinco minutos, en informaciones treinta, en propaganda diez minutos, y en historia cuatro. (Consultar anexo 7). Este programa, conducido a una voz, presenta y desarrolla diversos temas de interés para el universo juvenil matancero como las enfermedades de transmisión sexual, especialmente el Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH), la necesidad del ahorro de agua y electricidad, el cuidado de la propiedad social, la educación formal, y la importancia de los estudios. Además presenta temas relacionados con la federación de Estudiantes de la Enseñanza Media (FEEM).

Tiene como objetivo fomentar los valores de la sociedad en los jóvenes, como la cortesía, la caballerosidad y la solidaridad. *Tiempo A* cuenta con secciones musicales dedicadas a géneros como el Rock y el Hip-Hop. Otras secciones son los *50 grandes*, que consiste en la emisión de un Hit-Parade mensual, y *Pista cubana.com*, que es un Hit-Parade nacional que se transmite semanalmente, con lo más difundido en todas las emisoras nacionales. También cuenta con una sección dedicada a los deportes e informaciones sobre “farándula”. Además intercala en cada una de sus emisiones trabajos de géneros periodísticos e informaciones de corresponsales. Utiliza recursos sonoros del lenguaje radial y propaganda directa.

*Tiempo A* promueve lo más novedoso del mundo musical, tanto nacional como internacional, sin límites de géneros musicales. Utiliza música popular cubana y extranjera a partir de la difusión de géneros contemporáneos con un destinatario juvenil, teniendo en cuenta el balance adecuado de géneros, voces y formatos.

Incluye Salsa, Trova contemporánea, Timba, Reggaetón, géneros de autores cubanos o extranjeros como Baladas, Pop, Rap, Hip-hop, Rock, y fusiones. Este espacio es el encargado de estrenar temas musicales, las producciones más recientes de los intérpretes y autores cubanos y extranjeros. El plan temático del



programa responde a orientaciones de la emisora, el PCC y la UJC, teniendo en cuenta las necesidades e inquietudes que tienen los jóvenes matanceros.

Recientemente el programa adoptó el sistema del buzón Telefónico, vía por la cual los oyentes llaman al programa y piden los temas musicales de su agrado, temas que se emiten en el programa, siempre que se correspondan con la línea musical del programa, es decir, música contemporánea.

Es válido mencionar algunos de los primeros miembros del colectivo de trabajo de Tiempo A como Leonardo Suárez, Teresa Acosta, Migdalia Morales y José Miguel Vázquez, así como Rafael Martín, Alberto Grande, Tany Allende, José Planes Romero, Reynaldo Navarro, Tony Medina, Ramón Francisco Rogers (Ramonín), y Oliverio Aballí, estos últimos, considerados los más importantes en la historia y desarrollo de un programa que desde sus inicios se convirtió en el vocero de la UJC, y supo cautivar a la juventud matancera noche tras noche, pista móvil tras pista móvil, en cada una de sus emisiones, y que aun en nuestros días, continúa siendo uno de los programas más emblemáticos de la emisora provincial Radio 26.

#### **1.4 Importancia y función social de la Radio**

“Mediante sus emisiones culturales, la radio cumple la misión de propagadora de la cultura, popularizadora del patrimonio cultural nacional; por otro lado, estimula el espíritu creativo, da origen a nuevos valores artísticos y sirve de tribuna de discusión acerca de las corrientes progresistas, modernas y nuevas en la literatura, las artes y demás campos de la cultura.” (Minkov, 1988: 59). A diferencia de otros medios de comunicación masiva, la radio tiene la posibilidad de llegar hasta las zonas más recónditas del mundo. En muchos lugares de Latinoamérica la radio es el único medio que tiene la población para mantenerse informada y relacionarse entre sí, pues una ventaja significativa que tiene la radio, es que no todas las personas tienen la posibilidad de comprar un televisor, pero sí hay más personas con posibilidades económicas de comprar un radio.

Una característica inherente a la Radio en cualquier lugar del planeta es la participación de sus oyentes, del pueblo para el que trabaja, pues la interacción con el público permite más confianza y prevalece el lenguaje coloquial, características que no tienen otros medios de comunicación masiva. Pero la participación no debe utilizarse como una estrategia publicitaria o de marketing, sino que esta retroalimentación debe ser únicamente el sinónimo de un objetivo comunicacional,

un principio que se debe basar en el respeto y la enseñanza. Este medio de comunicación es efectivo para el hombre; pues no necesita de imágenes para poder transmitir la información, por su alcance electromagnético le resulta mucho más fácil llegar a lugares lejanos.

La señal de la radio se escucha en los centros de trabajo, en ómnibus mientras se realiza un viaje, y hasta en los lugares donde la electricidad no llega; todo esto se hace posible gracias a los radios portátiles basados en el uso de pilas. Estos son algunos de los aspectos que consagran a la radio como el medio más cercano a la población. Otra de las ventajas de la radio es que tiene un excelente poder de cobertura y de penetración, pues posee la capacidad de estar en todas partes, y llega a personas cuya posibilidad de ver o aprender en otro medio lo que escucha en la radio, es mínima. Los medios de comunicación son mediadores entre la realidad y los receptores, que pueden ser los lectores, radioyentes o televidentes.

La radio juega un papel muy importante en la sociedad, pues sus funciones principales son informar, educar y entretener, y utilizada con fines económicos, no genera actitudes ni valores, pero si se utiliza con fines educativos, como es el caso de la radio en Cuba, no solo refleja los valores y actitudes sociales, sino que los fomenta. La radio tiene un público extenso y heterogéneo, ya que puede llegar a cualquier localidad y a todas las personas, sin importar sus características individuales, venciendo cualquier obstáculo de carácter geográfico.

Asimismo, la capacidad expresiva y comunicativa de la radio la convierte en un medio de posibilidades ilimitadas, que posee un lenguaje propio y considera al receptor como un interlocutor, pues ofrece al oyente la posibilidad de recrear el mensaje de acuerdo con su experiencia, opiniones, sus vivencias y su historia. Este medio crea una relación estrecha y activa entre el emisor y receptor. Según Minkov (1988), la radio juega un papel muy importante en la sociedad, porque orienta, informa, entretiene sanamente, ayuda al desarrollo de la cultura y permite la participación activa de la población en su sociedad, por ello se considera la radio como un vehículo hacia la cultura y transmisor de enseñanzas.

Una de las nociones clásicas en comunicación masiva, es la que establece que la radio tiene tres funciones que cumplir, informar, educar y entretener, y que por tanto, sus programas deben clasificarse en tres categorías: informativos, educativo-culturales y de entretenimiento. Es cierto que la radio tiene esas tres funciones, pero

esto no quiere decir que necesariamente de éstas deban derivar tres tipos de programas totalmente independientes y diferenciables.

Uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción es más bajo que el del resto de los medios de comunicación. Además, posee una calidad íntima de tú a tú que otros medios no tienen.

### **1.5 Niveles de audiencia: principales definiciones**

Los medios de comunicación dan mucha importancia a los datos de audiencia, pues necesitan conocer cuántas personas los escuchan, los ven o los leen, en dependencia de cada medio. Además deben saber qué tipo de personas están al otro lado del aparato receptor o de los ejemplares vendidos. El tipo de personas que escucha, ve o lee un medio de comunicación, recibe la definición de *perfil de la audiencia*. Este término engloba un determinado tipo de información sobre el público que consume los productos comunicativos como el sexo, la edad, el estado civil, el nivel cultural, la clase social o el lugar de residencia, entre otros aspectos.

“Se define como audiencia el público que recibe mensajes a través de un medio de comunicación, ya sea cine, radio o televisión. El perfil de la audiencia depende de ciertas variables tanto sociológicas como psicológicas como edad, sexo, nivel socioeconómico, hábitos individuales, horarios, aficiones, etc...” (Vera, Fragu, Calderín, 1994: 65).

Actualmente la oferta y la demanda juegan un papel importante en la población mundial, la Radio no constituye la excepción de la regla, por tanto se suma al mundo de la oferta-demanda, donde los productos se elaboran teniendo en cuenta lo que necesitan las personas; en el caso de la Radio, se elaboran los programas teniendo en cuenta lo que desea escuchar el público, para la confección de una programación radial enfocada hacia las preferencias de los radioyentes, es por esta razón que muchas emisoras contienen en sus planes permanentes, sondeos de audiencia, grupos focales u otras técnicas que les permiten la retroalimentación con su público, de ahí que el rating juegue un rol de vital importancia; el rating, según Vera, Fragu, Calderín (1994) es el término inglés equivalente a Audiencia. El rating representa el número de personas que ven un programa televisivo específico o que consume Radio o Televisión durante un cierto período de tiempo. Se da en cantidades numéricas tipo millones de espectadores, o en por cientos.

Según Vera, Fragu, Calderín (1994), existen tres tipos principales de audiencias, la Audiencia Potencial, pues forma parte de ella todo individuo que sea susceptible de ver u oír un programa de Televisión o Radio, el Nicho de Audiencia, una parte de la audiencia potencial que según ciertos precedentes, puede aventurarse y que se puede convertir en Audiencia Real. A su vez, la Audiencia Real es otro tipo de audiencias, que se entiende por el número de personas que siguen un programa. Otros tipos de audiencias son el Índice de Audiencia, porcentaje de la Audiencia Real respecto a la Audiencia Potencial que podría tener ese programa. Otros tipos de audiencias se denominan Target y Share; el Target se corresponde con la audiencia tipo de un programa o por el perfil del espectador buscado por este. El Share, por otro lado, es el reparto de las audiencias reales entre todos los canales expresados en porcentajes.

Un papel importante en el éxito de los programas radiales lo juega sin dudas el programador, que según Vera, Fragu, Calderín (1994), es el profesional con formación universitaria, responsable individual o corporativamente, de la estructura de la programación, de la búsqueda y selección de ideas, de la creación de contenidos, el proceso de elaboración de los mismos y de su expresión audiovisual, así como la confección de los esquemas de programas, de la dirección de la emisión y del análisis y evaluación de los resultados.

Sin dudas el trabajo del programador determina en gran medida el nivel de audiencia que pueda tener un programa radial determinado. Por otra parte, también influyen en el nivel de audiencia de un programa aspectos tales como las particularidades que tiene la población del área de influencia del programa, los detalles sociodemográficos del entorno, las características de los principales grupos poblacionales, y las instituciones culturales que existen en la zona en la que se transmite el programa.

Otros factores que inciden en el nivel de audiencia son la Multiplicidad de la oferta, es decir, que existe una gran oferta en todo el dial, incluso con contenidos similares, los factores estacionales, o sea, que la audiencia cambia radicalmente en estaciones como verano e invierno. La Movilidad social; la población varía debido a que cambia de domicilio, emigra, etc., es otro elemento que influye en los niveles de audiencia que pueda tener un programa de radio o Televisión determinado. Inciden además, los Factores cronológicos, pues la radio esta cada vez más fragmentada y es más

selectiva, hay más competencia. Dentro de los factores cronológicos se encuentran el factor geográfico, la edad, el sexo, la cultura, niveles de educación, factores lingüísticos y sociales, y el factor laboral.

Existe toda una serie de teorías sobre las investigaciones de audiencias, resaltando principalmente la Teoría de la Aguja Hipodérmica, que parte de la premisa que el público es pasivo y cautivo, y las Teorías formuladas por Laswell Lazarsferld en su obra, *Mass Communication Research*, en la que mantiene que el público no es pasivo. Otros términos relacionados con la audiencia son *Relación de proximidad*, define el vínculo personal que se crea con el oyente o espectador, mediante la palabra, la *Audiencia variable*, significa que a lo largo del programa varía el número de oyentes, y la *escucha* o disposición de recibir mensajes radiofónicos. Existen a su vez, dos tipos de escucha, la *Escucha activa*: el oyente muestra un gran interés de forma voluntaria y consciente, y la *Escucha pasiva*, en este caso el oyente muestra un bajo interés.

#### **1.6 Planificación y características de los programas de radio.**

Según Minkov (1988), el término “programa radiofónico” tiene en general dos connotaciones diferentes: emisión radiofónica compuesta de diversos elementos tales como texto, grabaciones, música, etc.; o una serie de tales emisiones, organizada de acuerdo con ciertas reglas y que cubra un determinado espacio, una jornada de una semana, un mes, o sea, el modelo o estructura de las emisiones de una determinada estación de radio por un determinado tiempo. El término se emplea con más frecuencia refiriéndose a la segunda connotación, en el caso de esta investigación, fue la segunda connotación la que se estudió.

En la segunda mitad del siglo XX empezaron a predominar en las transmisiones radiofónicas un rasgo interesante que constaba de series de formas programáticas breves y su compilación en conjuntos en los que se combinaba la música con la palabra hablada; se creó o impuso el llamado bloque-programa. Esta forma de emisión se ha convertido últimamente en el tipo más frecuente de programación en una gran cantidad de estaciones de radio.

“Un bloque tiene normalmente la duración de una a cinco o seis horas, en el transcurso de las cuales alternan materiales informativos de la más variada índole y contenido en los que se intercalan breves períodos de música, de cinco a diez minutos”( Minkov, 1988: 61). Según Minkov (1988), los bloques incluyen breves

noticieros de uno a tres minutos, reportajes sobre diversos temas independientemente de la orientación temática del resto de la emisión, entrevistas, reportajes con toda su gama de efectos acústicos, informes de corresponsales, comentarios breves, notas informativas, etc. Los bloques-programa tienen como uno de los componentes importantes la música de fondo, y tratan de proporcionar al oyente la información del momento con la mayor rapidez posible.

El Planeamiento de la Programación Radial comienza desde que se estructuran las diferentes tiras horarias que la conforman, atendiendo a un adecuado balance de Funciones, Formas, Objetivos, Destinatarios y Temas, con la finalidad de cumplir los objetivos de la emisora con la mayor variedad de programas posibles. Los programas radiales se transmiten con objetivos y funciones diferentes.

La función en los programas radiales define en esencia a un programa de radio. Las funciones de los programas en la radio están constituidas por los elementos formales y de contenido para alcanzar objetivos determinados. Un programa puede cumplir varias funciones, pero siempre debe tener una que sea la principal, la que diferencie a ese programa de otro, por tanto la función primera de cada espacio estará dada por el objetivo principal que se haya planteado. Los programas radiales se agrupan o diferencian teniendo en cuenta elementos como el origen del que proceden, los temas que tratan, los objetivos que persiguen y las funciones que cumplen, entre otros.

La Radio cubana, en aras de lograr la integralidad de su programación, recoge seis funciones principales, la Informativa, un programa radial tiene la función informativa cuando proporciona los elementos básicos para difundir hechos, acontecimientos, teorías y previsiones de todas las esferas de la vida, ofrecidos a través de un programa. Se manifiesta en propuestas comunicativas de distintos géneros y formatos, fundamentalmente, en trabajos de corte periodístico.

La función Cultural se evidencia en los programas radiales que estimulan el desarrollo de determinados valores y reafirman el conocimiento de otros, en relación con las necesidades espirituales del hombre. A su vez promueve y sirve de acicate creativo a los que descubren nuevos horizontes, fórmulas o técnicas y llegan a encontrar placer o satisfacción en las ciencias, las artes, etc. incrementando el acervo cultural del ser humano.

Otra función es la Recreativa, que está presente en los programas que contribuyen a complementar parte del tiempo libre de la población a través del esparcimiento, la distracción, la diversión, el entretenimiento y el recreo. Debe a su vez contribuir al disfrute interesante. La función de Orientación contribuye a crear en el hombre un sistema de valores, actitudes y modelos de conducta positivos, en consecuencia con los principios de la sociedad, así como a reafirmar y preservar dichos valores. Se propone además, llevar a la conciencia del ser humano patrones de conducta, hábitos y costumbres. La Divulgación es otra función que pueden presentar los programas radiales, un programa con función divulgativa debe transmitir actividades variadas de las diferentes esferas del quehacer humano y da a conocer otros aspectos de la vida cotidiana que resultan útiles a la población. Así mismo contribuye a propagar usos, hábitos, costumbres y consumo.

La función Educativa se manifiesta en aquellos programas que contribuyen al desarrollo de la capacidad intelectual del hombre, en el contexto de las necesidades de instrucción que demanda la sociedad, a la vez que trabaja en el aspecto gnoseológico de los problemas. Se apoya en métodos e instrumentos didácticos y pedagógicos. Ninguna función es exclusiva de grupos de programas, aunque en determinados casos, algunos tipos de programas responden a funciones específicas.

Un aspecto por el que pueden ser diferenciados los programas de radio es el origen del que proceden, de modo que pueden ser clasificados como programas de *Producción Propia*, refiriéndose a los programas que se producen íntegramente en una emisora. La *Producción Nacional No Propia*, es la categoría que se le otorga a los programas radiales que se producen íntegramente en una emisora del territorio nacional y se transmiten en otra. También se encuentran en esta categoría aquellos programas que se producen en una emisora y a través del encadenamiento se transmiten en otras. Los programas producidos por Radio Arte también son programas de *Producción nacional no propia* y se definen como *Producción Radio Arte*. Los programas producidos en una emisora determinada, y en los cuales intervienen factores de otra, u otras emisoras del territorio nacional o del exterior, son denominados programas de *Coproducción*. De *Intercambio* se clasifican los que se reciben mediante el trueque con otras emisoras del territorio nacional o del



exterior sin que medie alguna forma de pago directo, y los *Importados* son los programas radiales que se adquieren mediante pago directo en el exterior.

Los programas radiales tratan diferentes temas, pero en los controles sólo se emplea un tema como el principal de cada uno de los espacios. En los programas radiales cada tema puede tener implícito otros, que son afines o sugieren elementos propios, y se utilizan como fundamentales, de acuerdo a la función del programa. Los programas que asumen como tema principal la categoría “Temas Varios Generales”, deben tratar las más disímiles temáticas en sus contenidos por lo que no es necesario especificar otros. Por otra parte, los programas deben estar dirigidos hacia todo tipo de público, haciendo énfasis en un destinatario específico. A esto se le llama *Intencionalidad de Destinatario*, es decir, el grupo de edades, ocupación, o de otra categoría a quien va dirigido un mensaje determinado, con el fin de influir sobre su conducta, hábitos, costumbres, etc. y movilizarlo hacia los objetivos deseados.

Para que este objetivo se logre, es necesario utilizar recursos radiales tales como lenguaje apropiado, argot especializado o utilizado por el destinatario al que está dirigido el programa, siempre que se inscriba en las normas del lenguaje; música en función de las temáticas para este grupo, ritmo, tono y timbre de locución, entre otros aspectos.

En el caso de la intencionalidad de destinatario, es preciso no limitarse a la consideración del destinatario o receptor macro, al planificar la programación se tienen en cuenta las particularidades específicas de cada uno de ellos. En el caso de los jóvenes, destinatario al que va dirigido el programa Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas, objeto de estudio de esta investigación, es necesario considerar el grupo de edad al que está dirigido el programa, si se dirige a estudiantes o trabajadores; atendiendo al nivel cultural; al contexto sociocultural; o procedencia social, entre otros, o sea, dirigir el mensaje hacia segmentos bien definidos dentro de un grupo o sector social con el fin de lograr una mayor efectividad del mismo. Las segmentaciones de la población más frecuentes en la intencionalidad de Destinatario son la población general, los infantes, mujer y familia, campesinos, adolescentes, jóvenes, y adulto mayor.

Se puede asegurar que en la radio no hay horario malo, sino que puede estar mal utilizado y por ello, al estructurar la programación se debe tener en cuenta que si las



personas escuchan más radio en la mañana, al medio día y en la noche, estas son las horas preferidas para la programación informativa, noticieros, radio revistas, programas de opinión, humor, variedades o deporte. Toda programación debe ser atractiva para atraer a la audiencia, captarla y hacer que quiera escuchar los diferentes medios de comunicación y sus mensajes; además debe ser interactiva y participativa; desde el mismo momento en que se está concibiendo la programación se debe analizar cuáles serán los contenidos más propicios a la participación, cuáles serán los espacios de diálogo, cómo vamos a intercambiar con los interlocutores. En definitiva, la programación debe ser amena. Las emisoras se conocen por sus programas, y por esta razón, los programas deben tener la mayor aceptación posible del público.

Todo programa lleva una carga ideológica, consciente o inconscientemente, y tiene función educativa, ya que sea cual sea su contenido, contribuye a la formación de valores y pautas de comportamiento. En este contexto, si bien la radio no es una escuela, educa y además brinda espectáculo, por lo que debe ser relevante y ofrecer contenidos amenos y académicos, debe hablarle a la audiencia de su vida cotidiana, de sus necesidades, de sus esperanzas, sus angustias.

#### **1.6.1 Grupos y formas de los programas de Radio.**

Uno de los objetivos de las clasificaciones es facilitar el trabajo de categorización de los guiones y la fuerza laboral artística para su remuneración, a la vez que facilita la medición de la calidad de los programas. Las formas de los programas son cánones que establecen la manera de combinar los diferentes recursos del medio, como texto y elementos sonoros, para llevar los contenidos a las peculiaridades de la difusión radial y lograr propósitos determinados. La clasificación de programas, por su forma, responde a cuatro grupos donde se enmarcan los diferentes tipos de espacios de manera más específica, de esta forma se clasifican los programas en *escenificados*, categoría que se le otorga a aquellos que son producidos en forma escenificada, unitarios o de continuidad; originales, adaptados, o versiones para la radio, que narran mediante personajes un conflicto, creando ambientes y escenarios sonoros. Son los programas radiales que recrean hechos reales o de ficción.

Otro grupo está integrado por los *Programas Informativos*, aquellos que ofrecen elementos informativos explicativos para difundir todo tipo de hechos, acontecimientos, teorías y previsiones de la sociedad, la naturaleza y las ideas,

mediante la comunicación de mensajes de un carácter esencialmente periodístico, o de otra categoría conceptual. Su principal objetivo es la inmediatez, es decir, reportar el hecho en el momento en que se produce. Los *Programas Musicales*, otro grupo de clasificación, son los que presentan la música como su contenido fundamental, no sólo la difusión de obras musicales, sino todo tipo de información sobre ella, que incluye tanto la formación y la orientación como el disfrute y el entretenimiento.

Los *Programas Variados* son aquellos en los que coexisten de forma armoniosa varios elementos formales y de contenido. Poseen dosis de formación e información por lo que contribuyen a ampliar el conocimiento humano a través del entretenimiento, la cultura, la orientación, y la información, entre otros. Es el espacio que se caracteriza por la multiplicidad de formatos o de contenidos variados, o por la combinación de ambos elementos. Se distingue por la diversidad formal y puede incluir uno o varios temas. Se pueden desarrollar otros que no necesariamente tienen que estar ligados al asunto principal. Estos se tratan a través de notas, glosas o de un guion. Incluye variedad de secciones. Utiliza propaganda directa y todo tipo de elementos del lenguaje radial. Pueden contar con corresponsales, colaboradores e invitados en general, trabajos de géneros periodísticos, elementos de facilitación social, las efemérides, el parte meteorológico, entre otros. Son propicios para incluir dramatizaciones o series dramatizadas en horarios fijos. Se ofrecen boletines informativos, deportivos y/o culturales. Un programa variado Incluye también números musicales de todo tipo, de carácter nacional e internacional, difundiendo los créditos musicales. Puede dar tratamiento a la relación oyente - programa, así como concursos y preguntas a través de la participación. En esta forma pueden incluirse espacios de temas específicos como los dedicados a la ciencia y tecnología, medio ambiente, cultura, educación sexual, salud, deportivos, tercera edad, entre otros, en los cuales coexistan los textos y la música. El programa Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas, objeto de estudio de esta investigación, se ubica dentro del grupo de programas Variados.

### **1.7 Programas radiales para jóvenes.**

“El programa de una estación de radio debe reflejar todas las tareas de la misma como medio de difusión, información, propaganda y cultura de masas. Por otra parte, el programa debe reflejar, asimismo, los heterogéneos y, frecuentemente,

incompatibles intereses de los oyentes que conforman la audiencia de la estación de radio altamente diversificada en cuanto a su posición social, gustos e intereses.”(Minkov, 1988: 52). Debido a que la acción de escuchar radio es un proceso completamente voluntario, este medio de comunicación masiva debe estructurar sus programas de tal modo que sean atractivos para el mayor número posible de oyentes, y satisfacer los gustos de toda la audiencia, sin perder su carga socialmente útil. Sin dudas uno de los públicos más difíciles de complacer es el de los jóvenes, pues los avances tecnológicos y la aparición de aparatos portátiles reproductores de música y vídeo como Mp4, Ipod, Iphone, teléfonos móviles, entre otros, ha traído como consecuencia que los jóvenes desvíen su atención hacia estos equipos, restándole importancia a la radio, pues en sus reproductores portátiles tienen la música y los vídeos que desean, y no tienen que esperar a escucharla cuando la transmitan por radio. Por tales motivos, resulta muy difícil preparar programas radiales que satisfagan y mantengan en sintonía a los jóvenes.

Según Minkov (1988), el programa radiofónico es una forma, una vía específica de comunicación intelectual y emocional con el pueblo. Debido a esto, el programa radiofónico debe reflejar en la mayor medida posible las tareas políticas, culturales, éticas, cognoscitivas, educativas y otras que le incumben a la radio como medio de información de masas. Asimismo, debe reflejar los intereses de su público, de acuerdo con su edad, status social, profesión, y otros aspectos.

“Los medios de comunicación se insertan en un espacio importante de la cultura juvenil y de sus actividades. Uno de los elementos que distinguen a los jóvenes, y por lo que se les define, es el uso del tiempo libre, los espacios de relajamiento y placer, éste es el lugar en el que los medios encuentran el nicho para ofrecer formas de reconocimiento colectivo conformando los gustos y el “estilo de vida de los jóvenes”, diferenciándolos del mundo adulto.” (Lalinde, 1994: 7)

Alrededor de la juventud se han tejido una serie de valoraciones y apreciaciones que los medios difunden y fortalecen: la alegría, la vida sin complicaciones, el deseo de divertirse, la incertidumbre sobre el futuro. Los jóvenes manifiestan su gusto por la música, su necesidad y derecho de divertirse. Es la música la que permite a la juventud pasar momentos juntos, compartir gustos similares y formas de reconocimiento e identidad; esta circunstancia representa una ventaja para la Radio sobre el resto de los medios de comunicación, pues es el medio que más facilita la

comprensión y el disfrute de estos fenómenos. Según Lalinde, (1994), la Radio tiene la oportunidad de hacer que los jóvenes la vean como un medio de comunicación que los reconoce, comprende y los interpela: es necesario que aproveche esta oportunidad.

El programa Tiempo A de la emisora Radio 26, objeto de estudio de esta investigación, tiene como destinatario los jóvenes, y resulta un reto diario para el colectivo del programa, llegar a la juventud, pues ya los intereses y comportamientos de los jóvenes hoy en día no son los mismos que años atrás. Los jóvenes de hoy exigen para divertirse no solo música, sino también pantallas donde puedan ver los vídeos de las canciones que escuchan, efectos de luces, de sonido, de humo, es decir, que los jóvenes actuales son más exigentes en cuanto a la tecnología necesaria para divertirse, ya no se conforman con escuchar solamente un tema musical en la Radio.

### **1.8 Definiciones generales de calidad: el principio de la calidad en Radio.**

La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el público o consumidor tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor, que asume conformidad o no con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. La calidad puede definirse como la conformidad relativa con las especificaciones, o el grado en que un producto cumple las mismas, entre otros aspectos. También se utiliza el principio de la calidad para medir el grado de satisfacción que tiene un producto y si cumple o no las expectativas que buscan los consumidores del mismo. Por tanto, debe definirse el principio de la calidad en el contexto que se esté estudiando, por ejemplo, la calidad de un producto determinado, calidad de vida, entre otros. En el caso de esta investigación, se utilizó el concepto de calidad aplicado a los programas radiales.

En la Radio se entiende por Calidad, la cualidad que posee una emisora o programa al integrar, de manera armónica, contenido temático y realización técnico - artística para satisfacer intereses del oyente con relación a funciones, objetivos e intencionalidad de destinatario, de acuerdo a la realidad del entorno y/o perfil de la emisora. Es la condición que alcanza una emisora o programa al integrar de forma

coherente contenido y realización para dar cumplimiento a distintas funciones, objetivos e intencionalidad de destinatario. Para lograr el cumplimiento de la calidad en los programas radiales es necesario tener en cuenta dos aspectos: el proceso creativo y de producción, transmisión, en el que se miden elementos como los objetivos claros y definidos, el enfoque al oyente; para que este lo reciba con agrado se debe lograr: satisfacer gustos, preferencias y necesidades, respeto y empatía hacia el público, mantener el interés del público y despertar emociones en los oyentes, motivarlos y convencerlos. Otros elementos que se miden en el proceso creativo y de producción, transmisión son la presencia y alto nivel de realización, tendencia a ser competitivo, la originalidad. Reforzar la imagen de las emisoras que los transmiten, una señal de audio que satisfaga las expectativas del oyente, y la elaboración de la Ficha de costo que sustenta el proyecto, son otros elementos que intervienen en el proceso creativo y de producción, transmisión.

Por otra parte, en el proceso intervienen elementos como la Política de Programación y Documentos Rectores, el cumplimiento de la ficha técnica, respeto a la estructura interna y externa de cada espacio, calidad del guion, trabajo de mesa y el cumplimiento en tiempo de la salida al aire, así como la variedad de información y temas que se ofrecen en el contenido, el balance musical y temático en cada emisión, la curva de interés, calidad y variedad de tipo de música, género, estilos, formatos, autores, intérpretes y voces masculinas y femeninas. Otros elementos que intervienen son las zonas geográficas, calidad de la locución y hablantes ante el micrófono, utilización de los recursos radiales, presentación y despedida y la identificación del programa y de la planta.

El segundo aspecto que se debe tener en cuenta en los programas radiales es el proceso de análisis de los resultados, proceso en el que intervienen el análisis sistemático del nivel de realización del programa; este análisis se puede hacer al colectivo de programas a través de Comisiones de Calidad, monitoreos y Consejos Artísticos, entre otros. Otros elementos importantes son: conocer el impacto del producto en el oyente, es decir, la retroalimentación y la evaluación de la factibilidad económica.

Otros aspectos que señala el Manual de la calidad para los programas radiales, *Manual: Metodología de la Programación Radial*, documento rector en la evaluación de la calidad de los programas radiales, como importantes para lograr la calidad de

los programas radiales son: que todas las emisoras del país ofrezcan productos radiofónicos y servicios de calidad que satisfagan las necesidades, gustos, preferencias y expectativas de los oyentes. En el proceso de creación-producción, el programa debe cumplir con la Política de Programación y demás documentos rectores estimulando la creatividad, la imaginación, la capacitación, la comunicación abierta sobre el tema calidad, el sentido de responsabilidad y el compromiso de nuestros artistas y trabajadores. Mediante las Investigaciones Sociales y otras fuentes de retroalimentación, identificar las necesidades e intereses de los oyentes y su percepción de la calidad del producto que se ofrece, así como el funcionamiento del Sistema de Gestión de la Calidad, utilizando los resultados en función de la programación. Impulsar las acciones de prevención de la calidad y el proceso de mejora continua para cuando existan desviaciones, identificar las causas que la provocan y emplear acciones correctivas. Utilizar la experiencia de técnicos y creadores en función de lograr un vínculo satisfactorio con los proveedores externos, para ayudarlos a mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrecen.

#### **Conclusiones del capítulo:**

- En este capítulo se han estudiado temas de vital importancia para el desarrollo exitoso de la investigación, como el surgimiento de la Radio, su llegada a Cuba y la historia de la emisora provincial Radio 26. Se estudió también la importancia de la Radio en su función de educar, entretener e informar a la sociedad.
- Es casi imposible hablar de esta emisora sin pensar en el programa Tiempo A, transmitido por primera vez el 22 de julio de 1968 por las frecuencias matanceras, y que en la actualidad informa a la juventud matancera sobre las actividades que se realizan en la provincia y difunde la música más actual del momento, objetivos por los cuáles se creó.
- La audiencia es el público que recibe mensajes a través de un medio de comunicación, ya sea cine, radio o televisión. Existen tres tipos principales de audiencias, la Audiencia Potencial, el Nicho de Audiencia y la Audiencia Real.
- En Radio también se tiene en cuenta la calidad que presentan los programas que salen al aire. En este medio de comunicación se entiende por Calidad la cualidad que posee una emisora o programa al integrar, de manera armónica, contenido temático y realización técnico - artística para satisfacer intereses

del oyente con relación a funciones, objetivos e intencionalidad de destinatario, de acuerdo a la realidad del entorno y/o perfil de la emisora.

## **Capítulo 2 Diseño Metodológico y aplicación del procedimiento.**

En el presente Capítulo se hace una descripción de todo el proceso investigativo, pormenorizando en los métodos y técnicas aplicadas, a partir del tipo de investigación desarrollada, teniendo en cuenta que los medios de difusión desempeñan un rol sustantivo dentro de la sociedad de forma general, y dentro de ellos la radio, en lo particular.

La Radio es un medio de comunicación masiva que juega un importante papel en el desarrollo educativo, social y cultural de la población. Además de educar y mantener informada a la población, también emite otros programas variados como musicales y de participación, que captan la atención de personas de todas las edades, pues la radio no es solo un medio de comunicación, es también un medio que estimula la imaginación, y construye un mundo que depende de la creatividad de artistas y técnicos para motivar fantasías en oyentes de todas las edades. Con palabras, música, efectos y silencios, la radio permite a sus oyentes viajar a lugares distantes, en épocas y circunstancias disímiles.

En el país existen varias estaciones de Radio, tanto nacionales como provinciales y locales, que tienen la función de educar, informar y entretener a la población. Además, los trabajadores de la Radio tienen el reto de sumar jóvenes radioescuchas, hacer llegar sus mensajes a la juventud, reto que se torna más difícil cada día producto a la constante lucha de los medios de comunicación tradicionales con la tecnología cada vez más avanzada y de la preferencia de los jóvenes.

Según estudios realizados por el Departamento de Investigaciones y la Calidad de la emisora provincial Radio 26, tales como sondeos de audiencia y preferencia, y estudios exploratorios sobre la música que difunden los programas que transmite Radio 26, el espacio Tiempo A de dicha emisora, objeto de estudio de esta investigación, tiene mayor audiencia en los adultos que en los jóvenes, su destinatario, es decir, que aun cuando la audiencia no es baja, no está cumpliendo con su público meta, que son los jóvenes.

Estos estudios mencionados anteriormente abarcan el tema de manera general, por tanto se hace necesario un estudio más extenso que permita definir la causa de este problema y su posible solución, pues se hace necesario rescatar un programa que ha sido desde sus inicios, y a lo largo de 45 años, parte de la historia y un emblema



de la emisora provincial Radio 26, además de que ha sido desde sus orígenes el programa radial de la juventud matancera por excelencia.

Por los elementos antes expuestos, esta investigación se propuso estudiar la calidad y el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 en los jóvenes del municipio cabecera en edades comprendidas entre 15 y 29 años, para elaborar un plan de mejoras que permita elevar ambos parámetros tan importantes en la Radio.

De este modo, se presenta el siguiente **problema científico**: ¿Cómo elevar la calidad y el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 para los jóvenes del municipio de Matanzas?

De esta manera se define como **objetivo general**: Proponer un plan de mejoras que posibilite elevar la calidad y el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 para los jóvenes del municipio de Matanzas.

Las **preguntas de investigación** que se tomaron en cuenta para el desarrollo de la investigación fueron:

- ¿Cuáles son las principales corrientes teórico-metodológicas para la medición de niveles de audiencia, calidad y los estudios sobre la Radio?
- ¿Qué nivel de audiencia tiene el espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 entre los jóvenes del municipio de Matanzas?
- ¿Qué condicionantes inciden en el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 entre los jóvenes del municipio Matanzas?
- ¿Qué características presenta el espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas?
- ¿Qué calidad tiene el espacio Tiempo A de la emisora provincial Radio 26 de acuerdo a los parámetros del Manual de calidad para los programas radiales, *Manual: Metodología de la programación radial*?

Las **tareas de investigación desarrolladas** fueron:

- Selección de las corrientes teórico-metodológicas fundamentales para la medición de niveles de audiencia, calidad y los estudios sobre la Radio.

- Determinación del nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 entre los jóvenes del municipio de Matanzas.
- Identificación de las principales condicionantes que inciden en el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas.
- Realización de un análisis de contenido del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas.
- Evaluación de la calidad del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas a partir de los parámetros establecidos por el Manual de la Calidad para los programas radiales, *Manual: Metodología de la programación radial*.

El objeto de estudio: **la calidad y el nivel de audiencia** del espacio Tiempo A.

El campo de acción: **el espacio Tiempo A**

La premisa de investigación es: **El espacio Tiempo A, de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas, ha sido desde sus inicios el programa radial de la juventud matancera por excelencia. A partir de los últimos años por determinadas causas que han incidido en la calidad de su realización, ha provocado la disminución de la audiencia juvenil del mismo, por lo que un plan de mejoras contribuirá a elevar la calidad y el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de Radio 26 para los jóvenes del municipio de Matanzas.**

Las categorías de análisis fueron:

Las **causas que han incidido en la calidad de su realización.**

Las **causas que han incidido en la disminución de la audiencia juvenil de dicho espacio.**

Conceptualización de las categorías de análisis:

Para efectuar la conceptualización de las categorías de análisis se tuvo en cuenta los criterios de la autora en función de los intereses de la investigación, por lo cual las categorías de análisis deben ser leídas e interpretadas en el trabajo con la siguiente consideración:

**Causas que han incidido en la calidad de su realización: como los determinantes que influyen positiva o negativamente en la resultante de la calidad del espacio Tiempo A.** Indicadores que se tuvieron en cuenta para esta categoría:

- Aspectos contemplados en el Manual de la Calidad del ICRT, para la realización del espacio.
- Política de Programación y Documentos Rectores.
- Cumplimiento de la ficha técnica.
- Respeto a la estructura interna y externa de cada espacio.
- Calidad del guion.
- Trabajo de mesa.
- Cumplimiento en tiempo de la salida al aire.
- La variedad de información y temas que se ofrecen en el contenido.
- Balance musical y temático en cada emisión.
- Curva de interés.
- Calidad y variedad de tipo de música, género, estilos, formatos, autores, intérpretes, voces masculinas y femeninas, zonas geográficas.
- Calidad de la locución y hablantes ante el micrófono.
- Utilización de los recursos radiales.
- Presentación y despedida.
- Identificación del programa y de la planta.
- Análisis sistemático del nivel de realización del programa, a través de Colectivos de programas, Comisiones de Calidad, Monitoreos, Consejos Artísticos.
- Conocer el impacto del producto en el oyente a partir de la retroalimentación y de estudios precedentes.
- Evaluación de la factibilidad económica.
- Criterios y valoraciones del Colectivo de realización del espacio, así como de especialistas.

**Causas que han incidido en la disminución de la audiencia juvenil de dicho espacio: como los determinantes que influyen positiva o negativamente en que el espacio Tiempo A sea escuchado por jóvenes.**

- Criterios y valoraciones del Colectivo de realización del espacio, así como de especialistas.
- Criterios y valoraciones emitidas por los jóvenes.
  - cantidad de jóvenes que escuchan el programa
  - frecuencia con que escuchan el programa
  - edades
  - nivel cultural
  - ocupación
  - tecnología con la que lo escuchan.

**Universo, población y muestra:**

Se determina como universo a todos los actores que intervienen en el proceso de producción-transmisión- recepción del espacio Tiempo A.

Se determinó como población los jóvenes de 15 a 29 años del municipio Matanzas, especialistas de la Radio y el Colectivo de realización del espacio Tiempo A.

La muestra es no probabilística e intencional, la misma se utilizó siguiendo los criterios emitidos por Gregorio Rodríguez en su libro Metodología de la investigación Cualitativa, Capítulo VII página 135.

El muestreo por cuotas se aplicó a los 260 jóvenes encuestados. Para ellos los criterios de selección aplicados fueron:

- Poseer diferentes niveles de escolaridad.
- Poseer diferentes niveles ocupacionales.
- Pertenecer a diferentes grupos etarios entre los 15 y 29 años.
- El deseo de contribuir y su voluntad de colaboración.

También se utilizó el muestreo de casos ideal-típico relacionado con el colectivo de realización del espacio, así como especialistas y fundadores del mismo. Para ello los criterios de selección fueron:

- Conocer el proceso de realización del programa.
- Poseer la suficiente experiencia y conocimientos que permitieran emitir juicios y valoraciones como especialistas.
- El deseo de colaborar con la investigación.

### **Tipo de investigación:**

En la actualidad la sociedad se ha vuelto cada vez más compleja en todas sus dimensiones. Esto ha sustentado la necesidad de procesos metodológicos con enfoques sensibles a la complejidad de las realidades de la vida moderna y, al mismo tiempo, dotadas de procedimientos rigurosos, sistemáticos y críticos, es decir, de una alta respetabilidad científica. Emerge entonces la metodología cualitativa como alternativa para el desarrollo de investigaciones sociales, permitiendo un acercamiento profundo a los distintos fenómenos o procesos en este ámbito.

Lo anteriormente expuesto justifica que en la presente investigación la perspectiva metodológica seguida es la cualitativa, aunque existe la utilización de encuestas para lograr una mayor complementación de datos que posibilite la mayor riqueza de información posible que describa o explique el problema de investigación.

El método teórico particular de investigación cualitativa desarrollado fue el estudio de caso único inclusivo ya que el objeto de estudio es analizado en las subunidades que lo componen y fragmentado para el estudio en varias unidades de análisis. El estudio de caso es de gran importancia en el desarrollo de las ciencias sociales y constituye uno de los modelos tipos generales de investigación. Se basa en el razonamiento inductivo, examina minuciosamente los datos, descubre nuevas relaciones, facilita la comprensión del fenómeno que se está estudiando y puede descubrir nuevos significados.

A través de él, después de un proceso de indagación, se afronta la realidad desde un análisis detallado de sus elementos y de la interacción que se produce entre ellos y su contexto, para llegar mediante un proceso de síntesis a la búsqueda del

significado y la toma de decisiones sobre el caso, como se justifica en la presente investigación al analizar la calidad del espacio Tiempo A y los niveles de escucha que posee entre los jóvenes para poder proponer, a partir del mismo, un plan de mejoras.

Es un estudio descriptivo analítico, porque el proceso de descripción permitió caracterizar el fenómeno estudiado así como especificar sus propiedades, rasgos o tendencias y el análisis permitió desarrollar una serie de propuestas de mejoras encaminadas a disminuir las causas desfavorables descritas.

Para el desarrollo del proceso investigativo se tuvieron en cuenta la utilización de los métodos teóricos de investigación, los cuales cumplen una función gnoseológica significativa dentro de la investigación, debido a que propician el proceso de interpretación conceptual de los datos empíricos hallados durante el proceso investigativo. Constituyen el hilo conductor para la construcción y elaboración de las teorías, que permiten lograr un elevado índice de profundización en el estudio para poder explicar los hechos y penetrar en las relaciones esenciales y cualidades fundamentales de los procesos no observables directamente de la realidad.

Los métodos teóricos desarrollados en la presente investigación parten del presupuesto filosófico del materialismo dialéctico e histórico tratado por los clásicos del marxismo y sustentado por las leyes de la dialéctica, lo cual denota el carácter epistemológico de la presente investigación. Del mismo se derivó la utilización de los siguientes métodos teóricos por la autora del trabajo:

- **Análisis y síntesis.**

El análisis es una operación intelectual que posibilita descomponer mentalmente un todo complejo en sus partes y cualidades, es decir separa conscientemente en sus múltiples relaciones y componentes. La síntesis es la operación inversa, estableciéndose mentalmente la unión entre las partes, previamente analizadas, lo cual facilita y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad.

Ellos constituyen una unidad dialéctica que se interrelaciona y presupone, no existen de forma independiente. En la presente investigación el proceso de análisis permite estratificar los actores sociales que intervienen: el colectivo del programa, especialistas, el público y profundizar en la visión y significación que para cada uno de ellos tiene dicho espacio. Mediante la síntesis se integran estos elementos

aislados y se descubren las relaciones y dependencias entre ellos, llegando a conclusiones generales sobre la aceptación y significación que puede tener el mismo en las nuevas generaciones.

- **El método histórico-lógico.**

El método histórico estudia la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en el curso de su historia. El método lógico investiga las leyes generales de funcionamiento y desarrollo de los fenómenos. Lo lógico no repite lo histórico en todos sus detalles, sino que reproduce en el plano teórico lo más importante del fenómeno, lo que constituye su esencia.

El método lógico y el histórico no están divorciados entre sí, sino que por el contrario, se complementan y están íntimamente vinculados. El método lógico para poder descubrir las leyes fundamentales de un fenómeno, debe basarse en los datos que le proporciona el método histórico, de manera que no constituya un simple razonamiento especulativo. De igual modo, el método histórico debe descubrir las leyes, la lógica objetiva del desarrollo histórico del fenómeno y no limitarse a la simple descripción de los hechos.

En la investigación se utilizó este método para indagar en la historia del programa Tiempo A de la emisora radio 26 de la provincia Matanzas desde su creación hasta la actualidad, analizando y valorando aspectos esenciales como las diferentes figuras que han integrado el colectivo de realización del programa, así como las secciones que han conformado el programa y cambios que se han hecho en las mismas.

- **Modelación.**

Consistente en la elaboración de la propuesta del plan de mejoras a partir de los resultados obtenidos con la aplicación del resto de las técnicas y métodos explicados en esta investigación.

Durante el proceso de investigación se hace necesario desarrollar un grupo de técnicas que constituyen los métodos empíricos. Mediante la utilización de estos métodos el investigador se sitúa en contacto directo con su objeto de estudio, en una forma práctica para tratar de recopilar el mayor número de datos que le permitieron alcanzar los objetivos de la investigación.

### **Métodos empíricos:**

- **Observación.**

Es un método de recopilación de información social primaria, mediante la percepción directa de los elementos del objeto estudiado, significativos para los objetivos de la investigación. Consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conductas manifiestas con previa orientación hacia un objetivo. Es la planificación consciente y deliberada, con carácter selectivo, que garantiza el rigor que exige la científicidad.

Este método tiene ventajas, porque permite recopilar información directa, de primera mano, además, se puede ver el fenómeno, acontecimiento o comportamiento a estudiar, en el momento en que ocurre, y el estudio del fenómeno en condiciones naturales, no estimula el comportamiento a observar. Permite apreciar el objeto de estudio en sus múltiples manifestaciones y en toda su complejidad. Por otra parte, la Observación tiene también algunas desventajas, pues la presencia del investigador puede alterar los fenómenos estudiados; es un procedimiento muy laborioso, y requiere, por lo general, ser complementado con otro método. Además, en la investigación social pueden influir considerablemente los factores subjetivos al realizar la observación. Según el grado de participación del observador, la observación puede ser participante o no participante, en el caso de esta investigación, la observación es no participante, se usa este método para recopilar información de forma directa, de manera que los datos sean significativos para la indagación, así como tener un registro sistemático, válido y confiable del fenómeno estudiado. Se utilizó en la investigación, porque ofrece datos específicos acerca de lo observado. Para ello se elaboró una guía de observación (Ver anexo No 6)

Objetivo: Caracterizar aspectos medulares del proceso de elaboración y producción del espacio Tiempo A.

Los aspectos observables lo constituyeron los programas comprendidos entre el 5 al 26 de mayo del presente año, se tuvo en cuenta:

- ✓ el proceso productivo.
- ✓ el trabajo de mesa.
- ✓ el trabajo del colectivo del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de Matanzas.
- ✓ Monitoreos efectuados durante la semana del 20 al 26 de mayo.



- **Revisión bibliográfica-documental.**

Es la búsqueda en los documentos, entendidos estos en sentido amplio, como cualquier objeto físico que constituya el registro de algún conocimiento (los escritos, audiovisuales, entre otros), de leyes, regularidades, características, y conceptualizaciones en torno a un tema previamente definido. Es el procedimiento cuya finalidad es obtener datos e información a partir de documentos escritos y no escritos.

En la investigación se usó este método para recopilar la información que permitiera identificar las corrientes teórico-metodológicas fundamentales para la evaluación de la calidad, así como la medición de niveles de audiencia y los estudios sobre la Radio. También fue utilizado para elaborar el marco teórico conceptual. Algunos de los documentos revisados fueron el Manual de la Calidad: Metodología para la producción de Programas Radiales, transmisiones grabadas del espacio Tiempo A, e investigaciones sobre audiencia realizadas por el departamento Metodológico de Radio 26. Para la cual fue elaborada una guía de revisión. (Ver Anexo No 4)

Objetivo: Determinar aspectos sustanciales para el proceso investigativo sobre el espacio Tiempo A

- **Encuesta.**

Es el método de obtención de información primaria sociológica, basado en el planteamiento de preguntas orales o escritas al conjunto de personas investigado. El contenido de estas preguntas constituye el problema de la investigación al nivel empírico. Se utiliza este método en la investigación para recoger la información necesaria para el desarrollo de la investigación. Del análisis de los datos que proporciona la encuesta, pueden derivarse descripciones objetivas y subjetivas de los fenómenos estudiados, así como explicaciones que pueden estar basadas en la presencia, ausencia o frecuencia estadística de determinados ítems o tópicos. En la investigación se aplicó esta técnica al público meta de la misma, los jóvenes del municipio Matanzas, comprendidos en edades entre 15 y 29 años. La misma fue aplicada a 260 jóvenes. (Ver Anexo No 1 de aplicación y anexos No 12 a 27 de resultados)

Objetivo: Determinar los niveles de escucha y las opiniones de los jóvenes sobre el espacio Tiempo A.

- **Entrevista en profundidad.**

Esta técnica se utiliza en la investigación para obtener información, pues permite describir e interpretar aspectos de la realidad que no son directamente observables, tales como los sentimientos, impresiones, intenciones o pensamientos, así como acontecimientos del pasado que sólo permanecen en la mente de los sujetos a entrevistar. En la investigación se realizaron entrevistas al director y fundadores del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia de Matanzas, así como especialistas en Radio. (Ver Anexo No 2)

Objetivo: indagar las opiniones de especialistas de la Radio y fundadores del espacio Tiempo A.

Personas entrevistadas:

- Domingo de Armas: Director actual del espacio Tiempo A de la emisora provincial Radio 26.
- Alberto Grande: Fundador del espacio Tiempo A
- Rafael Martín: Fundador
- Tany Allende: Fundador
- Evelyn Socorro Aguiar: Coordinadora de Producciones Radiofónicas. Redacción variada.
- Tony Medina: Locutor y Presidente de la Cátedra de Locución de la provincia Matanzas.
- José Planes Romero: Fundador de la Pista Móvil de Tiempo A.
- Reynaldo Navarro: Realizador de Sonido de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas.
- Nerielys Alcántara: Especialista en Música de la emisora provincial Radio 26.
- Magyulennis Revé Ramírez: Ideológica de la Unión de Jóvenes Comunistas de la provincia Matanzas.
- **Entrevista grupal.**

Es una técnica cualitativa que permite obtener un conocimiento aproximado de la realidad social que se pretende investigar, mediante la comunicación que se produce durante el desarrollo de la misma. Esta técnica permite analizar las interacciones comunicativas conversacionales de modo que su desarrollo y resultados sirven a la estimación, análisis y evaluación de fenómenos sociales

concretos, a la resolución de problemas o a la adopción de decisiones. La entrevista grupal se utilizó en la investigación con el objetivo de obtener información de sujetos que pueden aportar datos importantes e imprescindibles para el estudio del fenómeno investigado, (colectivo del programa): locutor, realizador, escritor, director y asesor del programa tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas. La aplicación de las entrevistas contribuye en gran medida a la conformación del capítulo referencial.

Objetivo: indagar las opiniones de los integrantes del Colectivo del espacio Tiempo A.

El procesamiento de toda la información se efectuó a partir de la triangulación de los datos obtenidos en el proceso de recopilación de la misma, teniendo en cuenta los criterios emitidos en las entrevistas efectuadas, así como en la observación realizada a los procesos asociados a la realización y producción de los programas seleccionados, los resultados obtenidos en la encuesta a partir del análisis porcentual de los mismos lo cual contribuye a la obtención de criterios coincidentes y divergentes determinados en el curso investigativo. Además se procedió al análisis de contenido efectuado para la revisión documental a partir de los procedimientos interpretativos y de técnicas de refutación aplicadas a productos comunicativos como mensajes, textos o discursos, o a procesos singulares de comunicación que previamente registrados, constituyen un documento, con el objeto de extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones en que se han producido, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior, mediante el mismo se determinó la información obtenida a partir del análisis de monitoreos, diferentes transmisiones del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas, también se revisaron guiones del programa, se estudió la producción musical, y se analizaron los procesos de realización, diseño sonoro, locución, y el sistema de retroalimentación del programa objeto de estudio, con el público.

### **Conclusiones del Capítulo:**

- En el presente capítulo se explicó el camino trazado para el desarrollo de la investigación, evidenciándose las dos primeras fases por las que transitó la misma; la fase preparatoria, explicando el proceso de la etapa reflexiva y la etapa de diseño, y el trabajo de campo, donde se explica el acceso al campo y la recogida productiva de datos. Además se expusieron y argumentaron

todos los métodos y técnicas utilizados para la obtención de información necesaria en el desarrollo de este estudio.

### **Capítulo 3. Análisis de los resultados. Propuesta de un plan de mejoras para elevar la calidad y el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 para los jóvenes del municipio de Matanzas.**

El estudio de los resultados se efectuó a partir de las categorías de análisis declaradas en la presente investigación, es decir, se procede al análisis categorial partiendo de la interpretación de la información obtenida a partir de la aplicación de las diferentes técnicas.

#### **3.1. Las causas que han incidido en la calidad de su realización.**

Del análisis realizado de los datos obtenidos a partir de la observación, el análisis de documentos escritos y audiovisuales y los monitoreos, se pudieron determinar varias causas que marcan la calidad del espacio Tiempo A.

La Ficha Técnica es la historia clínica de cada programa, y el documento que explica y determina todo lo que tiene que incluir un programa, lo que puede faltar y lo que no. La Ficha Técnica establece cómo debe estar redactado el Guion, cuál es el perfil del espacio, el Destinatario al que va dirigido el mismo, el balance musical que debe tener, e incluye una breve historia del programa.

Como resultado de las investigaciones realizadas se pudo comprobar que el colectivo del programa cumple con lo establecido en la Ficha Técnica. (Ver anexo 7). Precisamente velar por el cumplimiento estricto de ella se encuentra entre las funciones de trabajo de la asesora y el departamento de Programación.

La Ficha Técnica establece que el horario del programa es de 7:00pm a 8:29pm, con frecuencia de lunes a domingo. Estipula que su función es divulgativa, con un balance musical de 50% de música cubana y 50% de música extranjera; logrando una equidad, para que los jóvenes tengan un mayor acceso a los diferentes géneros, a las diferentes nacionalidades; es decir, que pueda tener mayor información de la música que se está difundiendo.

Asimismo la Ficha Técnica explica que su Destinatario son los jóvenes, que es un programa de variedades (o radiorevista variada) propio de la emisora Radio 26. Determina además que el objetivo principal del programa es: contribuir a la divulgación de las actividades de los jóvenes en la provincia. Aunque no se encuentra en la Ficha Técnica, se pudo conocer que el programa se transmite de lunes a sábado en vivo y los domingos el espacio es grabado. No obstante durante las entrevistas se supo que en ocasiones se graban algunos programas otros días

de la semana, por problemas operativos; algo que por supuesto redundaría en la calidad del programa.

En el transcurso de la investigación se encontró como una debilidad del espacio Tiempo A el hecho de que la Ficha Técnica establece como Destinatario a los jóvenes, pero no se especifica grupo de edad; de modo que no se sabe para qué jóvenes se hace el programa. Se puede entender como jóvenes a las personas cercanas a la adolescencia y a las personas cercanas a la madurez.

Por indagaciones realizadas con el Grupo de Investigaciones y la Calidad y otros especialistas de experiencia en la Radio se conoció que tradicionalmente se reconoce como público juvenil a las edades comprendidas entre 15 y 29 años. Sin embargo, el hecho de que no aparezca especificado en la Ficha Técnica el margen de edad del Destinatario, deja muy abierto el diapasón y limita a la hora de intencionar los mensajes y toda la producción radiofónica del espacio en cuestión.

Otra de las dificultades detectadas a partir de los monitoreos, el análisis de contenido del guión y las entrevistas fue que los comentarios en el programa son pocos y no son suficientes para educar a los jóvenes o fomentar valores en este sector de la sociedad, imprescindible en el sostenimiento de nuestro sistema social.

Al respecto la Ficha Técnica establece que los guiones del programa son menos complejos, y que estos deben incluir tres parlamentos en cada programa. Se justifica porque Tiempo A es un programa donde tiene mayor peso la música, y no los comentarios sobre el tema central. O sea, que en el espacio el hilo conductor es la música y los textos constituyen solo una apoyatura.

La investigación arrojó como resultado además, que el último rediseño general que se le hizo al espacio Tiempo A fue en el año 1990. Un rediseño general incluye, según dictan los documentos rectores de la Radio Cubana, modificaciones en la Ficha Técnica y esto debe realizarse tras una investigación que incluya estudios de audiencia y una revisión a la calidad del programa por especialistas capacitados. Un ejercicio de tal consideración implicaría además, como punto de partida, involucrar al colectivo del espacio.

A partir de las entrevistas realizadas a especialistas del medio radial y según las sugerencias realizadas por los oyentes jóvenes encuestados, resulta evidente la necesidad de rediseñar el programa para que esté más acorde con el momento actual, y para ello el punto de partida debe ser la revisión de la Ficha Técnica.

En una evaluación exploratoria, incluida dentro de la encuesta, donde se podía dar de 1 a 5 puntos al programa (1 era el mínimo y 5 el máximo), un total de 32 encuestados otorgaron al programa la calificación de 1; 59 le dieron 2; 59 también lo evaluaron de 3, 65 lo calificaron de 4 y solo 45 le otorgaron la nota máxima. En general el 57,6 por ciento de los encuestados lo evalúan de mal o regular; y solo el 17,3 por ciento creen que es excelente. (Ver anexo 15).

### **3.1.1. La música como hilo conductor, en el centro de la calidad**

La emisora Radio 26 tiene una sonoridad que la caracteriza, y cada espacio tiene que respetar esta sonoridad como eje central que une a toda la programación en su conjunto. Pero a su vez cada espacio debe tener su propia sonoridad o diseño sonoro, de acuerdo a sus propias características, objetivos y sobre todo, teniendo en cuenta su destinatario principal.

El diseño sonoro de Tiempo A se puede considerar adecuado, pues responde al ritmo y los gustos musicales de su Destinatario. Los temas de presentación y despedida también son adecuados, así como todos los recursos que se utilizan a lo largo de cada emisión.

En un programa dedicado a los jóvenes, la sonoridad debe estar sustentada sobre géneros contemporáneos, intérpretes que se estén difundiendo en el momento y esto debe actualizarse con mucha frecuencia por el nivel tan alto de actualización musical que tienen los jóvenes hoy y que les llega por diversas vías alternativas, que compiten de manera muy fuerte con la Radio.

Según la opinión de varios entrevistados hay que modernizar el programa desde el punto de vista de la sonoridad para adecuarla a lo que esperan los jóvenes de hoy. En contraposición, el colectivo del programa opina que este elemento está actualizado y no es uno de los puntos débiles. De hecho este espacio está considerado como el líder en estrenos de temas musicales en la emisora, con los CD más recientes de los intérpretes y autores cubanos y extranjeros.

La opinión del colectivo no coincide en gran medida con la de los jóvenes encuestados, pues en general solo 80 calificaron como actual la música que transmite Tiempo A, para un 30,7 por ciento. Es oportuno señalar que 27 le otorgaron el calificativo de atrasada y 7 de vulgar. Además, como algo significativo, 39 encuestados consideraron educativos los temas musicales.

(Ver anexo 21).

Después de realizar los monitoreos se pudo comprobar que efectivamente Tiempo A, como programa para jóvenes, transmite la música que escuchan estos, que es por lo general el Reggaetón. Pero en ocasiones este género tiene letras ofensivas y vulgares, una situación que choca con la política musical de la emisora y de la Radio Cubana, si se tiene en cuenta que está prohibido radiar números musicales cuyas letras contengan ofensas, discriminen o sean vulgares.

En cuanto a este tema, varios jóvenes encuestados manifestaron que es necesario poner menos Reggaetón y variar más la música, porque aunque la creencia popular dice que es este el género que más escuchan los jóvenes, no todos lo prefieren.

Al analizar una muestra de guiones musicales y realizar la escucha de programas se pudo comprobar que Tiempo A utiliza música popular cubana y extranjera a partir de criterios de contemporaneidad, y tiene en cuenta el balance adecuado de géneros, voces y formatos. Incluye en mayor medida Salsa, Trova contemporánea, Timba, Reggaetón, Baladas, Pop, Rap, Hip-hop, Rock y fusiones de géneros.

Por su parte, los géneros musicales que prefieren los encuestados son las Baladas y el Reggaetón con 140 y 125 partidarios, respectivamente. Otros géneros, como Fusión, lo prefieren 67 encuestados; la Salsa la escogieron 64, y la Trova la prefieren 56 encuestados. El Rock y el Merengue lo eligen 46 y 41 encuestados respectivamente. (Ver anexo 25)

Otros géneros que también prefieren escuchar los jóvenes en Tiempo A son el Pop, el Rap americano, Hip-Hop, Bachatas, música House, Flamenco y música clásica, aunque en porcentajes muy bajos. (Ver anexo 25). Así mismo, muchos señalan que el programa sería más atractivo si transmitiera mayor cantidad de temas internacionales.

Resulta interesante sobre todo en estos resultados que la Balada es el género que más gusta a los jóvenes y el Reggaetón se encuentra en segundo lugar. Asimismo que le sigan por orden de preferencia los géneros Fusión, Salsa y Trova, lo cual resulta un indicador de que los jóvenes tienen un diapason amplio en cuanto a su gusto estético por la música. Estos elementos deberían tenerse en cuenta a la hora de balancear la música dentro del guión, para complacer todas las preferencias. (Ver anexo 25).

El colectivo del programa coincide en que la música que difunde Tiempo A es adecuada, porque en primer lugar responde a los intereses y gustos de la juventud.



Pero opinaron que se debe seguir perfeccionando la producción musical, porque es necesario fomentar en los jóvenes el gusto estético por una música con mayor calidad, que siembre en ellos sentimientos de nacionalidad y respeto hacia el hombre, y no lo opuesto. Algunos entrevistados refirieron que Tiempo A debe exigirse mucho más en cuanto a brindarles a los jóvenes música de mayor calidad.

Entre los elementos que se tienen en cuenta para seleccionar la música se encuentra en primer lugar la contemporaneidad de los diferentes géneros, es decir que generalmente se utiliza la música actual, sobre todo los temas más pegados en el momento. Esto sin dejar de difundir los valores y los géneros antológicos que siempre han caracterizado nuestra música y la música internacional.

Es el director de Tiempo A quien realiza la producción musical del espacio; o sea quien elabora el guión musical y designa para cada día el tipo de música que va a salir al aire. La producción musical responde a la selección cuidadosa que realiza el director de los diferentes intérpretes y temas musicales. Entre los elementos que se deben tener en cuenta se encuentran los créditos musicales, pues la producción debe poseer la información adecuada, teniendo en cuenta el título, el autor y la nacionalidad. El otro elemento esencial es el balance, que está dado por el cuidado de las voces, los géneros y los formatos. En general estos elementos se cumplen adecuadamente.

Es válido aclarar que esta producción musical tiene que estar debidamente autorizada por el asesor del programa. Es decir, que después que el Director confecciona el guión musical, debe ser aprobado por la asesora y este equilibrio es necesario para que la producción se lleve a cabo. Según se pudo comprobar, este paso en ocasiones se viola, por la misma operatividad que conlleva la realización de un programa diario.

Según está establecido, el Director de cada programa tiene que entregar además a la Comisión de Música (o a la especialista principal de música de la emisora) los temas musicales que se transmitirán en cada emisión, para que sean evaluados y aprobados. Pero muchas veces esta entrega no se hace a tiempo, o no se entregan. Como particularidad, en el programa se dedica un espacio a algún género en específico para ganar en variedad y diversidad. Así Tiempo A contiene varias secciones musicales como los 50 grandes, la Pista cubana.com, el Hit-Parade y las

secciones diarias de música, dedicadas a géneros como el Hip-Hop, el Rap y el Rock.

En este sentido, las secciones que más gustan a los jóvenes, según las encuestas, son los 50 grandes y el Lucasómetro con 70 seguidores ambos, la sección musical diaria la prefieren 67 encuestados. Las secciones Hit- Parade y Pista cubana. com tienen 44 y 23 seguidores, respectivamente. (Ver anexo 24).

Como métodos de retroalimentación para estar actualizado el director se guía por la música que difunden otras emisoras y los programas de Televisión que marchan a la vanguardia en la difusión musical.

La música que transmite el programa llega a través de diferentes vías, que al parecer resultan deficientes. La emisora posee un servidor FTP, desde el cual se puede acceder a la música disponible en la Radio Cubana y utilizar lo último que tienen las emisoras nacionales y provinciales. El director de Tiempo A tiene además otras vías para adquirir su música, puesto que en ocasiones las últimas propuestas musicales que suenan en espacios alternativos no llegan con la suficiente rapidez a la Radio. Otros integrantes del equipo de realización también aportan en este sentido.

Cuando esta música adquirida de manera informal es evaluada y aprobada por la Comisión de Música, se difunde sin ninguna dificultad en el programa. Esta es hoy la vía más utilizada para que el espacio Tiempo A pueda estar actualizado desde el punto de vista musical.

Durante la observación resultó evidente que la Comisión de Música, que es el filtro a través del cual debe pasar todo lo que sale al aire desde el punto de vista musical no funciona adecuadamente.

Otro elemento que hay que considerar en cuanto a las propuestas musicales de Tiempo A es la difusión en sus emisiones de los diferentes talentos de la provincia, tanto de profesionales como de aficionados. Esto es algo que se realiza, pero con limitaciones, pues los artistas deben estar avalados por las instituciones; en el caso de los aficionados, deben estar vinculados a las Casas de Cultura, y si son profesionales, al Centro Provincial de la Música. Si no es así, su música no se puede difundir.

### **3.1.2. El balance temático, el guión y la locución, esenciales en el proceso de realización**

A partir de la revisión realizada a los planes temáticos del espacio Tiempo A se pudo determinar que estos cumplen con la Política Editorial de la emisora Radio 26 y poseen un balance adecuado, aunque no siempre son del interés de la juventud, por el enfoque que se les da y el lenguaje que se usa.

Las encuestas aplicadas en la investigación arrojaron que los temas que se tratan en el programa están muy gastados y politizados; y según especialistas entrevistados son temas que se repiten una y otra vez, tanto en Tiempo A como en otros espacios de la emisora Radio 26. La homosexualidad, el VIH SIDA y las drogas por ejemplo, son algunos de los temas que están saturados, y se tratan de manera inadecuada.

En general 99 encuestados consideraron apropiadas las temáticas que se abordan en el programa, a 11 no les parecen adecuadas y 17 manifestaron que las encuentran apropiadas solo algunas veces. (Ver anexo 22).

Los temas que se tratan en el programa se seleccionan a partir de las orientaciones de la Radio Cubana, que llegan a través del especialista principal de Propaganda de la Dirección Provincial de Radio. A estas temáticas priorizadas se unen los intereses del Partido Comunista de Cuba y la Unión de Jóvenes Comunistas, en este caso como organización de contacto más directo; siempre en correspondencia con los temas de mayor importancia en la actualidad.

Es a partir de estos factores que se confecciona el Plan Temático del mes con la participación de la asesora y el guionista. Pero la confección de dicho Plan Temático adolece de la colaboración de todo el colectivo, así como de la retroalimentación que se podría lograr a partir de los criterios de los propios jóvenes, sobre qué les interesa escuchar.

Tiempo A aborda en sus emisiones de manera habitual las temáticas de la actualidad, como las enfermedades de transmisión sexual, el ahorro de agua y electricidad, la importancia del estudio, el cuidado de la propiedad social y la educación formal; temas dirigidos a orientar a los jóvenes en su comportamiento ante la sociedad. Sin embargo, una de las debilidades encontradas a partir de los Monitoreos y la Observación, es que los temas en el programa se repiten con frecuencia.

Entre las temáticas que se tratan a través de secciones, se encuentran los deportes y la historia. La sección Deportiva se encuentra entre las más gustadas, con 50 seguidores según la encuesta, por delante de secciones musicales como el Hit-Parade y Pista cubana. com. (Ver anexo 24).

La sección de Historia por su parte no es de la preferencia de los jóvenes. Al realizar el monitoreo se pudo comprobar que en este aparte no se abordan los hechos históricos de manera creativa para que capten el interés de los jóvenes. Esto es algo a lo que habría que prestar especial interés, pues el conocimiento de la historia se encuentra en el centro de la labor político-ideológica que debe desarrollar la emisora.

Con respecto a las temáticas que, dijeron los encuestados, les gustaría que se reflejaran en un programa dedicado a los jóvenes matanceros, se supo que 155 prefieren el tema de la sexualidad, 143 eligen escuchar un programa en el que se hable sobre música, y sobre el tema de la Pareja quisieran escuchar 103 encuestados. Los temas de cultura y deporte los prefieren 86 encuestados por igual. (Ver anexo 26).

Por su parte 83 encuestados votaron por el tema de los valores. Del mismo modo los temas Formación vocacional y Salud recibieron 74 votos cada uno. Otros temas como Farándula, Sociedad, Derechos y Deberes y Ciencia y Técnica recibieron 63, 54, 50 y 47 votos, respectivamente. (Ver anexo 26).

Esto evidencia el interés juvenil por las más variadas temáticas. Sin embargo, al analizar los guiones se pudo comprobar que no solo inciden los temas, sino la profundidad con que se tratan, la intencionalidad y el lenguaje que se usa para transmitir el mensaje.

Los guiones cumplen con lo establecido en la Ficha Técnica, algo por lo que debe velar el asesor del espacio. Sin embargo los guiones revisados tienen tachaduras, errores en la redacción y no se adecuan al estilo que debe poseer la escritura para jóvenes.

En primer lugar, resulta evidente que con solo tres comentarios en un guión menos complejo es imposible transmitir adecuadamente el mensaje a los jóvenes. En segundo lugar, el lenguaje usado no es el que usan comúnmente los jóvenes y esto hace inefectiva la comunicación. En tercer lugar falta en el tratamiento a los temas la

mirada desde la juventud, que podría aportar un escritor joven, más cercano a las realidades e intereses de los jóvenes cubanos de hoy.

En cuanto a la propaganda, Tiempo A usa propaganda propia, con un lenguaje adecuado los jóvenes, aunque debe actualizarse con más frecuencia.

Un espacio importante dentro del programa lo ocupan las informaciones del ámbito juvenil. Sin embargo esto constituye hoy una limitación, pues no se producen trabajos periodísticos especiales para Tiempo A, sino que se utilizan los que se elaboran para los espacios informativos. No existe un vínculo entre el periodista que atiende los temas de Juventud y Tiempo A.

La locución resulta esencial a la hora de analizar la calidad de un espacio. Tiempo A está conducido a una sola voz, que casi siempre ha sido masculina, pero desde sus inicios ha tenido muchos locutores. A partir de la investigación se puede afirmar que la locución ha sido muy inestable, y es una necesidad que se oficialice y estandarice su locución.

Los resultados arrojan que las personas hoy no pueden identificar al programa por la voz, algo que debe ser un sello de los programas, al decir de los especialistas entrevistados. La locución de Tiempo A debe ser musical y entendible, no culta, sino popular. Esto no quiere decir que sea vulgar, pero que llegue a las personas.

La locución que se realizó en la muestra analizada es buena, independientemente de que a veces es muy sobre- tonada. En la encuesta aplicada se recogen criterios desfavorables sobre la locución.

Al decir de algunos entrevistados, por las características del espacio, el locutor ideal para Tiempo A sería un joven o una joven que tenga buena dicción, que conozca qué está pasando en su mundo, que tenga buen gusto, un joven identificado con su tiempo, que transmita de forma clara, y que sea por supuesto, identificable por sus seguidores.

Otras características son que el locutor de este espacio debe estar identificado con los jóvenes y sus preocupaciones, entender la jerga de los jóvenes, aunque no la utilice. Tiene que conocer la música que se mueve en el mundo.

En los monitoreos se pudo comprobar que en cada emisión se identifica adecuadamente la planta, y que a pesar de las dificultades detectadas en cuanto a la variedad temática y el lenguaje utilizado; la música como hilo conductor, así como

la correcta ubicación de cada uno de los elementos que conforman el programa, permiten que la curva de interés no decaiga en la hora y media que dura el espacio.

### **3.1.3. Trabajo de mesa y análisis sistemático del nivel de realización del programa**

Un elemento de suma importancia en el desarrollo exitoso de los programas es el Trabajo de Mesa. El Manual de control de la calidad para la Radio, *Manual: Metodología de la Programación Radial*, establece que es de carácter obligatorio realizar los trabajos de mesa antes de la salida al aire de cada programa. En el Trabajo de Mesa deben estar presentes todos los miembros del colectivo.

El trabajo de mesa consiste en el desmonte del programa. Se debe hacer el trabajo de mesa por lo menos una hora antes del programa. Durante la observación se pudieron detectar problemas en este elemento esencial en el proceso de producción de Tiempo A.

El trabajo de mesa se realiza de manera apresurada, y en otras ocasiones no se realiza. Este elemento es el que garantiza antes de la salida al aire la calidad de espacio, pues es el momento cuando se reúne el colectivo (locutor y director fundamentalmente) para prepararse.

Otro de los elementos que inciden en la calidad del programa a partir del análisis de algunas emisiones, son los monitoreos. Está establecido por resolución, que los asesores de programas deben hacer monitoreos hasta en un 50%, es decir, la mitad de las emisiones. Cada programa tiene, en dependencia de los días que tenga el mes, un aproximado de 25 a 27 emisiones, y se divide el trabajo a la mitad.

La asesora de Tiempo A refiere que ella participa en los trabajos de mesa una vez por semana, y con esta misma frecuencia se hacen los monitoreos. Aunque esto entra en contradicción con lo observado y lo que le consta al Grupo de Investigaciones y la Calidad de Radio 26.

Los monitoreos realizados a Tiempo A por la asesora arrojan dificultades principalmente con la música, porque a veces es un poco repetitivo con los números musicales. Pero esto lo justifican con que hay que tener en cuenta que este es un programa para los jóvenes, que la música es el peso fundamental del programa y es normal que los temas más pegados se repitan para satisfacer los gustos.

Dentro de los elementos que fallan a la hora de evaluar la calidad del programa se encuentran la poca frecuencia con que se realizan los colectivos de programas. Este es el espacio por excelencia para analizar, una vez al mes, las principales dificultades a partir de los monitoreos que se realizan, así como de los criterios particulares de cada miembro del colectivo.

Asimismo no funcionan adecuadamente en Radio 26, según se infiere de la revisión del último balance anual de trabajo de la emisora, las Comisiones de Calidad y de Música, el Consejo Artístico y el Consejo de Programación. Todos estos espacios profesionales resultan esenciales para el buen funcionamiento de la programación y su inestabilidad, incide en la calidad de todos los programas.

#### **3.1.4. Retroalimentación y factibilidad económica**

Las principales vías de interacción que tiene el espacio Tiempo A con los jóvenes hoy son la telefónica y el correo tradicional, a través de cartas, aunque esta es la menos usada.

Dentro de la retroalimentación directa con su público, Tiempo A implementó recientemente el Buzón Telefónico a través de los teléfonos 24 49 93 y 24 49 72. Los oyentes llaman al programa para pedir los números musicales de su preferencia, y el colectivo los complace si los temas están acorde con la línea musical del espacio. Pero la observación realizada como parte de la investigación y el monitoreo, arrojaron que al Buzón Telefónico de Tiempo A llaman siempre las mismas personas que participan en el resto de los programas de Radio 26; que además, no son jóvenes.

Tiempo A no contempla vías más usadas por los jóvenes como Internet, las Redes Sociales, una página Web y tampoco tiene servicio de correo electrónico. Esto se debe a la falta de mecanismos que propicien esto en la emisora, donde sí existen posibilidades para explotar estas vías de comunicación. Tampoco se usan los mensajes de texto, puesto que no se dispone de un celular institucional para hacerlo. De esta manera se desaprovecha una de las formas principales de comunicación de los jóvenes cubanos hoy.

Uno de los mecanismos de interacción con la juventud más efectivos en la historia de Tiempo A fueron las Pistas Móviles, que propiciaban no solo el intercambio directo, sino atraer oyentes fieles para las emisiones que se hacían desde cabina.



Las Pistas Móviles eran, al decir de los fundadores y el colectivo actual, la herramienta más fiable que poseían para conocer el grado de aceptación que tenían en la población, específicamente entre los jóvenes, su Destinatario.

El costo de una Pista Móvil es aproximadamente de mil quinientos pesos, porque la Radio tendría que pagar dos líneas a ETECSA para ese tipo de transmisión, más el salario de las personas que trabajarían en el equipo; que incluye locutores, realizadores de sonido, director, técnicos y chófer.

Según criterios de los directivos, por reducción de presupuesto, la emisora no está en condiciones de sustentar esa cantidad actualmente, sin contar los problemas con el transporte. Pero algunos de los fundadores sugirieron que para el sector de la cultura sería una opción económica retomarlas, previa coordinación con la emisora, si se analiza que hoy los grupos musicales que ofrecen cerca de tres horas de concierto cobran aproximadamente de \$40 000 a \$100 000 pesos, y una Pista Móvil, llevándolo al máximo, costaría alrededor de \$ 2000 pesos por cada emisión.

Analizando la relación costo-beneficio, para la Dirección Provincial de Cultura sería módico sustentar económicamente las Pistas Móviles, además de que se ganaría un espacio de participación, donde no solo se propondría música, sino conocimientos y educación.

Hoy en general, el costo diario del programa Tiempo A es de \$ 44,67, semanal es de \$312,69. Al mes en el programa se invierten \$ 1072,63, y el costo anual del programa asciende a \$ 37819,69. A pesar de transmitir una hora y media en el horario estelar y para un sector priorizado de nuestra sociedad, Tiempo A no es uno de los espacios más costosos. Algunos de los integrantes del colectivo consideran que sería oportuno revisar la categorización del programa en la Ficha Técnica y si es posible, pagar más para incrementar la calidad del programa.

Algunos entrevistados refirieron que una de las opciones que se ha manejado como solución a la falta de efectividad que tiene el programa en la juventud matancera es la desaparición de Tiempo A, pero ellos defienden hacer cambios en la estructura, crear nuevas secciones, maneras más efectivas de retroalimentación y fomentar la participación directa de los jóvenes en el programa, para elevar su calidad.

Por su parte los encuestados también hicieron sugerencias para mejorar la calidad del programa. Entre los más repetidos se encuentran: tratar temas de interés para los jóvenes; que esas temáticas sean más educativas, pero a la vez quieren que



sean atrevidas y creativas; que se difundan las noticias y curiosidades del acontecer mundial, los últimos avances tecnológicos y que se trate más la información cultural. Asimismo los encuestados aconsejan que participen especialistas del tema en cuestión en las distintas emisiones e incluir en el programa a periodistas y comunicadores.

Otras sugerencias realizadas por los encuestados fueron: realizar más encuestas como la aplicada en esta investigación para conocer los intereses del público, darle más participación al público y a la juventud en específico, promover concursos y juegos de participación, más interacción con los oyentes, invitar a artistas matanceros y dar a conocer las actividades que se realizan en la provincia.

En cuanto a la música algunos piden que se ponga menos Reggaetón y otros que se ponga más, pero en general coinciden en que no se radie música vulgar. Además sugirieron que no digan el nombre del programa en medio de las canciones y que propongan géneros musicales de otras épocas, así como que se informe sobre el quehacer de los artistas.

Solicitaron también en la encuesta que se expanda el horario de transmisión o se repita el programa en otros horarios. Otros reclamos fueron que el colectivo de realización sea más joven y retomar la Pista Móvil.

### **3.2. Las causas que han incidido en la disminución de la audiencia juvenil de dicho espacio.**

La revisión documental evidenció que algunos sondeos y estudios generales sobre la audiencia y preferencia de los programas que emite Radio 26 arrojan como resultado que no es baja la audiencia que tiene Tiempo A, pero la cantidad de adultos que escuchan el programa sobrepasa en gran medida a los jóvenes que lo hacen. Los jóvenes, como se indica en la Ficha Técnica, constituyen el Destinatario del programa Tiempo A, por lo cual, según estos sondeos, el programa se está haciendo para un público que no lo escucha.

En los meses de junio a julio del año 2007, el entonces Departamento Metodológico de la emisora Radio 26 realizó un estudio para conocer la audiencia y preferencia de la programación que transmiten, y Tiempo A obtuvo el 6to lugar; en octubre del año 2009 obtuvo el 5to lugar, con un 9,4 % de 247 personas que escuchaban Radio 26 al momento de hacer el estudio.

Tiempo A alcanzó el 2do lugar de preferencia, con un 56,65 % de audiencia en septiembre de 2010. Ese mismo año, pero en el mes de mayo, se realizaron sondeos de audiencia y preferencia de los programas de la emisora provincial Radio 26, y Tiempo A quedó en el 8vo lugar, con un 33% de audiencia; los oyentes no lo situaron entre los preferidos.

En el año 2012 tuvo lugar un estudio sobre la música que difunden los programas de Radio 26, y el mismo reveló que existe una supremacía de radioescuchas adultos sobre los oyentes jóvenes. La Revista Juvenil Tiempo A tenía entonces baja audiencia en los jóvenes, y poseía sus niveles de audiencia en los radioescuchas de 30 a 50 años.

Lo anterior constata que hasta 2012 había un divorcio total de Tiempo A con el universo juvenil actual. De ahí que como parte de esta investigación se realizaran encuestas entre los jóvenes del municipio de Matanzas, para conocer la audiencia que tiene el programa Tiempo A en este sector tan importante de la sociedad, que además es el destinatario del programa objeto de estudio.

De un total de 260 encuestados, manifestaron que escuchan el programa 71 jóvenes, que representan un 27,30 % del total; lo escuchan algunas veces 42 encuestados, para un 16,15%, y no escuchan el programa 147 encuestados, que representan un 56,53% del total de encuestados. (Ver anexo 14).

Según las encuestas, los jóvenes que más escuchan el programa tienen edades comprendidas entre 15 y 19 años, resultando que los jóvenes con nivel de escolaridad Secundaria y Pre-Universitario son los que más escuchan Tiempo A.

Los encuestados expresan que escuchan el programa cuando el tiempo se lo permite, sin que exista una constancia en la frecuencia con que lo escuchan. Según las encuestas, el 66,37% de los jóvenes que escuchan el programa lo hacen a través de Radios, y un 25,66% lo hace a través de Teléfonos celulares, siendo estos los equipos más usados para escuchar Tiempo A. (Ver anexo 18).

Los lugares desde donde frecuentemente se escucha el programa son los hogares y en los medios de transporte mientras las personas viajan. Según los encuestados, las principales dificultades para escuchar el programa Tiempo A, y la Radio en general, son la falta de tiempo y los problemas con la señal. (Ver anexo 19).

Todos estos resultados corroboran lo que mostraban anteriores estudios generales, sin embargo en la entrevista grupal el colectivo de realización de Tiempo A, no

advierte preocupación por la baja audiencia entre la juventud, y algunos consideran que no hay que cambiarle nada al espacio.

El colectivo de trabajo actual de Tiempo A estaba compuesto, al momento de esta investigación, por Domingo de Armas, Director; Jesús García, Escritor; Serguei Feliú, Realizador de Sonido; Mercy Anilia Garcés, Asesora y Arnold Rodríguez, locutor. En el momento de la entrevista grupal afrontaba problemas con la Locución y quien estaba conduciendo el programa era Jesús García, el escritor.

Vale señalar que los miembros del colectivo tienen edades comprendidas entre 30 y 60 años e imponen su subjetividad al programa. No obstante la práctica demuestra que aunque es más factible que jóvenes trabajen para jóvenes; no es un disparate que adultos con alma joven puedan llevar a buen puerto un programa dedicado a la juventud.

El resultado más preocupante de la entrevista grupal y las realizadas a fundadores que se mantienen en contacto con el programa no es su edad, sino que viven anclados al Tiempo A que fue, tratan de mantenerlo como en sus años de gloria y no comprenden que los tiempos cambian, y que un programa dedicado a los jóvenes tiene que parecerse a los jóvenes de cada generación. Tal vez ahí resida la explicación de por qué lo escuchan las personas de 30 a 50 años; son los oyentes de aquel Tiempo A que arrastraba multitudes y fijaba el hit-parade de la música en la provincia.

Otro de los elementos que inciden en la audiencia es la pérdida del vínculo con la Unión de Jóvenes Comunistas y otras organizaciones que le pueden ofrecer al espacio la información necesaria sobre las actividades que se realizan en la provincia. Estas organizaciones, que agrupan a los jóvenes estudiantes y trabajadores matanceros, pueden incidir en la audiencia del programa.

En entrevista realizada a la Secretaria Ideológica del Comité Provincial de la UJC, manifestó que aunque existe vínculo y comunicación con Radio 26, no es tan cercano con Tiempo A.

Es responsabilidad de ambas partes que no se explote al máximo la posibilidad que brinda este medio de difusión, de que la juventud matancera conozca las actividades que la UJC desarrolla. No obstante se reconoce que la falta de comunicación no ha sido por desinterés de la radio, pues en determinados momentos el director de Radio 26 ha tenido contacto con la UJC.

Pero generalmente solo se vinculan cuando se conmemora alguna fecha importante. La dirigente juvenil estuvo de acuerdo en que con este vínculo, más que la UJC, la juventud matancera se beneficiaría, primero porque se recuperaría el protagonismo que le corresponde a la UJC, se lograría una juventud más identificada con los que hoy dirigen desde la organización y este vínculo facilitaría la formación y el fomento en los jóvenes de valores que se han ido deteriorando.

### **3.3. Propuesta de un plan de mejoras para elevar la calidad y el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 para los jóvenes del municipio de Matanzas.**

El Plan de mejoras se sustentó en la determinación de todas las causas desfavorables detectadas a partir de la información preliminar obtenida en el decurso investigativo, para ello se establecen un grupo de objetivos a desarrollar a partir de un grupo de acciones encaminadas a solventar todos los factores negativos incidentes en la calidad y los niveles de escucha de los jóvenes del espacio Tiempo A.

#### **– Readecuar la Ficha Técnica del espacio Tiempo A a las necesidades reales y contextuales de su Destinatario.**

- Evaluar si la actual Ficha Técnica cumple su función de acuerdo a la misión que tiene Tiempo A, como programa dirigido a los jóvenes, que como se sabe, se encuentran en el centro de las intenciones subversivas del enemigo contra Cuba.
- Analizar la posibilidad de cambiar la categorización del programa.
- Realizar, de ser factible, cambios en el tipo de guión, que permitan tratar con mayor profundidad los temas.
- Valorar la posibilidad de incluir especialistas o colaboradores.
- **Mantener el mismo balance musical estipulado, pero con énfasis en la educación del gusto estético de la juventud.**
- Realizar investigaciones para conocer el gusto musical de los jóvenes y no seguir tendencias comerciales.
- Proponer géneros musicales de la música tradicional cubana, que creen en los jóvenes un sentido de identidad.
- Promover con más frecuencia los talentos musicales del territorio.
- Garantizar la entrega en tiempo de las producciones musicales.

- Proponer a la emisora y a la Radio Cubana mecanismos más efectivos y rápidos de retroalimentación musical para evitar otras vías de entrada.
- Rediseñar sonoramente el programa para actualizarlo.
- **Ajustar las temáticas y el lenguaje del espacio Tiempo A a los intereses de la juventud.**
- Fomentar a través de varios mecanismos la participación de jóvenes en la conformación del Plan Temático.
- Abordar las temáticas desde una perspectiva creativa, que lo diferencie de otros programas variados.
- Proponer la escritura del programa a una persona joven, que conozca el lenguaje de uso común de la juventud.
- Realizar un estudio de las secciones para ver si funcionan e incluir otras que puedan ser de interés para la juventud.
- Crear mecanismos que garanticen la estabilidad del locutor.
- **Estrechar lazos con instituciones, organizaciones juveniles y periodistas, con el fin de convertirse en vocero de la vanguardia juvenil matancera.**
- Establecer mecanismos estables de retroalimentación con los principales dirigentes de la UJC, como vanguardia de la juventud matancera.
- Retomar los corresponsales voluntarios de las principales organizaciones juveniles, para que de manera ordenada informen el acontecer de los jóvenes estudiantes.
- Crear espacios para los jóvenes trabajadores, que incluyan a los jóvenes campesinos y a los cuentapropistas, como parte de programas priorizados por el país.
- Estrechar vínculos con el Departamento Informativo, con el fin de encargar trabajos especiales para Tiempo A al periodista que atiende las temáticas juveniles, como parte de su plan de trabajo mensual.
- **Explorar formas de retroalimentación más adecuadas y cercanas a los jóvenes:**
- Utilizar vías como SMS, correo electrónico, Redes Sociales y Blogs, previa coordinación con la dirección de la emisora.
- Proponer la publicación en la Página Web de Radio 26 del programa Tiempo A, al menos con una frecuencia semanal (en audio).
- Analizar la factibilidad económica de retomar las pistas móviles.

- Realizar controles remotos desde escuelas, parques o centros nocturnos, lo mismo desde la capital provincial, que desde los municipios.

**- Sistematizar los trabajos de mesa y el análisis del nivel de realización del programa:**

- Cumplir diariamente con el trabajo de mesa.

- Garantizar la realización mensual de los colectivos de programa, como una vía para autoevaluar la calidad del programa.

- Realizar los monitoreos de rutina por parte de la asesora y el Grupo de Investigaciones y Calidad.

- Realizar estudios más profundos que permitan conocer el impacto del programa.

- Retomar en general el trabajo de las Comisiones de Calidad, de Música, el Consejo Artístico y el Consejo de Programación, como mecanismos indispensables para garantizar la calidad de la programación.

**Conclusiones del capítulo:**

- En el presente capítulo se expusieron y argumentaron los resultados obtenidos con el desarrollo de la investigación. Se propuso además un Plan de Mejoras que posibilitará el aumento de la calidad y el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 para los jóvenes del municipio de Matanzas.

## *Conclusiones*

- El estudio de los elementos teóricos conceptuales permitió profundizar en elementos importantes sobre los estudios concernientes al surgimiento de la radio, la historia de este medio en Cuba y Matanzas y la historia del espacio Tiempo A de la emisora provincial Radio 26, así como la importancia y función social de la Radio, los principales tipos y definiciones de audiencia, las características de los programas de radio para jóvenes y el principio de la calidad en este medio.
- Se cumplió la premisa definida en la investigación, porque se constató que el nivel de audiencia del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 entre los jóvenes del municipio de Matanzas es bajo, pues 71 jóvenes encuestados escuchan el programa, lo que representa un 27,30 % del total; lo escuchan algunas veces 42 encuestados, para un 16,15%, y no escuchan el programa 147 encuestados, que representan un 56,53% del total de encuestados.
- Con el desarrollo de este estudio se concluyó que las principales condicionantes que inciden en el nivel de audiencia del espacio Tiempo A entre los jóvenes del municipio de Matanzas son el poco de tiempo, los problemas con la señal, la poca retroalimentación y la pérdida del vínculo con la UJC y otras organizaciones que le pueden ofrecer al espacio la información necesaria sobre las actividades que se realizan en la provincia
- El espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 se emite de lunes a domingos, de 7:00 p.m. a 8: 29 p.m. y su función es divulgativa. Es un programa de variedades que trata temas de interés para el universo juvenil matancero. Sus objetivos son fomentar los valores de la sociedad en los jóvenes y difundir las actividades que se realizan en la provincia.
- La Ficha Técnica no especifica en el Destinatario el grupo de edad, el último rediseño general que se le hizo al espacio fue en el año 1990 y no funcionan adecuadamente en Radio 26 las Comisiones de Calidad, y los Consejos Artístico y de Programación.
- Se propuso un Plan de Mejoras que posibilitará elevar la audiencia y calidad del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26.

## *Recomendaciones*

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos y a partir del plan de mejoras elaborado, la autora de esta investigación recomienda:

- Que el Grupo de Investigaciones y Gestión de la Calidad de Radio 26 valide esta tesis como parte de sus investigaciones.
- Que el Departamento de Programación de Radio 26 convoque a un Colectivo de Programa de Tiempo A para dar a conocer los resultados de la presente investigación.
- Que el colectivo del espacio Tiempo A tome en consideración el plan de mejoras realizadas como resultado de este trabajo de tesis para elevar la calidad y la audiencia de Tiempo A.
- Que la Facultad de Periodismo de la UMCC propicie en años posteriores la realización de estudios similares de programas de radio como trabajos de Tesis, que contribuyan a elevar la calidad de la radio matancera.



## Bibliografía

1. Antecedentes generales sobre el desarrollo de la Radio en Matanzas. documento en archivo de radio 26.
2. Coro Antich, Arnaldo. *Investigaciones de Audiencias: Un problema de mucha actualidad en la radio a nivel mundial (II)*. Disponible en: <http://www.w.radiocubana.cu/index.php/articulos-especializados-sobre-la-radio/51-programacion/1528-investigaciones-de-audiencias-un-problema-de-mucha-actualidad-en-la-radio-a-nivel-mundial-ii> (Consultado 19/11/212).
3. Departamento Metodológico de la emisora provincial Radio 26. *Estudio sobre la música que difunden los programas*. (2012).
4. Departamento Metodológico de la emisora provincial Radio 26. *Sondeos de audiencia y preferencia de los programas que transmite Radio 26*. (2010).
5. Departamento Metodológico de la emisora provincial Radio 26. *Estudio exploratorio para conocer el consumo y preferencia de los oyentes referente a la música que transmite la emisora*. (2010).
6. Departamento Metodológico de la emisora provincial Radio 26. *Estudio para conocer la audiencia y preferencia de la programación*. (2007).
7. Departamento Metodológico de la emisora provincial radio 26. *Sondeo para determinar los programas de mayor audiencia*. (2009).
8. Diéguez Batista, Carlos Rafael. *Seguimos haciendo radio*. Editorial Pablo de la Torriente Brau, La Habana, 2003 – 66 p.
9. Garcés Corra, Raúl. *Los Dueños del Aire*. Editorial Pablo de la Torriente Brau, La Habana, 2003. – 231 p.
10. Garcés, Raúl. *Programas de radio. Selección de textos. s.e/ s.a – 84 p*
11. García Camargo Jimmy. *El mundo de la radio*. Ediciones CIESPAL Editorial QUIPUS .Quito, Ecuador, 1998. – 401p. ISBN. 9978 55-020-8
12. González, David. *Medios de comunicación y la estructuración de las audiencias masivas*. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n61/dgonzalez.html>. Consultado 19/11/212).
13. Haye Ricardo M. *La Radio del siglo XXI. Nuevas estéticas*. Ediciones CICCUS. Buenos Aires, 2000. –166p. ISBN 987-97498-6-3

14. Rodríguez Díaz, Mauro. *Radioperiodismo*. Editorial Oriente. Santiago de Cuba, 1981.- 91 p.
15. Herranz Delgado, Dany. *Breve historia de la radio - En el mundo, en Cuba y en la provincia de Sancti Spíritus*. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos36/historia-radio/historia-radio.shtml>. (Consultado 19/11/2012).
16. Kaplún, Mario. *Producción de programas de radio. El guion, la realización*. Editorial Félix Varela. La Habana, 2009. – 278 p.
17. Lalinde, Posada, Ana María. *Radios Juveniles*. “Revista Signo y Pensamiento” Nº 25, 1994. pp: 7-18.
18. López Vigil, José Ignacio. *Manual urgente para radialistas apasionados*. Editorial Pablo de la Torriente Brau. La Habana, 2000 – 303 p.
19. Calderín, Gaínza, Gerardo. *Manual: Metodología de la Programación Radial*. /s.a/s.e/. – 98 p.
20. Mata, María Cristina. *Saber sobre la Radio*. “Revista Signo y Pensamiento” Nº 33, 1998. pp: 91-98.
21. Minkov, Mijaíl. *Radioperiodismo*. Editorial Oriente. Santiago de Cuba, 1988.- 70 p.
22. Najarro Pujol, Lázaro. *Nuevo periodismo radiofónico*. Editorial Pablo de la Torriente Brau. La Habana, 2007. – 81p. ISBN 978-959-259-245-2
23. Rodríguez Gómez, Gregorio. Gil Flores, Javier y García Jiménez, Eduardo. *Metodología de la Investigación cualitativa*. Editorial Félix Varela. La Habana, 2006. – 363 p.
24. Vera Mellado, Marcia. Fragu Echegoyen, Mayra y Calderín Gaínza, Gerardo. *Proyecto de manual metodológico La investigación social en la Radio y la Televisión*. Centro de Investigaciones Sociales. La Habana. – 100 p.

## Anexos

**Anexo No 1:** Encuesta realizada a jóvenes del municipio de Matanzas entre 15 y 29 años de edad.



El Departamento de Periodismo de la Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”, realiza un estudio **sobre el nivel de audiencia del programa tiempo A de la emisora Radio 26**. Nos resultará muy útil su colaboración.

Muchas gracias.

### Datos generales:

**Sexo:**  Femenino  Masculino **Grupo de edad:**  (de 15 a 19)  (20 a 24)  (25 a 29)

**Lugar de residencia:** \_\_\_\_\_ **Escolaridad:**  Secundaria  
 Pre Universitario  
 Técnico Medio  
 Universitario

**Ocupación:**  Trabajador  
 Estudiante  
 Sin ocupación  
 Ama de casa

1. ¿Escucha usted Radio?

Sí  No  Algunas veces

2. ¿Escucha usted la Emisora Radio 26?

Sí  No  Algunas veces

3. ¿Escucha el programa Tiempo A de la emisora Radio 26?

Sí  No  A veces

4. De ser afirmativa su última respuesta diga, en una escala del 1 al 5, siendo uno el valor mínimo y 5 el máximo, ¿cómo califica el programa? \_\_\_\_\_

5. ¿Qué tiempo hace que escucha el programa Tiempo A?

Menos de un año  
 Dos años  
 Entre tres y cinco años

\_\_\_ Más de cinco años y menos de diez

**¿Con qué frecuencia escucha el programa Tiempo A?**

- \_\_\_ Todos o casi todos los días que se emite
- \_\_\_ Varias veces a la semana
- \_\_\_ Varias veces al mes
- \_\_\_ Con menor frecuencia
- \_\_\_ Cuando el tiempo me lo permite

**6. ¿A través de qué equipo/equipos escucha Ud. el programa Tiempo A?. Marque una o varias respuestas según el caso.**

- \_\_\_ Radio
- \_\_\_ Radio portátil
- \_\_\_ Teléfono celular
- \_\_\_ Reproductora Mp3, Mp4 o Ipod.
- \_\_\_ Internet

**7. ¿Desde qué lugares acostumbra escuchar el programa Tiempo A?**

- \_\_\_ Casa
- \_\_\_ Trabajo
- \_\_\_ Universidad
- \_\_\_ Lugares públicos (bibliotecas, cafeterías, parques, etc.)
- \_\_\_ Cuando transita por la calle
- \_\_\_ Otro sitio      **¿Cuál?** \_\_\_\_\_

**8. ¿Cuáles son las principales dificultades que encuentra al intentar escuchar el programa Tiempo A?**

- \_\_\_ Falta de equipos para sintonizar la emisora
- \_\_\_ Poco acceso debido al lugar donde se encuentra
- \_\_\_ Poco tiempo
- \_\_\_ Problemas con la señal

**9. De los siguientes géneros musicales cuáles prefiere:**

- Balada\_\_\_      Salsa\_\_\_      Fusión\_\_\_  
Rock\_\_\_      Merengue\_\_\_      Trova\_\_\_

**10. Exprese sugerencias con la intención de mejorar la calidad del programa Tiempo A de la emisora radio 26.**

---

---

---

---

**11. ¿Satisface el programa sus necesidades de entretenimiento?**

Sí \_\_\_      No \_\_\_

**12. ¿Qué secciones del programa Tiempo A prefiere escuchar?**

- \_\_\_ Sección deportiva
- \_\_\_ Musicales

- \_\_\_ Hit- Parade
  - \_\_\_ Lucasnómetro
  - \_\_\_ TOP 25 baladas
  - \_\_\_ TOP 100 baladas
-

**Anexo No 2:** Guía temática para las entrevistas en profundidad realizadas al Director y fundadores del espacio Tiempo A de la emisora provincial Radio 26, y a especialistas en Radio.

- Historia del surgimiento del espacio Tiempo A de la emisora Radio 26 de la provincia Matanzas.
- Primeros miembros del colectivo de trabajo del espacio Tiempo A.
- Circunstancias en que se encontraba el programa en los distintos períodos de dirección.
- Idea original del nombre del programa.
- Temas que aborda el espacio Tiempo A en sus emisiones.
- Elementos que se tienen en cuenta para elegir los temas que se abordan en el programa.
- Secciones que componen el espacio Tiempo A.
- Mecanismos de retroalimentación que tiene el espacio con el público.
- Música que promueve el espacio Tiempo A.
- Elementos que se tienen en cuenta para seleccionar la música que se transmite en el espacio.
- Diferentes vías que existen para la obtención de la música que se difunde.
- Difusión de los artistas del territorio.
- Políticas musicales específicas para los jóvenes.
- Opiniones sobre la música que transmite el espacio Tiempo A.
- Elementos que se tienen en cuenta para confeccionar la sonoridad del espacio.
- Elementos a los que responde la confección del guion del programa.
- Propaganda que se usa en Tiempo A. Si es propia o no.
- Valores que pretende desarrollar el espacio Tiempo A en los jóvenes matanceros.
- Valoraciones sobre la Locución del programa. Si el público se identifica con el Locutor.
- Costo del programa.
- Vínculos entre el colectivo de Tiempo A y la UJC, la FEU, FEEM y BTJ.
- Relación con el departamento informativo de radio 26.
- Informaciones que transmite Tiempo A.

- Principales dificultades que enfrenta el espacio Tiempo A.
- Fortalezas y debilidades que tiene Tiempo A.
- Perspectivas del programa.
- Reto principal que enfrenta el programa.
- Opiniones del colectivo de trabajo del espacio Tiempo A sobre la audiencia que tiene el mismo entre los jóvenes.
- Ideas para elevar la calidad y audiencia de Tiempo A.
- Historia de la Pista Móvil de Tiempo A.
- Razones por las que dejó de funcionar la Pista Móvil.
- Opiniones sobre la influencia de la desaparición de la Pista Móvil en la audiencia y calidad del programa.
- Mecanismos que existen para facilitar la orientación a los jóvenes sobre las actividades que se realizan en la ciudad.
- Opiniones sobre el espacio Tiempo A de nuestros días.
- Diferencias entre el Tiempo A de los primeros años y el de la actualidad.
- Cumplimiento de la ficha técnica.
- Destinatario que establece la Ficha Técnica.
- Frecuencia con que se realizan los trabajos de mesa y monitoreos.
- Opiniones sobre las notas del programa.
- Valoraciones sobre la calidad de los guiones.
- Producción y balance musical.
- Características de la locución de un espacio como Tiempo A.
- Evaluación de la calidad del programa desde el punto de vista de la Locución.
- Sugerencias para mejorar la calidad del espacio.
- Elementos que caracterizan al locutor ideal para Tiempo A.
- Consideraciones sobre la factibilidad y el éxito de retomar la Pista Móvil.
- Costo aproximado de una Pista Móvil.
- Condiciones que tiene la emisora provincial radio 26 para sustentar el costo de una Pista Móvil.
- Frecuencia con que la UJC informa al colectivo de Tiempo A sobre las actividades que se realizan en la provincia.
- Beneficios de la retroalimentación entre la UJC y el espacio Tiempo A.

- Características que debe tener un programa variado como Tiempo A.
- Trabajos de mesa. Frecuencia con que se realizan.
- Elaboración y entrega a tiempo de los guiones del programa.

**Anexo No 3:** Cuestionario que se empleó en la entrevista grupal

1. ¿Cuáles creen que son las principales dificultades que enfrenta el programa?
2. ¿Qué idea u opinión tienen con respecto a la audiencia de Tiempo A?
3. ¿Qué criterio les merece el hecho de que la audiencia entre los mayores sea mayor que entre los jóvenes?
4. ¿Cómo califican la música que transmite Tiempo A?
5. ¿Qué creen de las secciones y los temas que trata el programa?
6. ¿Creen que Tiempo A cumple su objetivo? (Divulgar las actividades de los jóvenes en la provincia)
7. ¿Creen necesario realizar cambios en el programa?
8. ¿Creen que sería factible o exitoso retomar la Pista Móvil?

**Anexo No 4:** Guía para la Revisión Bibliográfica-Documental

Se tuvieron en cuenta los temas que se consultaron mediante la Revisión bibliográfica- documental para el desarrollo de la investigación y principalmente para la elaboración del Marco Teórico.

- Historia del surgimiento de la Radio.
- Historia de la Radio en Cuba.
- Historia de la Radio en Matanzas.
- Características de los programas radiales.
- Elaboración de programas radiales para jóvenes.
- Nivel de audiencia. Principales definiciones.
- Definiciones de Calidad. El principio de la calidad en la Radio.
- Papel y función de la radio en la sociedad.



### **Anexo No 5:** Guía utilizada en los monitoreos realizados a emisiones del espacio

Tiempo A:

- Cumplimiento de la ficha Técnica
- Respeto a la estructura interna y externa de cada espacio
- Calidad del guion
- Trabajo de mesa
- Cumplimiento en tiempo de la salida al aire
- Variedad de información y temas que se ofrecen en el contenido
- Balance musical y temáticas que se tratan en cada emisión
- Calidad y variedad de tipo de música, géneros, estilos, formatos, autores, intérpretes, voces masculinas y femeninas, zonas geográficas
- Calidad de la locución y hablantes ante el micrófono
- Utilización de los recursos radiales
- Presentación y despedida
- Identificación del programa y la planta

### **Anexo No 6:** Guía de Observación:

- Trabajo de mesa. Si se realiza o no. Frecuencia
- Proceso de realización-transmisión-recepción
- Mecanismos de retroalimentación
- Calidad de la Locución y hablantes ante el micrófono
- Monitoreos. Si se realizan o no. Frecuencia
- Comisiones de Calidad, Música y Consejos Artísticos

## Anexo No 7: Ficha Técnica del programa Tiempo A

### I.

Emisora	Radio 26	Código
---------	----------	--------

Espacio	Tiempo A
---------	----------

Horario	19:00/20:26	Tiempo	86 Min.	Frecuencia	Lun. / Dom.
---------	-------------	--------	---------	------------	-------------

Función	Divulgativa	Origen	Propio	% de Música	Cubana	50	Extranjera	50
---------	-------------	--------	--------	-------------	--------	----	------------	----

Grupo	Variados	Forma	Programa de Variedades
Especificación			

Tema	Varios Generales	Especificación
------	------------------	----------------

Intenc. Destinatario	Juvenil
----------------------	---------

Tiempos Aproximados que se Utilizan para:

Música	60	Información		Dramatizaciones	
Historia	1	Propaganda	6		

Fecha de Inicio del Programa	22/Julio/1968	Vivo	X	Grabado	
------------------------------	---------------	------	---	---------	--

CATEGORIZACION DEL PROGRAMA (EN VIVO)			Guión Menos Complejo (No Dramatizados 1.4)		
CARGO	COMPLEJIDAD	CODIGO	CARGO	COMPLEJIDA D	CODIGO
Director	Complejo	1.4.2	Asesor	Complejo	6.6.1
Locutor	Complejo	2.3.1	Narrador Com.Dep.	Muy Complejo	8.4
Op.Control Maestro	Complejo	5.5.3			
Editor	Menos Complejo	5.7.1			

### II. OBJETIVO PRINCIPAL

Contribuir a la divulgación de las actividades de los jóvenes en la provincia.

### III. PERFIL

Programa conducido a una voz conversacional que presenta los temas y los desarrolla en torno a una tema central. Trata diversos temas de interés para el universo juvenil matancero. Cuenta con secciones. Inserta trabajos de géneros

periodísticos. Intercala informaciones de corresponsales. Utiliza recursos sonoros del lenguaje radial y propaganda directa. Los domingos este programa será grabado.

**Espacio: TIEMPO A** (50% de música cubana y 50 % extranjera)

Tipo de música: Utiliza música popular cubana y extranjera a partir de la difusión de géneros contemporáneos con un destinatario juvenil teniendo en cuenta el balance adecuado de géneros, voces y formatos.

Incluye Salsa, Trova contemporánea, Timba, Reggaetón, géneros de autores cubanos o extranjeros como Baladas, Pop, Rap, Hip-hop, Rock, fusiones de géneros.

Este espacio es el encargado de estrenar temas musicales, los CD más recientes de los intérpretes y autores cubanos y extranjeros.

**Anexo No 9:** Fotos de los fundadores y primeros miembros del colectivo de trabajo de Tiempo A.

Colectivo inicial de Tiempo A



Fundadores del espacio Tiempo A

**Anexo No 10:** Fotos de las Pistas Móviles de Tiempo A





**Anexo No. 11:** Recortes de periódicos de la época que hacen referencia al espacio Tiempo A y a las Pistas Móviles



Para los jóvenes que estudian, vigilan y trabajan, Radio 26 cadena provincial de Matanzas, presenta:

Música, baile, alegría y juventud en la

# Pista Móvil de tiempo A

Por Guillermo Bernal Suárez  
Fotos Pablo Fernández

cuando empiezan todo es muy bueno y después va decayendo... Los grupos en vivo no deben ser sólo de Matanzas y me agrada también la actuación de solistas: Mirta Medina, Alfredo Rodríguez, Amarty, Silvia... En cuanto a las áreas donde se instalaba no eran adecuadas, las plataformas resultaban inseguras y carecían de estética. Se invierten recursos y el final no lo veremos brido en espectáculo de calidad, y en mi opinión es eso lo más importante.

# QUE PISTA LA DE TIEMPO

Por Yolanda del Solar — Fotos: JORCAN y Archivo

Nuestro colectivo se ha propuesto que la Pista se mantenga en la preferencia de los jóvenes, y para ello pensamos asegurar nuestra...

transmite un programa para estudiantes, con una frecuencia semanal al estilo de Pista Móvil



PISTA MÓVIL

# TIEMPO A EN CARNAVAL ESTA NOCHE EN LA PLAZA DE LA VIGIA

La Comisión del Carnaval 79 en Matanzas dio a conocer que hoy, a las 9 de la noche, se efectuará en la Plaza de La Vigia, la fiesta gigante **Tiempo A en Carnaval**, programa que marcará el inicio de los referidos festejos en la ciudad yumurina.

Este actividad se realizará conjuntamente con los bailes sabatino del conocido programa juvenil de Radio 26, y contará con la presentación de un variado espectáculo con artistas de la radio y la televisión, ganadores recibirán copas citadas como estímulos.

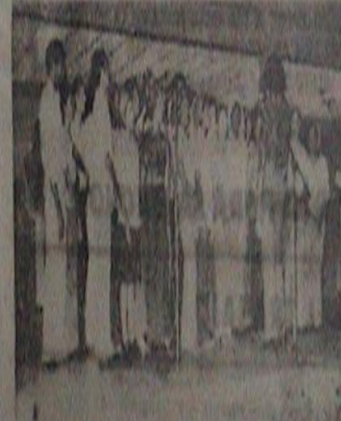
Los paseos del Carnaval de la Victoria Matanzas 79 se iniciarán el próximo día 17, a las 9 de la noche, desde la calle de América, Bajarán por Milanes hasta la Plaza La Vigia, donde concluirá la actividad. La apertura estará presidida por la banda de música del Ejército Central, la policía motorizada, la banda de pioneros, tabla gimnástica de niños, los muñecons y...



## VISITA AL CONTINGENTE DE MAESTROS INTERNACIONALISTAS

### LA PISTA MÓVIL DEL PROGRAMA TIEMPO "A"

El martes último la Pista Móvil de Radio 26, en San Antonio de los Baños, visitó al contingente de maestros internacionalistas. El contingente espera partir hacia General Augusto César Guevara próximamente hacia la hermana San José, que se encuentra en la nación de Nicaragua a fin de participar en el movimiento educativo en el movimiento educa-



Los jóvenes matanceros que integran el contingente interpretaron el himno que llevarán a Nicaragua

dional que dentro de las transformaciones sociales enriquece el país.

Jóvenes de casi toda la isla bailaron al compás de la música del popular programa radial y del grupo Balala hasta muy entrada la noche.

Los jóvenes matanceros que integran el contingente interpretaron a coro el himno que con la música del de la Alfabetización con letra de Alta Lina Hernández llevarán a Nicaragua.

También los matanceros Leonardo Rivera y René Hernández del municipio de Perico interpretaron a Nicaragua con música de la canción "Del brinco al Pateador" y letra compuesta por ellos.

Esta actividad sirvió también de despedida al grupo de San Antonio de los Baños y una parte de Villa Clara que próximamente partirá en el primer contingente. (Texto y foto: Balala)

El Primer Secretario del Partido en la provincia manifestó que el mayor éxito de Radio 26 en el pasado año fue "la iniciativa de llevar el popular programa juvenil Tiempo A hacia lugares públicos, con lo que han revolucionado la antigua concepción del oyente pasivo en el hogar para hacer que miles de jóvenes, en un sano ambiente disfruten ampliamente de las selecciones musicales que se ofrecen."

En otra parte de su intervención, señaló que "esta experiencia, además de interesante, nos demuestra cuánto puede hacerse cuando nos apartamos de la rutina y nos lanzamos, con inteligencia, audacia y seriedad, a buscar nuevas formas de utilización de los medios que la sociedad pone en nuestras manos para servir al pueblo."

## ENVIA EL BURO PROVINCIAL DE LA UJC FELICITACIONES AL PROGRAMA TIEMPO A

El Buró provincial de la Unión de Jóvenes Comunistas envió un saludo al programa radial Tiempo A, con motivo de haber arribado éste al oncenavo aniversario de su creación el día 22 último.

"Tiempo A y su más joven creación, la Pista Móvil— señala la misiva— tienen tal acogida porque se asientan sobre sólidas razones; por una parte, la necesidad de recreación y entretenimiento para nuestra juventud, que es su público mayoritario y porque el programa cumple y ha respondido a sus intereses".

"Este colectivo— continúa— ha trabajado satisfactoriamente como divulgador de las orientaciones y de las principales actividades de la UJC, la FEEM y la FEU."

En otra parte, el mensaje de saludo del Buró provincial de la UJC señala que "no menos importante en el calor y éxito de este programa ha sido el hecho de que además de tratarse de un programa para jóvenes, es realizado por ellos."

Por último, envían "una merecida felicitación por la labor desplegada en estos once años y nuestra exhortación para que continúen esforzándose y superándose constantemente prestes a cumplir con óptima calidad, la actividad creadora de éste, nuestro programa juvenil Tiempo A."

(Alba Rosa García-Oña)

## TIEMPO A EN CARNAVAL ESTA NOCHE EN LA PLAZA DE LA VIGIA

La Comisión del Carnaval 79 en Matanzas dio a conocer que hoy, a las 9 de la noche, se efectuará en la Plaza de La Vigia, la fiesta gigante Tiempo A en Carnaval, programa que marcará el inicio de los referidos festejos en la ciudad yumurina.

Esta actividad se realizará conjuntamente con los bailes sabatino del conocido programa juvenil de Radio 26, y contará con la presentación de un variado espectáculo con artistas de la radio y la televisión,

ganadores recibirán copas cifradas como estímulos.

Los paseos del Carnaval de la Victoria Matanzas 79 se iniciarán el próximo día 17, a las 9 de la noche, desde la calle de Ayilón y Contreras hasta la de América, bajarán por Milanes hasta la Plaza La Vigia, donde concluirá la actividad. La apertura estará presidida por la banda de música del Ejército Central, la policía motorizada, la banda de pioneros, tabla gimnástica de niños, los muñecones y



REPORTAJES

**¡Tiempo A!**




El eco de tiempo A...

En este momento se produce el eco...

El operador abre uno de los controles...

La segunda, en la que ustedes escuchan el sonido de puerta metálica...

**El eco de Tiempo A**



En estradas atascadas o en campamentos del plan la Escuela al Campo, cuando TIEMPO A siente el estruendo más directo con sus oyentes, hay dos interrogantes que nos asaltan con frecuencia:

¿Cómo se produce el eco? y ¿Qué es el efecto de elevar en el Edificio Masial de TIEMPO A?

Ambas preguntas tienen respuestas fáciles. Por ejemplo: el eco lo produce la grabadora, por un sistema nada complejo que se denomina realimentación. El operador abre uno de los controles que reproduce lo que ya ha sido grabado, con una diferencia aproximada de un quinto de segundo. La reproducción realimenta a la grabadora, y así puede darse la voz seguida del eco.

Existen otros medios técnicos —acústicos, electrónicos, etc.— para producir el eco. Pero el que citamos es el utilizado por TIEMPO A para fabricarlo.

Ahora vamos al sonido del aserrar. Aquí positivamente rozamos el borde es grito de la realidad con una espina punzante de la realidad. Pero, como dice cualquier novicio del Muzol, hay que ser objetivos.

Ya hablamos de la Llave de control. Pues bien, mientras el operador la man...

**TIEMPO LIBRE**

**RECORRERA LA PISTA MOVIL DE TIEMPO A LOS MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA EN EL MES DE NOVIEMBRE PROXIMO**

Durante la segunda quincena del presente mes, se seleccionaron en centros de trabajo o estudio, organizaciones de masa y unidades de las Fuerzas Armadas Revolucionarias y el Ministerio del Interior, las parejas que participarán en la competencia de baile que se efectuará en ocasión del Festival del Danzón.

Con tal motivo, la Pista móvil de Tiempo A recorrerá los municipios de la provincia y ese será el escenario donde se realice la competencia de baile.

El día primero de noviembre el popular programa juvenil de Radio 26 estará en Limonar; el viernes 2 en Martí; domingo 4 en Perico; miércoles 7 en Ciénega; viernes 9 en Pedro Betancourt; domingo 11 en Los Arabos y el miércoles 14 en Calimeta.

También la Pista móvil se presentará el viernes 16 en Viñedo, el domingo 18 en Cárdenas, el miércoles 21 en Jagüey Grcia, el viernes 23 en Jovellanos, el domingo 25 en Livina de Reyes, el miércoles 28 en Colón y el viernes 30 en Matanzas.

Las parejas que se seleccionen en los municipios participarán en el baile del danzón, que tendrá lugar en el transcurso del ciclo Festival del Danzón.



# HOY, NUEVO PROGRAMA GIGANTE DE TIEMPO A

Hoy, en la Plaza de la Vigía, nuevamente se ofrecerá un programa gigante de Música, alegría, baile y juventud con Tiempo A en su pista móvil.

De 7:30 a 12:30, de la noche los jóvenes disfrutarán de ese espacio bailable, cuya animación estará a cargo de los estudiantes Ramonín, Oliveiro, Niurka, María Inés, Tony, Merceditas y Martha el programa llegara a toda la provincia, transmitido por las ondas de la cadena matancera Radió 26. (A.L.)

# EL SABADO, TIEMPO "A" DESDE EL RENE FRAGA

El próximo sábado, desde las 7:30 hasta las 12:30 de la noche, el programa juvenil matancero Tiempo A, que ofrece la emisora provincial Radio 26, se transmitirá desde el parque René Fraga, donde se efectuará simultáneamente un concurso de bailes.

Animarán la actividad Tony Allen, de y siete estudiantes del preuniversitario José Luis Dubrocq, la Escuela de Economía y la Vocacional Carlos Marx, entre ellos Ramonín, Oliveiro, Merceditas, Niurka y Pedro.

Al concluir el programa se seleccionará una pista cantadora a cuyo acompañamiento se les entregará disco y otros premios.

El objetivo de Tiempo A pretende llevar las actividades similares, todos los sábados, a los otros municipios matanceros, aunque el video que se transmite en esta ocasión, inicia el ciclo.

Los programas se realizarán con música habitual del género radiofónico, llevarán como título Música, alegría y juventud en Tiempo A en pista móvil. (A.L.)

## A BAILAR, EN LA PISTA MOVIL DE TIEMPO "A"

Por María Elena Bryón Mayores — Fotos de Pérez Luján



Esta vez je los estudiantes de ese espacio que se presentará la actividad. En relación con el lugar donde se realiza la pista móvil, los estudiantes de Radio 26, una profesora que sea — la mayoría — en una sala cubana de la ciudad en zonas populares al parque de la Libertad, y otros que se podrá notar por los dos los espacios y tanto otros.

En realidad, durante los últimos meses, los presentadores del programa no han podido mostrar cómo que ellos, para ser los más exitosamente los puntos juveniles.

**SIGNIFICAS CONVENCIONES**

Dijo, Magal Soria, estudiante de la escuela Carlos Céspedes, 15 años. La pista móvil es un espacio que se puede bailar y cantar, pero que también se puede bailar y cantar. Me gusta mucho bailar y cantar, y es un espacio que me gusta mucho bailar y cantar. Me gusta mucho bailar y cantar, y es un espacio que me gusta mucho bailar y cantar.

**FRENTE A FRENTE CON LAS DIFERENCIAS**

Proceso que todo momento de un país es el momento que le ha dado a la juventud. Pero, para que la participación de los jóvenes sea mayor y efectiva, es necesario que haya una comunicación y un diálogo con ellos, que no sea un diálogo de oídos sordos y la utilización del tiempo que se le dedica al momento de la pista móvil.

A este respecto, también se requiere el apoyo de los padres, que además de colaborar con el programa, sea posible que ellos también estén presentes en el momento de la pista móvil.

**UNA PISTA MOVIL DE TIEMPO A**

Una pista móvil de tiempo A, que se podrá notar por los dos los espacios y tanto otros.

## JUVENTUD, MUSICA, ALEGRIA... Y BAILE EN TIEMPO "A" Y SU PISTA MOVIL

Texto de Tony Allen  
Foto: Pérez



Una pista con los estudiantes de los municipios matanceros y otros del momento.

Los estudiantes que transmiten el programa de Radio 26, en la ciudad de Matanzas, están en la pista móvil, que se puede bailar y cantar, pero que también se puede bailar y cantar.

Desde las 7:30 de la noche y hasta las 12:30 de la mañana, el programa juvenil de Radio 26, en la ciudad de Matanzas, se transmite desde el parque René Fraga.

Una pista con los estudiantes de los municipios matanceros y otros del momento.

Los estudiantes que transmiten el programa de Radio 26, en la ciudad de Matanzas, están en la pista móvil, que se puede bailar y cantar, pero que también se puede bailar y cantar.

Desde las 7:30 de la noche y hasta las 12:30 de la mañana, el programa juvenil de Radio 26, en la ciudad de Matanzas, se transmite desde el parque René Fraga.

Una pista con los estudiantes de los municipios matanceros y otros del momento.

Los estudiantes que transmiten el programa de Radio 26, en la ciudad de Matanzas, están en la pista móvil, que se puede bailar y cantar, pero que también se puede bailar y cantar.

Desde las 7:30 de la noche y hasta las 12:30 de la mañana, el programa juvenil de Radio 26, en la ciudad de Matanzas, se transmite desde el parque René Fraga.



Anexo No. 12: Correspondencia del público con el colectivo de trabajo de Tiempo A



**Anexo No 12:** Resultados de la pregunta No 1 de la Encuesta:

<b>Escuchan Radio</b>		<b>%</b>
<b>Sí</b>	98	38
<b>No</b>	56	21
<b>Algunas Veces</b>	106	41
<b>Total</b>	260	

**Anexo No 13:** Resultados de la pregunta No 2 de la Encuesta:

<b>Escuchan Radio 26</b>		<b>%</b>
<b>Sí</b>	94	36
<b>No</b>	147	57
<b>Algunas Veces</b>	42	17
<b>Total</b>	260	

**Anexo No 14:** Resultados de la pregunta No 3 de la Encuesta:

<b>Escuchan Tiempo A</b>		<b>%</b>
<b>Sí</b>	71	27
<b>No</b>	147	57
<b>Algunas Veces</b>	42	16
<b>Total</b>	260	

**Anexo No15:** Resultados de la pregunta No 4 de la Encuesta:

<b>Calificación otorgada al espacio Tiempo A</b>		<b>%</b>
<b>1</b>	32	28.31
<b>2</b>	59	52.2
<b>3</b>	59	52.2
<b>4</b>	65	57.52
<b>5</b>	45	39.82

**Anexo No 16:** Resultados de la pregunta No 5 de la Encuesta:

<b>Tiempo que hace que escucha el Programa Tiempo A</b>		<b>%</b>
<b>Menos de un año</b>	42	37
<b>Dos años</b>	23	20
<b>Entre 3 y 5 años</b>	29	26
<b>Más de 5 años</b>	27	24
<b>Diez años o más</b>	25	23

**Anexo No 17:** Resultados de la pregunta No 6 de la Encuesta:

Frecuencia de escucha del espacio Tiempo A		%
Todos los días que se emite	8	7
Varias veces a la semana	35	31
Varias veces al mes.	18	16
Cuando el tiempo me lo permite	52	46

**Anexo No 18:** Resultados de la pregunta No7 de la Encuesta:

Medios de escucha		%
Radio	75	49
Radio portátil	18	12
Teléfono celular	29	19
Reproductor MP 4 o Ipod	13	8
Internet	8	5
Otros equipos	10	7

**Anexo No 19:** Resultados de la pregunta No8 de la Encuesta:

Lugar de escucha		%
Casa	111	73
Trabajo	6	4
Centro de estudio	6	4
Lugares Públicos	9	6
Cuando transita por las calles	7	5
Transporte	14	8
Otro sitio	0	0

**Anexo No 20:** Resultados de la pregunta No9 de la Encuesta:

Principales dificultades para la escucha del espacio Tiempo A		%
Falta de equipos	5	3
Falta de Tiempo	129	84
Problemas con la señal	19	13

**Anexo No 21:** Resultados de la pregunta No 10 de la Encuesta:

Valoración de la música emitida en el Programa Tiempo A		%
Actual	80	52
Atrasada	27	18
Vulgar	7	5
Educativa	39	25

**Anexo No 22:** Resultados de la pregunta No 11 de la Encuesta:

<b>Valoración de las temáticas abordadas en el espacio Tiempo A</b>		<b>%</b>
<b>Sí</b>	99	65
<b>No</b>	11	7
<b>Algunas Veces</b>	43	28

**Anexo No 23:** Resultados de la pregunta No 12 de la Encuesta:

<b>Valoración del lenguaje empleado en el espacio Tiempo A</b>		<b>%</b>
<b>Sí</b>	124	81
<b>No</b>	12	8
<b>Algunas Veces</b>	17	11

**Anexo No 24:** Resultados de la pregunta No 13 de la Encuesta:

<b>Secciones que prefieren escuchar en el espacio Tiempo A</b>		<b>%</b>
<b>Deportivas</b>	50	15
<b>Musical diaria</b>	67	21
<b>Hit- parade</b>	44	13
<b>Lucasnómetro</b>	70	22
<b>Conteo pista cubana.com</b>	23	7
<b>Conteo 50 grandes</b>	70	22

**Anexo No 25:** Resultados de la pregunta No 14 de la Encuesta:

<b>Música que prefieren escuchar en el espacio Tiempo A</b>		<b>%</b>
<b>Baladas</b>	140	24
<b>Salsa</b>	64	11
<b>Fusión</b>	67	12
<b>Reggaetón</b>	125	22
<b>Rock</b>	46	8
<b>Merengue</b>	41	7
<b>Trova</b>	56	10
<b>Otros</b>	34	6

**Anexo No 26:** Resultados de la pregunta No 15 de la Encuesta:

<b>Propuestas de temáticas que le gustaría escuchar en el espacio Tiempo A</b>		<b>%</b>
Valores	83	7.8
Sexualidad	155	14.6
Salud	74	6.9
Cultura	86	8.1
Medio Ambiente	38	3.5
Farándula	63	5.9
Deporte	86	8.1
Pareja	103	9.7
Música	143	13.4
Ciencia y Técnica	47	4.4
Formación Vocacional	74	6.9
Derechos y Deberes	50	4.7
Sociedad	54	5.08
Otros	5	0.4

**Anexo No 27:** Resultados de la pregunta No 16 de la Encuesta:

	<b>Cambio de Horario</b>	<b>%</b>
<b>Sí</b>	64	42
<b>No</b>	87	58