



Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos
Facultad de Humanidades
Departamento de Comunicación Social y Periodismo



Radio 26 | CMGW

Desde Matanzas, la Atenas de Cuba

En las frecuencias...

104.3 FM

97.3 FM

1060 AM

1320 AM

www.radio26.cu

buscar...



TRABAJO DE DIPLOMA

En opción al título de Licenciada en
Periodismo

Título: *El parto de la noticia...*

Un estudio sobre la influencia de la gestión de dirección
en las rutinas productivas y las ideologías profesionales
del proceso de producción de noticias
en el Departamento Informativo
de Radio 26 en Matanzas.

Autora: Yusimí Trimiño González

Tutora: Msc. Odalys Miranda Suárez

Matanzas, 2013

NOTA DE ACEPTACIÓN

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
Presidente del Tribunal

.....
Tribunal

.....
Tribunal

Matanzas de de 2013

“Año 55 de la Revolución”

DEDICATORIA:

A mi abuela Berta, siempre supiste...

A mis padres

A mis Tatas

A Mayra y Jany

AGRADECIMIENTOS:

A la profe Odalys, por las noches de insomnio

A mis padres, por el apoyo

A Jany y a Mayra, por la ayuda, amistad, por todo...

A mi familia en general

A la gente del "barrio", mi otra familia

Al grupo de la Unión Europea, por los viajes interprovinciales (saben quiénes son)

A Yari, por enseñarme que aún existen los buenos sentimientos

A Yeni y Maya, por el "sarcasmo"

A Tania, la eterna compañía

A mis compañeros de aula

A los profesores de la Carrera

A mi novio, aunque llegaste de último, por aguantarme

INFORME DE TUTORIA

Matanzas, 20 de septiembre de 2013.

“Año 55 de la Revolución”.

La Tesis **El parto de la noticia... Un estudio sobre la influencia de la gestión de dirección en las rutinas productivas y las ideologías profesionales del proceso de producción de noticias en el Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas**, de Yusimí Trimiño González, resultó todo un reto en el tiempo y el conocimiento porque demandó de la estudiante un trabajo intenso en la búsqueda minuciosa de los elementos que caracterizan la propuesta teórico –metodológica y proyectiva de su Trabajo de Diploma.

Resulta significativa la prominencia y novedad del tema escogido, sin antecedentes de tratamiento en la Radio Cubana, asunto controversial, latente e influyente en la realidad del periodismo y que se proyecta como una de las necesidades a resolver de manera dialéctica y objetiva.

El sustento teórico – metodológico se corresponde con lo más actual del tema en los medios académicos y del sector periodístico. Revela nuevas aristas del fenómeno y legitima lo válido desde otras ciencias para el abordaje de la dirección. Otro aspecto de interés es la búsqueda de aristas del problema entre los actores que intervienen en ese proceso valiéndose de los métodos y técnicas de investigación.

Igualmente realzo el esfuerzo de la estudiante en todas las fases del proceso hasta la culminación del Trabajo de Diploma, parte indisoluble de la tríada investigativa que servirá de referente a la Tesis de Doctorado de la Tutora, quien profundiza en un estudio de caso múltiple sobre esa temática en la provincia de Matanzas.

La estudiante laboró con seriedad y preocupación, cumplió todo lo orientado para ganar más conocimiento sobre la interpretación del fenómeno y logró un Trabajo de Diploma que contribuye al estudio del campo disciplinar y que cumple con rigor los requerimientos propuestos por el Departamento. La bibliografía consultada es actual y diversa.

Fraternalmente,

Msc Odalys Oriol Miranda Suárez

Profesora Auxiliar Adjunta

UMCC

“Necesitamos aguzar el oído y afinar el olfato para dotar a la prensa de los mejores cuadros, comprometerlos con la tarea de dirigir, crearles las condiciones para que dirijan con valentía y soltura, fomentar que se conviertan en verdaderos agentes de cambio y no en poleas trasmisoras de las orientaciones de arriba.”

Dr Raúl Garcés Corra

Siete Tesis sobre el Periodismo

**Ponencia introductoria al debate del IX Congreso
de la Unión de Periodistas de Cuba**

13 de julio de 2013

RESUMEN:

El Trabajo de Diploma posee como **objetivo general** Determinar la influencia de la gestión de dirección en las rutinas productivas e ideologías profesionales del proceso de producción de noticias en el Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas. Su **significación** radica en que se inscribe dentro de la tendencia de la Sociología de la producción de noticias pero estudiando un aspecto poco tratado, tanto a nivel internacional como nacional, la dirección en las instituciones mediáticas; asimismo, contribuye a entender el funcionamiento interno de un medio de prensa cubano en el que gravita una problemática recientemente Abordada en el IX Congreso de la UPEC sobre la prensa y sus cuadros de dirección. El estudio se desarrolló en el Departamento Informativo durante un **período** de tres meses. Durante esa etapa sirvió como guía el **problema**: ¿cómo influye la gestión de dirección en las rutinas productivas e ideologías profesionales del proceso de producción de noticias en el Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas? Para darle respuesta se utilizaron **métodos teóricos y empíricos, así como técnicas**, entre ellos: el dialéctico - materialista, la encuesta, la observación no participante, el análisis de contenido, la triangulación y la entrevista. El análisis de los **resultados** permitió comprobar que las rutinas productivas, ideologías profesionales y gestión de dirección forman parte inseparable del proceso de producción de noticias. Las conclusiones a las que arribó la investigación ponderan que las rutinas productivas se dividen en tres fases: planificación, realización de la cobertura y edición y publicación; que las ideologías de los periodistas se reproducen mediante la socialización y la identifican aspectos como la insatisfacción en cuanto a reconocimiento social y salarial; así como que la gestión de dirección presenta deficiencias que pueden ser superadas.

ABSTRACT:

The Diploma Work has as objective general to define the influence of management routines direction productive and professional ideologies news production process in the Informational Department of Radio 26 in Matanzas. Your meaning is to be part of the trend of the sociology of news production but studying a rarely treated, both internationally and nationally, the direction of media institutions; also helps to understand the inner workings of a medium Cuban press in which gravitates Addressed an issue recently in the ninth Congress of the UPEC on the press and its management staff. The study was conducted in the Informational Department for a period of three months. During this stage the problem was a guide, what difference does address management routines and ideologies productive professional news production process in the Department of Radio Informative 26 in Matanzas?

To respond were used theoretical and empirical methods and techniques, including: the dialectical materialist - the survey, participant observation, content analysis, triangulation and the interview. The analysis of the results demonstrated these productive routines, professional ideologies and address management are necessary parts of the news production process. The conclusions reached by the investigation weighted productive routines are divided into three phases: planning, implementation of coverage and editing and publishing, that ideologies of journalists are reproduced through socialization and identify issues such as dissatisfaction with to wage and social recognition, as well as address management that has deficiencies which may be overcome.

INDICE

INTRODUCCION	1
CAPITULO 1: MARCO TEORICO – REFERENCIAL	6
1.1 Anclaje teórico de la producción de noticias.	6
1.2 La gestión de dirección en instituciones mediáticas.	9
1.3 Rutinas productivas	13
1.4 El Periodismo como profesión y las ideologías que comparte.	18
1.5 El nacimiento de Radio 26. Sus antecedentes.	22
1.6 Los espacios informativos. El Noticiero Provincial de Radio (NPR).	23
CAPITULO 2: PROPUESTA METODOLOGICA	25
2.1 Clasificación del estudio.	25
2.1.1 Perspectiva de la investigación	25
2.1.2 Tipo de investigación	25
2.1.3 Diseño de la investigación	26
2.2 Categorías analíticas	26
2.2.1 Gestión de dirección en el proceso de producción de noticias	26
2.2.2 Rutinas Productivas	27
2.2.3 Ideologías Profesionales	27
2.3 Población y Muestra	28
2.4 Métodos y Técnicas	30
2.4.1 Métodos Teóricos	30
2.4.2 Métodos Empíricos	31
2.4.3 Técnicas	32
CAPITULO 3: ANALISIS DE LOS RESULTADOS	34
CONCLUSIONES	59
RECOMENDACIONES	60
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	65

INTRODUCCIÓN:

El campo de estudio de la Comunicación es en la actualidad uno de los más productivos, aunque desde los años 60 del pasado siglo comenzaron a desarrollarse las investigaciones sobre los Sistemas de Comunicación. La bibliografía para la realización de esta Tesis traducida al español fue poca y difusa por lo que sus paradigmas teóricos se centrarán en **La producción de la noticia** (1989) de Miguel Rodrigo Alsina y en dos textos indispensables para el estudio de la Teoría de Comunicación: **La investigación de la comunicación de masas** (1989), de Mauro Wolf y **La producción social de Comunicación** (1993), de Manuel Martín Serrano. En el ámbito nacional se tomó en cuenta el Trabajo de Diploma de la Universidad de La Habana: **La construcción de la noticia. Estudio del proceso de producción noticiosa en el NTV** (1991), de los periodistas Lisbet Barreda, Rolando Segura y Rolando Nápoles. Por los aportes teóricos y la sistematicidad objetiva también es un referente la Tesis: **Viaje desde la semilla. Un estudio sobre el proceso de construcción de la noticia en el Noticiero Nacional de Radio** (2009), de Ingrid Fajardo González.

Además resultaron imprescindibles luces para la investigación las Tesis en opción al título de Master en Dirección: **La labor del Periódico Girón en el quehacer sociopolítico de la población matancera. Propuesta de una metodología para su mejoramiento**, de Clovis J. Ortega Castañeda, y el Trabajo de Diploma de la Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos: **Estudio del grado de aceptación del Noticiero Provincial de Radio en la población del Consejo Popular de Martí** (2011), de Flora Arencibia Nazco.

De las investigaciones en la carrera de Periodismo de la casa de altos estudios yumurina en esa misma línea de investigación se relacionan tres categorías de análisis en un mismo estudio, pero en diferentes instituciones mediáticas de la provincia: **Del pensar y el hacer. Análisis de las rutinas productivas e ideologías profesionales en la gestión de dirección del Departamento Informativo del Telecentro TV Yumurí** (2013), de Yeilén Delgado Calvo y **El camino de la noticia. Un acercamiento a las rutinas productivas, las ideologías profesionales y la gestión de la dirección del periódico Girón de la provincia de Matanzas** (2013), de Gabriel Torres Rodríguez.

Desde el enfoque de la Sociología de la producción de noticias esta investigación es la primera de su tipo que se realiza en la Emisora Provincial y analiza cómo influye la gestión de dirección del proceso de producción de noticias en las rutinas productivas e ideologías profesionales del Departamento Informativo de Radio 26. La relación de estas tres categorías de análisis evidencia la **novedad y actualidad** del presente Trabajo de Diploma.

En el Informe Final del Sexto Congreso del Partido estuvo presente la exhortación a hacer realidad cada Lineamiento, a trabajar con intensidad y cambiar la mentalidad allí donde esta frena el desarrollo de nuestra sociedad socialista. Partiendo de lo anterior, se plantearon otros aspectos en el orden de los profesionales de la Comunicación, entre ellos, el descontento de la sociedad con el periodismo actual, así como la necesidad de mejorarlo, hacerlo más crítico y combativo.

Más recientemente en el IX Congreso de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) se hizo patente la necesidad de actualizar la prensa justo en la medida que el socialismo se actualiza a paso firme. “La prensa socialista tiene el desafío de arropar con ideas la nueva época, interpretar creativamente el discurso político, alimentarlo con argumentos, demostraciones, ejemplos concretos y un permanente debate público”. (Garcés, 2013)

La presente investigación se apresta a indagar sobre algunas “piedras” que obstaculizan el camino hacia el ejercicio de una profesión más comprometida con el pueblo.

Como **situación problemática** se explicita que en la Radio Cubana el 60% de los cuadros no tienen formación periodística y en Matanzas la situación no escapa a la alarmante realidad de que sólo 2 directivos de ese medio son formados en la academia. Ambas cifras ilustran un problema mayúsculo cuando se trata de acometer los cambios necesarios en la radio sin el capital humano suficiente para conducirlos y encauzarlos. “¿Cómo asegurar que los cuadros identifiquen, organicen y alinien una vanguardia periodística que marque el paso, abra la brecha, profile el camino a seguir?” (Garcés, 2013)

Esa interrogante formulada en el Plenario del IX Congreso de la UPEC se interpone en el camino de la noticia, las temáticas abordadas, relación con las fuentes, entre otros aspectos del proceso de producción de noticias en el Departamento Informativo de Radio 26. Problemáticas que influyen en la calidad del producto comunicativo, su reconocimiento social y estimulación material, el desenvolvimiento,

creatividad, y hasta en el modo de hacer y el pensar periodismo de los reporteros de la emisora en su principal espacio informativo: el Noticiero Provincial de Radio (NPR).

Aunque Radio 26, con más de medio siglo de fundada, acumula un aval en el sistema de medios de prensa de la provincia, más allá de los problemas de recursos el NPR no refleja a cabalidad la realidad matancera. Predominan informaciones intrascendentes y poco profundas y el periodismo de investigación no se constituye como práctica para el seguimiento de diversas temáticas de interés de la población. De tal suerte, al asumir que la perspectiva teórica escogida puede darle respuesta, se plantean los siguientes aspectos metodológicos:

La Pertinencia y Novedad del Trabajo radica en que abrirá las puertas a otras tesis futuras que se relacionen con el ámbito de la prensa en el territorio y constituye documento de estudio para los directivos de la emisora Radio 26, principalmente como guía científica para la toma de decisiones.

Tema: Gestión de dirección en instituciones mediáticas: rutinas productivas e ideologías de sus profesionales.

Problema de investigación:

¿Cómo influye la gestión de dirección en las rutinas productivas e ideologías profesionales del proceso de producción de noticias en el Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas?

Objeto de estudio:

La gestión de dirección, rutinas productivas e ideologías profesionales.

Campo de acción:

El proceso de producción de noticias en el Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas.

Objetivo general:

Determinar la influencia de la gestión de dirección en las rutinas productivas e ideologías profesionales del proceso de producción de noticias en el Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas.

Objetivos específicos:

- Valorar la gestión de dirección en el proceso de producción de noticias del Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas.
- Caracterizar las rutinas productivas de los periodistas en el proceso de producción de noticias del Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas.

- Analizar las ideologías profesionales de los periodistas del Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas.

Preguntas investigativas:

- ¿Cómo se ejerce la gestión de dirección en el proceso de producción de noticias del Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas?
- ¿Qué elementos caracterizan las rutinas productivas de los periodistas en el proceso de producción de noticias del Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas?
- ¿Cuáles son las ideologías profesionales que comparten los periodistas que trabajan en el Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas?

Premisa de investigación:

La manera en que se ejerce la dirección en el Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas determina las rutinas productivas e influye en las ideologías profesionales de los periodistas que en él laboran. La relación entre esas tres categorías caracteriza el proceso de producción de noticias en su principal espacio informativo, el Noticiero Provincial de Radio.

La investigación se realiza bajo el paradigma **mixto** que responde tanto al método cualitativo como cuantitativo. La justificación, dada por reconocidos autores como Hernández Sampieri, Hilda Saladrigas y Margarita Alonso, entre otros; amerita el hecho de utilizar todo un conjunto instrumentos que pueden llevar a la triangulación de un resultado final más enriquecido. Basado fundamentalmente en un “proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio para responder a un planteamiento del problema, utilizando métodos de los dos enfoques y basándose en la triangulación de los mismos”. (Sampieri, 2006: 787). La investigación es de tipo **exploratoria – descriptiva**, dirigida “a obtener información preliminar sobre un fenómeno poco conocido con vistas a definir mejor el problema de investigación y fundamentar hipótesis ulteriores”. (Alonso y Saladrigas, 2000:13)

Buscando la viabilidad metodológica se utilizaron métodos teóricos y empíricos que responden al **Método Rector Dialéctico Materialista**, destinado a la producción del conocimiento científico basado en leyes inmutables de la vida, la naturaleza y el movimiento.

Dentro de los **Métodos Teóricos**, expuestos en el Capítulo Metodológico se encuentran:

- Analítico – sintético
- Inductivo - deductivo
- Hipotético –deductivo

Métodos Empíricos se utilizaron:

- Observación no participante
- Análisis de contenido
- Encuesta
- Triangulación

Técnicas:

- Investigación documental o bibliográfica
- Entrevista: semi estandarizada y en profundidad

La Tesis quedó estructurada en Introducción y tres capítulos. El Capítulo I: Marco Teórico - Referencial se hace un análisis de los fundamentos que sustentan el tema. Entre los contenidos más importantes se encuentran las investigaciones en el campo de la comunicación, un acercamiento al estudio de Manuel Martín Serrano, la Sociología de la producción de noticias; así como referentes a las rutinas productivas, ideologías profesionales y la gestión de dirección en los medios, especialmente en la emisora Radio 26 y su principal espacio informativo el Noticiero Provincial de Radio.

En el Capítulo II: Propuesta Metodológico se presentan los fundamentos metodológicos que encaminaron la investigación asumidos de autores como Hilda Saladrigas, Roberto Hernández Sampieri, entre otros.

En el Capítulo III: Análisis de los resultados se presentan las problemáticas y evidencias referentes al tema de estudio, según los instrumentos aplicados durante las diferentes etapas de investigación.

Cuenta con Conclusiones y Recomendaciones, la Bibliografía, con un adecuado nivel de actualidad; y un cuerpo de Anexos como complemento de la investigación.

CAPITULO I: MARCO TEORICO-REFERENCIAL.

1.1 Anclaje teórico de la producción de noticias.

La comprensión de la Sociología de la producción de noticias resulta compleja, no sólo porque diversos autores señalan que es un campo de estudio no definido, sino porque precisa de nuevas perspectivas dentro de ese enfoque. Para los teóricos Schudson (1989) y Mauro Wolf (1987) el origen de esta tendencia sociológica se ubica en las investigaciones acerca del gatekeeper (seleccionador), concepto elaborado por el psicólogo Kurt Lewin en 1947 y llevado por Manning White, en 1950, al ámbito periodístico.

Esa teoría se sustenta en que los medios contaban con una zona de filtro que el flujo informativo debía atravesar y ser controlado por gatekeepers o por sistemas objetivos de reglas. Además, de que la selección de las noticias no constituía un proceso arbitrario basado en las preferencias individuales del comunicador, sino en las normas de empleo, profesionales y organizativas.

De igual forma, se especificaba que el gatekeeping no solo tenía lugar en la selección de información sino también en la construcción y difusión del mensaje y que era resultado de un complejo sistema dentro de la institución mediática, más allá de la sola responsabilidad del periodista y sus competencias profesionales.

Ambos enfoques fueron criticados por no tener en cuenta los factores organizativos que determinan el proceso de construcción de la noticia, así como por considerar la selección y elaboración del material informativo de forma aislada (Alsina, 1989). “En la actualidad, y en gran medida influenciados por las perspectivas de la sociología del periodismo y del establecimiento de la agenda los estudiosos han dejado de utilizar este término (el de gatekeeping) sustituyéndolo por el de “selección noticiosa” que implica un proceso rutinario organizacional más armado y controlado”. (De León, 2008:157)

El estudio posterior del gatekeeper dentro del contexto específico de las instituciones mediáticas determinaron la transición de los estudios sobre la manipulación explícita de la información hacia la distorsión inconsciente o involuntaria (Wolf, 1989). Se planteaba que componentes de la profesionalidad como rutinas y valores, imponían determinantes a la información producida, por lo que los periodistas, de forma inconsciente, “deformaban” los contenidos informativos y enfatizaban cierta representación de la realidad social.

Robert Park y Walter Lippman realizaron las primeras reflexiones de tipo sociológico asociadas a la profesión y atacaron al sacrosanto “Periodismo objetivo” al negar que la noticia fuese reflejo de la realidad social. Para ellos constituía una reconstrucción de la realidad, un producto social. La idea no fue retomada hasta la década del setenta, con el desarrollo en ese propio país de la línea de estudio de los Media Sociology (Sociología de los medios o Sociología de la producción de mensajes).

María Elena Hernández Ramírez en su artículo **La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México** “afirma que esta tendencia está enfocada en: dar cuenta de los factores que intervienen en el proceso de producción de mensajes de los medios de comunicación, especialmente los de producción de noticias (...) se centra en el polo emisor de los mensajes, y supone el análisis de los medios de comunicación como organizaciones complejas, con una lógica de producción en cierta forma industrial”. (1997: 211) Esta propuesta propicia además, el “análisis de las relaciones sociales e interacciones las cuales definen los parámetros de visión, el rango de autonomía y la manera - a veces impuesta - en que los periodistas dan forma y contenido a lo que escriben y dicen acerca del mundo”. (McNair, 1998 cit. en De León, 2008: 160)

La noticia constituye un producto, “una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible”, (Alsina, 1989:57), resultado no de voluntades individuales sino de un proceso social en el que la organización y sus normas burocráticas juegan un papel esencial. La información no es ya el resultado de la creatividad del periodista o de sus preferencias, sino un elemento elaborado según lógicas industriales definidas y rutinizadas y mediado por factores estructurales – organizativos, profesionales y externos.

Hirsh considera que “la perspectiva se integró como un análisis de las rutinas de producción a tres niveles: **ocupacional**, donde se estudian las características individuales de los sujetos que trabajan en la producción de mensajes en los medios en relación con la organización en que se insertan; **organizacional**, donde se abordan las rutinas de producción que funcionan mediante una lógica interna de la organización, así como las relaciones entre los sujetos que ocupan diferentes posiciones en la empresa mediática; e **institucional o supra organizacional**, mediante el cual se analizan los nexos existentes entre las organizaciones

mediáticas y otras organizaciones y sectores públicos o privados”. (1980, cit. en De León, 2008:160)

Esta tendencia, que puede ser aplicada a distintos productos culturales y no solo a los periodísticos, se extendió a Europa y a América Latina constituyéndose en un área de investigación muy atractiva, pero escasamente sistematizada y carente de metodologías definidas. Para estudiarla se han seguido varias direcciones: enfoque de la economía política, enfoque de la organización social del trabajo informativo y enfoque cultorológico.

No obstante, el enfoque que predomina es el de la organización social, en este “se intenta entender como los esfuerzos de los periodistas en el trabajo se ven restringidos por rutinas organizacionales y ocupacionales, y se toma como problema central la autonomía que supuestamente tienen los periodistas como profesionales y su poder de decisión en la estructura laboral”. (Schudson, 1989 cit. en Hernández, 1997: 219) El enfoque de la organización y el cultorológico son utilizados de forma conjunta en varias investigaciones.

La Sociología de la producción de noticias en la década del 70 se centró en los estudios de los valores noticia, el contenido de las noticias y la objetividad; pero los hallazgos en la práctica, así como la necesidad de entender la manera en que se concebía la noticia como producto manufacturado determinaron el surgimiento de nuevas áreas temáticas: las rutinas de producción, los procesos de recolección de la información, los procesos de selección y edición de las noticias y la relación entre fuentes y reporteros.

Entre las fuentes teóricas de este tipo de investigación se encuentran las teorías organizacionales, el interaccionismo simbólico, el constructivismo social y la etnografía. (Wolf, 1989) (Hernández, 1997) Los métodos más utilizados resultan la observación participante y la entrevista en profundidad, aunque también se han utilizado el análisis de contenido y la observación directa. “Los datos son recogidos por el investigador presente en el ambiente objeto de estudio, bien con la observación sistemática de todo lo que pasa, bien a través de conversaciones más o menos informales y ocasionales o verdaderas y propias entrevistas, llevadas a cabo con los que desarrollan el proceso productivo”. (Wolf, 1989: 114)

Uno de los principales problemas a los que se enfrenta este tipo de estudio se encuentra en la ausencia de un paradigma ideal (Hernández, 1997) pues el conocimiento aparece fragmentado en una literatura escasa. Además, la

metodología existente responde a casos de estudio particulares por lo que puede introducir elementos de subjetividad. No puede obviarse la importancia de esta tendencia para el análisis del Periodismo y de sus condicionantes puesto que “permite avanzar en el estudio de las formas de la producción de noticias, suprime la simplificación de las explicaciones de una tarea compleja y permite herramientas útiles para analizar la relación entre la imagen de la realidad social que construyen los medios, la organización y producción rutinaria de los aparatos periodísticos y los sentidos sociales”. (Martini, 2000: 8)

1.2 La gestión de dirección en instituciones mediáticas.

La construcción de la noticia constituye un proceso complejo, en el que intervienen múltiples factores. Al interior de los medios existen personas que regulan la actividad periodística, que velan por el cumplimiento de la política editorial y tienen el máximo poder de decisión en cuanto a la jerarquización, en resumen, dirigen. Ellos son el director, subdirector, jefe de Información y Redacción y directores de programas.

De manera general, dirigir es el “proceso de llevar a cabo actividades eficientes con personas y por medio de personas” (Delgado, 2005:4); constituye una etapa del proceso administrativo orientada a lograr, mediante la motivación y la supervisión, el esfuerzo coordinado de los trabajadores y, por consiguiente, el logro de los objetivos de la empresa y una alta productividad.

Pfiffener y Sherwood consideran que es “conducir el potencial humano para actuar sobre otros recursos, cumplir actividades planificadas, asegurar su ejecución y continuidad mediante el control necesario”. (1974 cit. en Musso, 1997: 7) Por su parte, Delgado asegura que: “en el proceso de dirección no solamente están incluidos los recursos financieros y materiales, sino también los recursos humanos como elemento esencial para lograr el éxito de la organización, obteniendo los resultados deseados de una forma eficiente y eficaz”. (2005: 4)

La dirección posibilita poner en práctica todas las determinaciones tomadas en las fases de planeación y organización del trabajo, alcanzar la conducta deseable de todos los miembros, emplear los sistemas de control y lograr una comunicación exitosa. Quien dirige debe saber motivar a sus subordinados y establecer no solo un espíritu de grupo, sino además la identificación con los objetivos de la organización y evitar errores como el control excesivo y las decisiones rígidas.

Un concepto esencial, dentro del área de estudio, es el de liderazgo: “capacidad de influir en un grupo para que logren sus metas trazadas” (Amorós, 2007: 145); un

director que sea capaz de ejercerlo tendrá una gestión más eficiente al lograr mayor disposición e influencia en quienes lo rodean; para ello debe poseer habilidades como las de utilizar el poder de forma responsable, comprender los resortes que motivan a sus subordinados e inspirar; y cualidades como fe en el objetivo y don de mando, espíritu de previsión, persistencia, humildad y valor.

El liderazgo debe basarse en el prestigio de quien ejerce la autoridad y esta última debe ser de tipo integral, al combinar las autoridades jerárquica, profesional y moral. Sin embargo, el ejercicio de la autoridad se lleva a vías de hecho a través de las órdenes y las instrucciones. Las primeras se relacionan con las orientaciones de lo que debe ser realizado y las segundas con las normas utilizables en situaciones rutinarias. La supervisión también resulta vital para el buen funcionamiento de una empresa, consiste en una actividad específica de mando proyectada sobre el ámbito que a cada jefatura le compete y entre sus funciones se encuentran la emisión de las órdenes de trabajo, la selección y preparación del personal que a ellas corresponde, la observación del desempeño de cada uno en las labores encomendadas y la evaluación y control del trabajo ejecutado (Musso, 1997)

Generalmente se desarrolla en niveles jerárquicos inferiores (esta tarea en los medios corresponde, casi siempre, al Jefe de Información). De una supervisión efectiva dependen la productividad del personal, la observancia de la comunicación, las relaciones positivas entre jefe y subordinado, la subsanación de errores y el mantenimiento de la motivación y la disciplina.

Mucho se ha estudiado acerca de la dirección empresarial, pero desde la perspectiva de la Sociología de la producción de noticias, las reflexiones han sido escasas y el tema se ha tratado de soslayo. “Son poquísimos los intentos sistemáticos de estudiar al emisor que ocupa una posición crucial en una red social, con la posibilidad de rechazar y de seleccionar la información en consonancia con la gama de presiones que se ejercen en determinado sistema social”. (Halloran, 1969 cit. en Wolf, 1989: 110) “Se han ignorado los problemas relacionados con la formación y el ejercicio de los líderes en el interior de las organizaciones”. (Bechelloni, 1986 cit. en Alsina 1989: 33)

Los directivos desarrollan una labor esencial en todas las fases de la rutina productiva. Aunque el periodista seleccione, excluya o jerarquice, la decisión final la toma el Director del medio o Jefe de información, dependiendo de la estructura del órgano.

Salvador de León Vázquez en su estudio *Prácticas periodísticas en Aguascalientes* (2004) asegura que quien tiene el margen más amplio de decisión es el director en tanto que se ubica como el gatekeeper más importante en el proceso y define los lineamientos. Quienes dirigen los medios “son los encargados de recibir solicitudes de cobertura para eventos o asuntos que organizan o proponen grupos de poder político y económico, asociaciones civiles, individuos (...) Asimismo, corresponde al editor o jefe de información decidir cuáles solicitudes se atienden y cuáles no, así como organizar el trabajo de los reporteros, fotógrafos y camarógrafos que cubrirán los eventos o asuntos propuestos por los actores sociales mencionados”. (Cervantes, 1996:54)

Los directivos no se encuentran aislados de los periodistas, ellos también sufren la influencia de rutinas productivas e ideologías profesionales, con la diferencia de que han interiorizado las normativas a las que la institución responde y su deber estriba en establecerlas y asegurar su cumplimiento.

“Un cuadro de la prensa requiere conocimientos de economía, política, ciencias sociales, pero necesita también de una fina intuición, de un sexto sentido, de una capacidad indefinible en palabras para ver el mundo, imaginarlo y proyectarlo a corto, mediano y largo plazo. Hablo de algo que nace de la vida y de la relación con la práctica, que se llama liderazgo”. (Garcés, 2013).

Las investigaciones sobre los procesos de dirección en las organizaciones periodísticas están centrados en: Dirección por Valores, “herramienta de liderazgo estratégico, de entender y de aplicar conocimientos, basado en un diálogo sobre valores que orientan las actividades cotidianas de creación dando forma humanizada al propósito estratégico de la institución”, y Dirección por Objetivos, “programa de gestión que hace hincapié en la identificación de objetivos, el trazado de caminos para lograrlos y el esfuerzo conjunto entre supervisores y supervisados, pues la conducción del trabajo periodístico se realiza mediante un plan semanal, que llega a los reporteros ya establecido; por tanto la participación de estos se reduce solo a indicar propuestas que pueden ser o no incluidas”. (Delgado, 2013: 79)

“En este punto surge la inquietud de quién y cómo dirige los medios. Algunas de las opiniones empíricas colocan en un lugar central de los problemas de la prensa cubana el tema referido a la idoneidad de los directivos. Es el aspecto interno con criterios más críticos:

1) Se puede hacer otro tipo de periodismo. Experiencia que permite asegurar que el problema fundamental de nuestra prensa está en la gestión de los procesos de dirección. Eso ha condicionado también una formación de los periodistas.

2) Las líneas están dadas. El Partido ha trazado sus líneas, son amplias, dan un margen amplio de movimiento, y a veces lo que tenemos es gente sin audacia en los cargos de dirección. Si el jefe no es audaz, pocos soldados serán audaces. Se advierte que predomina la percepción de la dirección del Partido como una función de aparatos y funcionarios externos a la prensa.

En realidad, tal como fue definido desde mayo de 1973, el Partido cumple sus tareas de orientación política, control, coordinación e impulso del trabajo mediante un complejo de funciones que incluye: elaboración de políticas, supervisión de éstas por los órganos dirigentes y los aparatos auxiliares, control de la política de cuadros, y la acción de las organizaciones de base y los militantes en cada lugar.

En otros términos, significa que la función partidista es tanto externa como interna a la prensa, y siempre interna a la gestión en el seno de la sociedad política. En este aspecto, de las potenciales contradicciones y posible conciliación entre dirección partidista y autorregulación ambos términos, dirección partidista y autorregulación son componentes de un todo, se complementan y necesitan recíprocamente, por lo que pueden conjugarse de modo dialéctico". (García, 2004)

Más aún, la necesidad, de lograr la identificación armónica entre la dirección del Partido y el peso adecuado de la autorregulación por parte de ejecutivos y periodistas de los medios, sobre la base de la comunidad de valores morales y objetivos políticos y sociales.

El profesor Julio García Luis la relaciona en:

- Una menor centralización de la información y una mayor conciencia de los valores morales de la profesión e ideológicos en sentido general.
- Una mayor autonomía e independencia económica de los medios, lo cual evitaría el comprometimiento con las fuentes que existe hoy.
- Mejorar el equipamiento y condiciones de trabajo de los periodistas.
- Cuadros de dirección salidos del seno periodístico y con mayor capacidad y preparación.
- Mayor comunicación e información del Partido hacia la prensa, y directores de órganos capaces de interpretarla con exactitud, para poder aplicarla con creatividad.

- Una mayor independencia y autoridad en la dirección de los medios para decidir realmente lo que se informa y cómo se informa.
- Más participación de los colectivos de periodistas en cada órgano en el diseño de la política informativa, de modo que los cuadros sepan tomar decisiones.
- Incorporar el concepto de la ética, no como regla, sino como valor.

El 4 de marzo de 1976, una Orientación del Buró Político subrayó la autoridad social de la prensa y precisó que la responsabilidad por la política editorial de cada órgano corresponde de manera personal e intransferible a su director.

El 12 de junio de 1987, un acuerdo del Buró Político dio respaldo a las decisiones del V Congreso y convocó a todas las fuerzas de la sociedad a respaldar la política trazada. La esencia de esta política –destacó el documento- consiste en que los directores son los que deciden qué se publica o no, y si es preciso consultar o no la publicación de algún material, a partir del criterio de que, como regla, se debe publicar, y como excepción, consultar.

Estudiar su actuación resulta vital para entender qué ocurre en los medios, qué rutinas e ideologías se imbrican en esa gestión de dirección.

1.3 Rutinas productivas.

Alsina, 1989: 25) considera que pudiera parecer una paradoja, pero las rutinas productivas constituyen un instrumento esencial para que los profesionales de la prensa puedan abordar los acontecimientos diarios de forma eficiente.

Las rutinas productivas se encuentran muy relacionadas con el hecho de concebir a los medios como industrias con un objetivo: producir noticias; constituyen disposiciones aprehendidas mediante la socialización, pautas establecidas por la organización sobre cómo realizar el trabajo y que, por tanto, contribuyen a disminuir la incertidumbre del profesional.

Permiten estandarizar el proceso y determinan estrategias, se “incorporan de forma consciente e inconsciente al devenir del profesional y responden a una necesidad del propio medio: Se trata de un trabajo cuyos tiempos resultan siempre insuficientes, y necesita por eso mismo una organización y una coordinación afinadas basadas en prácticas rutinarias, con la flexibilidad necesaria para ocuparse de sucesos extraordinarios, imprevisibles o extemporáneos. Al hablar de rutinas de producción no sólo se incluyen las formas organizativas del trabajo cotidiano, sino también una forma de pensar la realidad, una visión del mundo”. (Martini, 2000: 9)

El principal motivo por el que seguir rutinas resulta indispensable para las instituciones mediáticas radica en la falta de tiempo y de recursos “que impone organizar el trabajo temporal y espacialmente de tal manera que los acontecimientos noticiables puedan fluir y ser elaborados de forma planificada”. (Tuchman, 1977 cit. en Wolf, 1989: 116)

Para los fines de esta investigación se entenderá a las rutinas productivas como el conjunto de acciones y normas surgidas de las exigencias que genera la dinámica productivo – editorial - tecnológica de la empresa mediática y el intenso proceso de mediación objetivo presente en cada una de sus fases; donde se evidencia el aprendizaje profesional derivado de ese quehacer que se asocia como regla a la repetición y las costumbres y tienen su repercusión en el resultado final de la labor periodística (Luis, 2006). Las rutinas se corresponden a las características de cada uno de los medios donde el proceso de producción de noticias se estructura siguiendo fases predeterminadas. Wolf (1989), con una gran concreción, las clasifica en recogida, selección y presentación.

La fase de **recogida** constituye una de las más complejas por la cantidad de factores que en ella intervienen. Aquellos elementos a los que se les dará cobertura se encuentran planificados desde mucho antes, a través de la “agenda que enumera, día a día, los acontecimientos que sucederán y cuya noticiabilidad, en gran parte se da por descontada. Se trata de acontecimientos previstos con tiempo, fijados en agenda con antelación”. (Wolf, 1989, 143)

Los acontecimientos susceptibles de convertirse en noticias se evalúan a través del prisma de la noticiabilidad, entendida como aquellas formulaciones, modalidades organizativas del trabajo cotidiano, condiciones y valores que se atribuyen a los acontecimientos, (Martini, 2000) y que le permiten al medio, de forma pragmática, elegir y definir lo que es noticiable. Este proceso se realiza a partir de la identificación de los componentes de la noticiabilidad (Wolf, 1989): los valores-noticia, cualidades significativas que construyen la relevancia del acontecimiento (Martini, 2000)

Stella Martini (2000) realiza una distinción de los principales valores-noticia. Según los efectos que un acontecimiento puede tener sobre la sociedad consigna: novedad; originalidad, imprevisibilidad e ineditismo; evolución futura de los acontecimientos; importancia y gravedad; proximidad geográfica del hecho a la

sociedad; magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados; jerarquía de los personajes implicados e inclusión de desplazamientos.

Según las cualidades que el acontecimiento presenta en relación con los procesos distingue: comprensión e inteligibilidad; credibilidad; brevedad, periodicidad; exclusividad y la noticia como resultado de una ideología de la información.

Estos valores están estrechamente ligados con las ideologías profesionales, son utilizados por los periodistas de forma casi automática no solo en esta fase sino además en las subsiguientes pues “también funcionan como líneas - guía para la presentación del material, sugiriendo qué es lo que hay que enfatizar, lo que hay que omitir, dónde dar prioridad en la preparación de las noticias que se presentan al público”. (Golding-Elliot, 1979 cit. en Wolf, 1989: 120)

Para devenir en noticia el acontecimiento no debe responder a todos estos valores, sino a algunos de ellos. Además, los que se tienen en cuenta e incluso aquellos a los que se les da prioridad, dependen de la sociedad en la que se desarrolla el medio, es decir, de las condiciones políticas, sociales, económicas y culturales específicas. Si bien el uso de los criterios de noticiabilidad posibilita la cobertura informativa, también contribuye a la distorsión involuntaria debido a que impide la comprensión y profundización de algunos aspectos del hecho, determinando así una visión fragmentada de la realidad.

La preocupación fundamental de los medios estriba en tener suficientes noticias; existe un temor al vacío, lo que determina una programación esmerada, donde las novedades -salvo hechos excepcionales para los que el sistema debe poseer la suficiente elasticidad- poseen poco espacio y los canales de recogida de información se encuentran muy estructurados.

La información se recoge esencialmente de las agencias de prensa y de las fuentes. La relación del periodista con la fuente - entendida como “todo lo que propicie, contenga, facilite y transmita información: el hombre por excelencia” (Calzadilla, 2005:53) – se encuentra mediada por las necesidades productivas y por la estructura social y de poder prevalecientes. “Las fuentes mejor situadas en el orden y en la jerarquía de la sociedad condicionan a los periodistas porque son las más sistemáticamente consultadas”. (Agostini, 1985 cit. en Alsina, 1989:22)

Las fuentes institucionales generalmente brindan información confiable y constante y, por tanto, fácilmente incorporable, lo que le posibilita al medio cubrir sus necesidades sin consultar demasiado, con el consiguiente ahorro de tiempo y

recursos que ello implica: “sólo organismos y grupos formalmente constituidos son las terminales de rutina de la recogida de información (...) el cronista se remite a una estructura de actividades y de información ya constituida y sistemáticamente organizada”. (Wolf, 1989:138)

A esta etapa de la planificación, le sigue la **selección** de la noticia. En esa fase el acontecimiento recogido y que llega a la redacción como material en “bruto” – aunque ya filtrado - sufre el proceso de convertirse en noticia; allí intervienen no solo el periodista sino además los editores, jefes de información o directores que seleccionan el número de noticias que serán transmitidas, excluyen otras y jerarquizan las que consideran de mayor importancia, todo ello partiendo de los valores – noticia.

La selección no se realiza en base a criterios subjetivos del profesional, sino que depende del funcionamiento de toda la rutina productiva y de la lógica que siga el medio. Para Wolf (1989) este proceso puede ser comparado a un embudo, en el que se introducen muchos datos y solo una cantidad limitada pasa, o a un acordeón, pues algunas noticias resultan añadidas, cambiadas de sitio o incorporadas en el último instante. En la etapa se pasa del volumen de información recogida por el reportero, a la primera versión del guion y, de ahí, a la versión final de este.

El **editing** y la **presentación** de las noticias confluyen en la última fase, que consiste en ocultar los efectos de las etapas anteriores y convertir el acontecimiento en un producto informativo independiente de las determinaciones de la organización y sus rutinas, adaptándolo a las exigencias técnico - productivas, especialmente las referentes a duración y formato del informativo. Es aquí donde toma forma definitiva el proceso de construcción de la realidad que el medio realiza y se procesan y ordenan las noticias para su presentación al público; de lo que se trata es de recontextualizar lo que en el proceso productivo se ha descontextualizado.

Mediante el editing el acontecimiento se organiza como una historia con introducción, desarrollo y final, atendiendo a la dramaturgia de la comunicación, lo que permite resaltar aquellos elementos que se consideren más interesantes o significativos (high lighting)

La estructuración de una rutina de trabajo en fases resulta esencial, sin ellas la organización no podría funcionar debido a que posibilitan la estabilidad y la productividad, no obstante, refuerzan la distorsión involuntaria por la tendencia implícita a simplificar la labor.

En los estudios teóricos de la Comunicación imperó por muchos años la visión de los medios de comunicación masiva (MCM) como el centro y objeto principal del proceso comunicativo; tales concepciones fueron cuestionadas y superadas por Jesús Martín Barbero en su obra **De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía** (1987) expresaba que “la Comunicación se nos tornó cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de re-conocimientos”.

Barbero critica que se estudiara solo la estructura económica y el contenido ideológico de los medios, concibiéndolos como dinamizadores de los cambios históricos o meros instrumentos pasivos de las clases empoderadas; sin detenerse en las verdaderas herramientas por las cuáles los medios adquieren materialidad y espesor cultural: las mediaciones.

Esas mediaciones, para él, constituyen las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales -vistos como lugar en el que se produce el sentido de los usos- diferentes temporalidades y pluralidad de matrices culturales; que devienen en instrumentos para salir del dualismo epistemológico, en hermenéutica para explicar y comprender. Son metáforas con valor referencial (están referidas al mundo de la vida) que permiten leer, es decir, no solo encontrar la intención que está detrás de un texto, sino desplegar el mundo que el texto abre.

Siguiendo la teoría de Barbero la autora concuerda en que la labor de las instituciones mediáticas y el transcurso de sus rutinas, no constituyen procesos cerrados en sí mismos que puedan analizarse sin tener en cuenta aquellos fenómenos que los condicionan. En los principales estudios se hace referencia a factores estructurales-organizativos, profesionales y externos.

“Cada mass media tiene unas características y unas limitaciones que determinan la producción de las noticias (...) dadas sus características tecnológicas, tendrá sus particularidades productivas”. (Alsina, 1989: 28), en esta idea se resume lo que significa el **factor estructural – organizativo**: como en cualquier organización los medios determinan las actitudes de sus miembros. En un estudio acerca de este tema Epstein (1974) manejó la hipótesis de que los periodistas adaptan sus valores y concepciones a las exigencias de la organización laboral y que por ello, para analizar el contenido de los medios de comunicación, se debían determinar previamente las características de la organización.

Determinan la influencia sobre el producto periodístico: las exigencias técnicas de redacción y edición, el control redaccional expresado en la asignación de coberturas, la selección de temas, y el tratamiento de los mismos, así como la selección del personal y la socialización. Este último proceso, de vital importancia como se verá más adelante, se logra mediante: la revisión de artículos por los superiores, sus comentarios y reprimendas, las reuniones redaccionales y los contactos informales entre periodistas (Sigelman, 1973 cit. en Alsina, 1989) También influye la disponibilidad de recursos técnicos, materiales y humanos.

El **factor externo** constituye el miembro “ignorado” del proceso productivo (Legañoa, 2007) generalmente no se le tiene en cuenta en los análisis de este tipo de proceso, por lo cual se obvian las condicionantes que impone el contexto social, económico y político de un país a sus medios. Como ya se ha expresado, las fuentes oficiales poseen mayor representación en la prensa y privilegian una determinada construcción de la realidad. Quien detenta el poder político busca un espacio de presencia en los ámbitos de Comunicación para afianzar su hegemonía.

Asimismo, la construcción de la agenda mediática depende de las agendas políticas y públicas. A pesar de las críticas que se realizan al Periodismo por recontextualizar los hechos, brindándole al público una visión tergiversada - consciente o inconscientemente - lo cierto es que nunca puede divorciarse completamente de las condiciones de su nación y de una u otra forma la refleja.

Otro de los factores esenciales es el **profesional**; la labor periodística no la realiza un ser humano sin ideología, historia o costumbres, el periodista lleva sobre sí - como todos los hombres y mujeres - una gran carga de subjetividades. Mucho se ha reflexionado sobre la “mítica” objetividad periodística y la paradoja funcional de la profesión, que implica reflejar los acontecimientos diarios de forma directa pero, a la vez, impone el desempeño del periodista en un ambiente artificial (thenewsroom) donde pasa casi todo el tiempo; por ello se afirma que los periodistas conocen muy poco a su público pues “cuanto menos saben sobre el público, más atención pueden dedicarles a las noticias”. (Gans, 1970 cit. en Wolf, 1989: 129) Intervienen además otros factores como la cultura profesional, las ideologías profesionales y la socialización, que serán analizados más adelante.

1.4 El Periodismo como profesión y las ideologías que comparte.

El origen de la actividad se sitúa en el siglo XIII europeo con la distribución de hojas sueltas en las que se consignaba información sobre los productos y sus precios. La

invención de la imprenta resultó esencial en el surgimiento de las primeras publicaciones periódicas hacia los siglos XV y XVI, donde se consignaban ya informaciones bélicas y económicas. Así comenzaba a consolidarse una ocupación que nacía de una necesidad social: la información.

Muchos intelectuales se vieron abocados a ejercer el Periodismo, para lo que no eran necesarios muchos más requisitos que el de escribir bien. “No nace, pues, el periodismo, como una profesión hecha, regulable, sino como un oficio individualista que va adaptándose a los requerimientos de la evolución técnica, cultural y científica. Pero es un oficio peculiar porque requiere disponer de una destreza específica, la capacidad de expresarse literariamente”. (Ladevéze, 1997:99)

Esta condición autodidacta constituye la base del debate acerca de si el Periodismo constituye una profesión o un oficio. Tanto teóricos como periodistas se inclinan por una u otra tendencia según le den preponderancia a la formación artesanal o académica.

Gabriel García Márquez sostiene que la creación posterior de las escuelas de periodismo fue una reacción escolástica contra el hecho cumplido de que el oficio carecía de respaldo académico. El objetivo final debería ser el retorno al sistema primario de enseñanza mediante talleres prácticos en pequeños grupos, con un aprovechamiento crítico de las experiencias históricas, y en su marco original de servicio público

Luis Núñez considera que es necesario distinguir entre dos planos distintos: el de la preparación profesional y el del ejercicio del oficio: “es verdad que el mejor modo de aprender el oficio periodístico es ejercerlo en una redacción, pero eso ocurre con toda profesión cuando hay que vivirla como tarea práctica. La práctica de informar es diferenciable de la preparación que habilita para ejercerla más plenamente. Creo que es bastante obvio que para ejercer eficazmente un periodismo de “calidad “se necesita una preparación universitaria especializada”. (1997: 102)

Si bien el Periodismo precisa de una validación práctica indudable, puede ser reconocida como una **profesión**, en tanto constituye una forma especial de organización ocupacional basada en “un cuerpo de conocimiento sistemático adquirido a través de una formación escolar, donde el trabajo deviene una ocupación de tiempo integral como consecuencia de la necesidad social del surgimiento y ampliación del mercado de trabajo.

También existen escuelas para el adiestramiento y formación de nuevos profesionales y asociaciones en donde se definen los perfiles profesionales; se reglamenta la profesión asegurando así el monopolio de competencia del saber y de la práctica profesional; y se adopta un código de ética con la intención de preservar así a los genuinos profesionales”. (Wilensky, 1964, cit en Fernández, 2001)

Hoy el debate se centra en el llamado “intrusismo profesional”, con la distinción entre quienes se han titulado y quiénes no. En la mayoría de las instituciones mediáticas del mundo la formación académica no constituye una garantía de empleo seguro, sino más bien un valor agregado, pues se privilegia la habilidad práctica demostrada. “Dos claras posturas emergen: la de quienes perciben que el periodismo no puede renunciar a su status como carrera universitaria y la opinión de quienes creen que el ejercicio práctico del periodismo no tiene por qué estar exclusivamente en manos de los periodistas titulados, sino en manos de sujetos que sepan hacer bien su trabajo”. (Mellado, 2009:277)

Pablo Guadarrama (2001), afirma que la ideología constituye el conjunto de ideas que pueden constituirse en creencias, valoraciones y opiniones comúnmente aceptadas y que articuladas de manera integral pretenden fundamentar las concepciones teóricas de algún sujeto social (clase, grupo, Estado, país, Iglesia) con el objetivo de validar algún proyecto, bien de permanencia o de subversión de un orden socioeconómico y político, lo cual presupone a la vez una determinada actitud ante la relación hombre- naturaleza.

Antonio Gramsci “sentó las bases para entender la ideología como una práctica social auténtica y habitual que debe abarcar no solo lo que los individuos se representan conscientemente, sino también las dimensiones inconscientes y no articuladas de la experiencia social de las personas, además del funcionamiento de las instituciones existentes”. (Acanda, 2009: 168)

Para Van Dijk (1996) la principal función social de las ideologías estriba en la coordinación de las prácticas sociales de los miembros de grupos con vistas a la realización de sus objetivos y la protección de sus intereses, tanto hacia lo interno como hacia lo externo. Asimismo, considera que reflejan los criterios básicos que constituyen la identidad social del grupo, tales como pertenencia, actividades, objetivos, valores, posición y recursos.

Las profesiones como actividades permanentes que sirven de medio de vida y que determinan el ingreso a un grupo profesional determinado (Fernández, 2001)

conllevan al establecimiento de ideologías específicas, por lo que puede hablarse de ideologías profesionales como “sistemas de valores, normas, representaciones, creencias que construyen y comparten los miembros de un grupo profesional sobre su profesión y los procesos que encierra, a su vez basados en la autopercepción de los presupuestos que requiere el ejercicio profesional, de los valores éticos, el vínculo institucional y su misión como grupo”. (Medina, 2007:48)

Aplicada al periodista la ideología profesional determinará la información básica acerca de quién es reconocido como tal, cuál es su trabajo típico, objetivos, valores y normas, su posición con respecto a lectores y autoridades y su recurso típico como grupo. (Van Dijk, 1996)

Las ideologías profesionales de los periodistas no solo recogen las ideas universales de lo que es la profesión y cuales roles tienen establecidos en la sociedad moderna, sino además, todas las concepciones que ellos se forman en dependencia del contexto en que se desenvuelven. De ahí que no resulten iguales entre países y ni siquiera entre instituciones mediáticas de una misma nación, pues son producto de condiciones organizativas, políticas, sociales, económicas y hasta espirituales muy específicas.

Pueden “los paradigmas y prácticas profesionales, las representaciones, creencias formales, los presupuestos, actitudes, hábitos, comportamientos, compromisos y sentimientos menos conscientes, la visión del mundo o perspectiva general, el sistema más o menos coherente de imágenes, ideas, principios éticos, códigos y símbolos que las organizaciones periodísticas ponen en juego con el fin de regular en su seno las relaciones que los periodistas mantienen entre ellos y comparten; así como los intereses individuales y del grupo, su estatus, privilegios y relación con el poder”. (Legañoa, 2007:36)

Las ideologías profesionales no se adquieren inmediatamente, son fruto del proceso de socialización que comienza cuando el periodista llega a un medio y paulatinamente desarrolla el sentido de pertenencia, se forma criterios específicos acerca de su función y de lo que el público espera de él, incorpora los valores de la profesión y los acepta.

Incluye también la interiorización de la política editorial y la adaptación a las normas de trabajo establecidas. “Los aprendices son obligados, de hecho, a adecuarse a las normas, a los criterios, a los valores que presiden el proceso de producción de la información y a interiorizarlos como necesarios e inevitables, como los únicos

posibles, so pena de ser excluidos del acceso a la profesión”. (Cesareo cit. en García, 2008: 21)

Wolf en **La investigación de la comunicación de masas** (1989) sostiene que el público no constituye la principal fuente de expectativas, orientaciones y valores profesionales, sino los colegas y superiores que devienen punto de referencia. Este proceso socializador no ocurre sin resistencias, pero los individuos terminan adaptándose a la orientación de los medios por diversas razones: la autoridad institucional y las sanciones; los sentimientos de obligación y estima hacia los superiores; las aspiraciones a la movilidad profesional; la ausencia de fidelidades de grupos contrapuestas; la naturaleza agradable del trabajo y, por último, el hecho de que la noticia se ha convertido en un valor. (Breed, 1955 en Wolf, 1989)

De ello se desprende que, más allá de los ideales sociales sobre la profesión o las concepciones traídas de la universidad - que no tienen por qué desaparecer completamente -, el periodista articula sus valores profesionales de forma pragmática y de acuerdo a la realidad que se vive en la redacción.

En esta socialización de carácter permanente y dialéctico juegan un papel clave la regulación y la autorregulación mediáticas como elementos que inciden sobre la ideología del profesional de la prensa y su práctica comunicativa. Existe cuando se produce el ajuste de un sistema orientado a un objetivo debido a la interacción con otros sistemas, mientras que la autorregulación constituye ese mismo proceso pero hacia lo interno. Ambas “son ejercidas por los actores legítimos de la comunicación, de acuerdo a sus atribuciones y como una función positiva de ajuste a las necesidades sociales”. (García Luis, 2004: 47)

1.5 El nacimiento de Radio 26. Sus antecedentes.

Radio 26 tuvo sus antecedentes en la emisora CMGF, primera del territorio en poner su señal al aire el 22 de Abril de 1928, pero no es inaugurada oficialmente hasta el 23 de noviembre de 1929, tras el decreto de declarar libre la radiodifusión en las emisoras oficializadas.

Varios nombres tuvo esta primera emisora durante los años siguientes. En 1943 con la entrega al locutor Ramón Armando de Zayas, Radio Rialto toma el nombre de Radio Matanzas; y cambia una de las siglas que la identificaban, de CMHW, se convierte en CMGW.

En enero de 1959 la dirección del Movimiento 26 de Julio compra la emisora Radio Matanzas. Durante los meses siguientes los trabajadores de las emisoras restantes

del territorio deciden unirse a la comprada por los revolucionarios, y conformar así la Cadena Provincial de Radio, bajo el nombre de Radio 26, que se colocó desde el 23 de diciembre de 1959 en la cabeza de la propaganda revolucionaria en Matanzas.

La emisora **Radio 26** es la planta matriz de la red de emisoras de Matanzas, compuesta por cinco instituciones: Radio Ciudad Bandera, Radio Llanura de Colón, Radio Victoria de Girón, Radio Varadero y La Voz de la Victoria.

Con una programación variada durante las 24 horas del día, trata de reflejar el acontecer económico, político, cultural, educacional y científico de la provincia de Matanzas. Dentro de los espacios de la emisora se encuentran los dramatizados, los musicales variados y los informativos, siendo éstos últimos la razón de ser de la institución.

1.6 Los espacios informativos. El Noticiero Provincial de Radio (NPR).

De manera jerárquica los espacios informativos de la emisora responden al Director Provincial de Radio. Internamente están divididos en Departamento Informativo Programación. El Informativo cuenta con espacios como el Noticiero En Punto, la Revista Órbita, los Boletines, Frecuencia Abierta, Para tener en cuenta y el Noticiero Provincial de Radio (NPR).

La primera emisión del NPR fue en el año 1978, actualmente cuenta con tres décadas y media de existencia. Sus primeros locutores fueron Manolo García, Alberto Grande, David Segura e Iván González.

El Noticiero Provincial de Radio se transmite de lunes a sábado en el horario de las 6 de tarde y cuenta con una duración de 39 minutos. Su objetivo es resaltar el quehacer productivo, económico y social del territorio matancero. Entre las perspectivas del espacio se prevé abarcar más a todos los sectores, mantener informado al pueblo, elevar la calidad de las emisiones, resaltar los valores patrióticos, estimular el protagonismo de las hazañas productivas de los matanceros y contribuir a la formación de valores.

Su política editorial responde a los objetivos para el trabajo político- ideológico, el plan temático mensual, las orientaciones de Partido y otras directrices de orden económico, político y social en el país. Tiene una estructura lineal y se nutre de los materiales periodísticos que se realizan para la emisora, los corresponsales, despachos desde las emisoras territoriales y de colaboraciones solicitadas.

Cuenta para su realización con un cuerpo de 2 locutores, periodistas y colaboradores. Se produce en vivo desde el estudio y se encuentra siempre abierto

al flujo informativo del territorio. Tiene secciones fijas como las Internacionales y otras que alternan con su frecuencia semanal como la Sección Cambio Climático.

Estas secciones abarcan la mayor parte del tiempo de transmisión del espacio, aunque en ocasiones salen al aire otras no habituales con motivo de la celebración de eventos de relevancia en el territorio.

Para hacer posible la producción y salida al aire del programa, la emisora dispone de un local de transmisión o cabina desde donde se origina toda la programación informativa diaria.

En su contenido aborda permanentemente temáticas diversas, entre las que sobresalen las relacionadas con la producción de alimentos, la sustitución de importaciones, elevación de la productividad, educación económica, tratamiento a la historia, mensajes dirigidos a niños y jóvenes e historia local; así como el enfrentamiento al delito, corrupción, ilegalidades e indisciplinas sociales, Cinco Héroes, turismo, salud, educación, deportes, ciencia y técnica, medio ambiente y los efectos del bloqueo.

Responde a un guión técnico y su director es el responsable de su elaboración previa. Todos los elementos musicales que apoyan el diseño del Noticiero resaltan la identidad y son propiamente cubanos.

Conclusiones parciales:

La Sociología de la producción de noticias constituye una perspectiva acertada para estudiar lo que sucede al interior de los medios, sin desatender las mediaciones, que también influyen en el producto comunicativo final. Entre dirección, rutinas productivas e ideologías profesionales se establece una relación dialéctica que se estudia en el presente Trabajo de Diploma, enfocada al proceso de producción de noticias en el Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas y su principal espacio noticioso el NPR.

CAPITULO II: PROPUESTA METODOLOGICA.

2.1 Clasificación del estudio.

2.1.1 Perspectiva de la investigación:

La presente investigación se adscribe al paradigma mixto, aunque predomina lo cualitativo. Esta metodología permite al investigador ver a su objeto de estudio desde otra perspectiva, plasmando sus impresiones, y es que “las investigaciones cualitativas se fundamentan más en un proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general”. (Hernández Sampieri, 2006: 9)

“No consta de un solo método o enfoque, sino que incluye diversas perspectivas teórico-metodológicas y métodos específicos de indagación en dependencia del objeto de investigación. (...) Empleo de métodos múltiples de recopilación de datos (triangulación), lo que permite validar la información obtenida. Aborda el objeto de estudio en sus relaciones contextuales, desde una perspectiva integral. Se mira con una visión amplia”. (Jensen y Jankowsky, citados por Alonso y Saladrigas, 2002, 49)

El uso de métodos y técnicas afines con la perspectiva cuantitativa confiere la posibilidad de conjugarlas y con ello facilita la construcción de un informe final. Algunos autores plantean que la combinación de estas técnicas viabiliza que la investigación se sustente en la fortaleza de cada método y no en sus debilidades potenciales.

2.1.2 Tipo de investigación:

Por la no existencia de un estudio anterior sobre el tema en la radio esta investigación responde a un enfoque exploratorio– descriptivo, para obtener información preliminar sobre un fenómeno poco conocido con vistas a definir mejor el problema de investigación y fundamentar hipótesis ulteriores. Enfatiza en la explicación e interpretación de los hechos en sí mismos, ver en esencia la gestión de dirección en el proceso de producción centrada en las rutinas productivas e ideologías profesionales.

Además, la autora la clasifica como investigación comunicológica y según la esfera que aborda en comunicación de masas, es de medios sonoros. En correspondencia con el momento del proceso comunicativo que estudia viene a ser un estudio de emisores o procesos productivos; aunque también responde al criterio de estudios de procesos productivos y criterios de noticiabilidad. (Alonso y Saladrigas, 2002).

Dentro de la Investigación en Comunicación se corresponde con la Sociología de la producción de noticias. Combina el enfoque culturoológico con el de la organización social del trabajo informativo para estudiar las rutinas en sus tres niveles: ocupacional, organizacional e institucional (Hirsh, 1980), refiriéndose especialmente a los dos primeros.

2.1.3 Diseño de la investigación:

Es un estudio de caso único que “investiga un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real de existencia, cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes y en los cuales existen múltiples fuentes de evidencia que pueden usarse” (Yin, 1985 en Sandoval, 2002: 91).

Además, está enmarcado en el de caso institucional por determinarse al examen de una organización determinada (Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas), describiendo y analizando su desarrollo durante el segundo trimestre de 2013.

2.2 Categorías analíticas:

2.2.1 Gestión de dirección en el proceso de producción de noticias.

Definición Teórica: proceso administrativo orientado a conseguir, mediante la planificación, orientación, motivación, control y supervisión, resultados a través del esfuerzo coordinado de los periodistas y demás trabajadores de una institución mediática y por consiguiente, el alcance de sus objetivos y una alta productividad durante el proceso de construcción de la realidad social que resulta en la noticia. (Sexto, 2009)

Definición Real: conjunto de acciones prácticas que ejerce el director de la emisora Radio 26 y el Jefe del Departamento Informativo, para lograr el cumplimiento de todos los periodistas del plan y política editoriales en cada fase del proceso de producción de noticias.

Definición operacional:

- Competencias profesionales de los directivos del medio de prensa
- Grado de satisfacción con sistemas de preparación y superación de directivos
- Mecanismos para establecer la política editorial
- Criterios utilizados para la selección de coberturas
- Espacio de intercambio con los periodistas
- Acciones de revisión y control
- Rutina en la aprobación de lo que es o no publicable

- Mecanismo de evaluación de los periodistas

2.2.2 Rutinas Productivas.

Definición Teórica: conjunto de acciones y normas surgidas de las exigencias que genera la dinámica productivo-editorial-tecnológica de la institución mediática y el intenso proceso de mediación objetivo presente en cada una de sus fases; donde se evidencia el aprendizaje profesional derivado de ese quehacer que se asocia como regla a la repetición y las costumbres y tienen su repercusión en el resultado final de la labor periodística (Luis, 2000)

Definición Real: son los hábitos basados en saberes transferidos que practican los reporteros y periodistas del Departamento Informativo de Radio 26 durante el proceso de producción de noticias y que rigen su actuación ante disímiles situaciones, ya sean normales o particulares.

Definición Operacional:

- Conformación del plan editorial
- Asignación de temas, géneros y espacios de publicación
- Determinación y asignación de coberturas
- Preparación del profesional para la cobertura
- Nivel de creatividad de los profesionales
- Prácticas estandarizadas para la jerarquización de la información
- Prácticas estandarizadas en el trabajo de equipo
- Prácticas estandarizadas de redacción
- Prácticas estandarizadas de edición
- Relaciones con las fuentes de información
- Relación periodista – Jefe de Información
- Uso de los recursos técnico-artísticos del lenguaje radial

2.2.3 Ideologías Profesionales.

Definición Teórica: Paradigmas y prácticas profesionales; representaciones, creencias formales, presupuestos, actitudes, hábitos, comportamientos, compromisos y sentimientos menos conscientes; visión del mundo o perspectiva general, sistema más o menos coherente de imágenes, ideas, principios éticos, códigos y símbolos que las organizaciones periodísticas –y los periodistas– ponen en juego con el fin de regular en su seno las relaciones que mantienen entre ellos y comparten; así como los intereses individuales y del grupo, su estatus, privilegios y relación con el poder. (Legaño, 2007)

Definición Real: conjunto de aspiraciones, opiniones y sentimientos que reflejan los periodistas del Departamento Informativo de Radio 26 en cuanto a lo que su profesión les implica dentro de la sociedad y a su forma de actuar derivada de dicha implicación.

Definición Operacional:

- Conceptualización y cumplimiento de la función social del periodista
- Carácter del Periodismo (oficio o profesión)
- Viabilidad de la especialización periodística
- Grado de satisfacción en cuanto a espacios de socialización y superación
- Reconocimiento social como profesional de la prensa
- Satisfacciones personales y profesionales que brinda la labor periodística
- Nivel de consolidación del gremio de periodistas en Radio 26
- Valoración del desempeño laboral
- Actitud ante censura y autocensura
- Iniciativas creadoras
- Resultados de evaluación del desempeño
- Rutinas para la evaluación de la política de estimulación salarial por la repercusión pública de las publicaciones

2.3 Población y muestra:

Para la realización de este análisis la **población** está constituida por las personas que intervienen directamente en el proceso de producción de noticias del Departamento Informativo de Radio 26 (Director de la emisora, Jefe de Información, Jefe de Redacción, director de programa, periodistas, redactores, comentaristas, locutores y realizadores de sonido); y por las características del estudio la **muestra** comprende a toda la población, pues se escoge a individuos relacionados claramente con la situación analizada.

La selección de la **muestra** es del tipo **no probabilística de sujetos-tipos**, pues depende de los objetivos de la investigación y además “responde a una controlada elección de sujetos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del problema” (Hernández y Fernández 2007: 235), y que el objetivo del estudio es “la riqueza, profundidad y calidad de la información, y no la cantidad ni la estandarización”. (Hernández y Fernández 2007: 236).

2.3.1 Personas entrevistadas.

La entrevista aplicada a estas personas rindió frutos en la determinación de la forma en que se ejerce la dirección y permitió definir sus ideologías y rutinas productivas en el proceso de producción de noticias. Por la coincidencia en el cambio de dirección general del órgano, la autora consideró centrar la entrevista a directivo del medio en la Jefa del Departamento Informativo.

Directivos entrevistados:

- Rebeca Morales
- Yosvany Albelo
- Yirmara Torres

Expertos entrevistados:

- Pedro Pérez
- Carlos R. Diéguez
- Demetrio Villaurrutia

Directores de programas entrevistados:

- Domingo de Armas
- Leo García

Locutores entrevistados:

- Mayelín Galup
- Carlos Benítez

Realizadores de sonidos entrevistados:

- Serguei Feliú
- Valentín Díaz

2.3.2 Personas encuestadas:

En un primer intento a los periodistas se les aplicaría la entrevista y la encuesta. Sin embargo, al entregarles por escrito las preguntas se mostraron reacios porque sus opiniones quedarían al descubierto de su puño y letra. La autora les propuso la encuesta de carácter anónimo. Así logró que las respuestas al problema de investigación fueran lo más certeras y fiables posibles.

Periodistas encuestados:

- | | |
|------------------|-------------------|
| ▪ Alina Guedes | ▪ Idania Godoy |
| ▪ Maritza Tejera | ▪ Dunaikys Téllez |
| ▪ Gisel Guerra | ▪ Ana González |
| ▪ Enrique Tirse | ▪ Tamara Mesa |

- Gissell Escalante
- Noeli Santoyo
- Dunia Bermúdez
- Yovana Baró
- Nereida Cárdenas
- Madelín Varela
- Imandra González
- Yirmara Torres
- Yarislay García (estudiante)
- Ailene Villalonga (estudiante)

2.4 Métodos y Técnicas.

“El método es, en general, la forma de realizar las actividades humanas. Por ello se pueden destacar tantas clases de métodos como tipos de actividades a que se refieran.” (Alonso y Saladrigas, 2000, 37).

El método rector es el **Dialéctico Materialista**, “por ser el paradigma que posee como objetivo principal propiciar un proceso de análisis histórico–dialéctico de los fenómenos donde se conjuguen en una unidad dialéctica lo cuantitativo y lo cualitativo según la circunstancia y la dinámica tanto del objeto, del sujeto, como del proceso, así como lo subjetivo y lo objetivo”. (Ruiz, 2006).

2.4.1 Métodos Teóricos:

El analítico-sintético, permitió aclarar los fundamentos teóricos y metodológicos referenciados en diferentes fuentes bibliográficas y partir de este análisis, para el desarrollo de la investigación. Se realiza un análisis general del objeto de estudio, al permitir estudiar las partes que lo constituyen, pero sin dejar de verlo como un todo que se relaciona; y los resultados previos son sintetizados.

En todo el proceso investigativo la autora analiza las ideologías profesionales, las rutinas productivas y la gestión de la dirección en instituciones mediáticas para posteriormente, arribar a conclusiones respecto a cómo estos elementos se entrelazan en el proceso de producción de noticias del Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas.

El inductivo-deductivo tiene entre sus características arribar a un conocimiento más general, partiendo del conocimiento de casos particulares, mientras que la deducción constituye el proceso inverso. “En la etapa de recogida del material empírico, su base directa es la repetición de los hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un aspecto definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan... a partir de las formulaciones teóricas se deducen nuevas conclusiones”. (Cerezal y Fiallo, 2001:128)

El hipotético – deductivo es un método que de forma general posibilita establecer predicciones a partir del conocimiento que se posee. A partir del desarrollo teórico de

una determinada ciencia, y siguiendo la lógica de la deducción, lleva a la autora a nuevas conclusiones y predicciones empíricas, que pueden ser sometidas a verificación. (Cerezal y Fiallo, 2001)

Mediante este método se aplicaron los conocimientos derivados de las investigaciones de la Sociología de la producción de noticias al caso objeto de estudio, y luego de concluir el estudio, establecer resultados determinados empíricamente.

2.4.2 Métodos Empíricos:

La Observación no Participante, utilizada por la autora teniendo en cuenta, que esta permite recopilar la información directa, de primera mano mediante la percepción directa de los elementos que se ajustan al objeto de estudio y que sean representativos para la investigación. El objeto de estudio puede ser apreciado en sus múltiples manifestaciones y en toda su complejidad, pues al no involucrarse directamente la autora, los resultados son más fehacientes y no están expuestos a criterios personales.

Se realizó en los Departamentos Informativo y de Programación de Radio 26, los cubículos de edición, las reuniones semanales y las coberturas, durante un período de tres meses, comprendidos entre el primero de abril de 2013 y el 30 de junio de 2013.

El **Análisis de Contenido** es utilizado en estudios cualitativos y cuantitativos. A través de la interpretación de los textos el investigador puede inferir contextos determinados con respecto a su objeto de estudio. En muchas ocasiones ha sido mal interpretado por su naturaleza cuantitativa y la fragmentación de los textos. Sin embargo, no puede negarse que su uso se enriquece a partir de una mirada cualitativa, con la de otros métodos y técnicas.

“Se suele llamar (...) al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (...), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior”. (Piñuel, s/a, 2).

Además “el contenido debe analizarse de acuerdo con un plan predeterminado y sin prejuicios y aunque conlleva análisis cualitativos, siempre los resultados deben expresarse en forma numérica”. (Alonso y Saladrigas, 2000:65) en el caso específico de esta investigación tuvo como aplicación “la comprobación de hipótesis sobre las características de un mensaje” (Alonso y Saladrigas, 2000: 67), lo que permitió relacionar las características de la fuente productora del material comunicativo con las que se observaron en dichos mensajes producidos por el emisor.

La autora pudo comparar el proceso de gestión de dirección en la producción de noticias del Departamento Informativo de Radio 26, con el análisis de contenido de su espacio informativo más importante, el Noticiero Provincial de Radio (NPR).

El **universo** fue el NPR, mientras que la **muestra** estuvo constituida por las emisiones correspondientes a los meses abril, mayo y junio de 2013.

Se utiliza la **Encuesta** que permite “obtener la información que se precise a través de la combinación de preguntas cerradas y abiertas. Constituye un método de obtención de información primaria sociológica basado en el planteamiento de preguntas orales o escritas al conjunto de personas investigado”. (Alonso y Saladrigas, 2000:40-41)

La **Triangulación metodológica** posibilita interpretar, de modo global y con mayor profundidad, la información recogida mediante los métodos teóricos, los empíricos y las diferentes técnicas utilizadas. En esencia, este es un método vital en la mayoría de las investigaciones mixtas por la necesidad de confrontar y complementar los datos aportados por ambos paradigmas. Además, con su buen uso, el investigador determina la exactitud de la información resultante con la utilización de diversas fuentes, variedad de métodos o diversidad de investigadores. (Martínez, 2006)

2.4.3 Técnicas:

En la Tesis se emplea la **Investigación bibliográfica o documental** que a decir de muchos autores, “...es utilizada siempre en una investigación científica, incluso puede constituirse en el método principal de indagación empleado (...) Los pasos o etapas de la investigación bibliográfica documental abarcan la selección, evaluación y definición del tema; la confección de la guía temática; la recopilación y evaluación de fuentes, la recogida de información, el análisis e interpretación de los datos; y la elaboración y redacción del informe de investigación”. (Alonso y Saladrigas, 2002, 69-70).

“La **Entrevista** es una técnica para la recopilación de información, cuya característica distintiva es el hecho de que el investigador se enfrenta directamente al individuo con el fin de obtener información verbal, generalmente en forma de respuestas a preguntas concretas o estímulos indirectos, con el objetivo o finalidad de obtener de los individuos entrevistados información sobre sí mismos, sobre otros individuos o sobre hechos que le conciernen”. (Alonso y Saladrigas, 2002: 44) El tipo de entrevista utilizado fue la semiestandarizada e individual. Se entrevistó a responsables de la gestión de la dirección de noticias y otros profesionales del Periodismo.

En la **entrevista en profundidad** “el entrevistador desea obtener información sobre determinado problema y a partir de él establece una lista de temas, en los que enfoca la entrevista. Esta queda en libre discreción del entrevistador, quien podrá sondear razones y motivos, ayudar a establecer determinado factor, pero sin sujetarse a una estructura formalizada de antemano”. (Rodríguez, 2005, 168).

“Su objetivo principal consiste en construir el sentido social de la conducta de individuos o grupos, mediante la recogida de un conjunto de saberes privados”. (Alonso y Saladrigas, 2000: 61) (Ver anexo de Demetrio, Pedro y Carlos Rafael)

“Las ventajas más evidentes de la técnica son la riqueza de la información obtenida, la posibilidad de extraer respuestas más agudas y comprensivas sobre el objeto de estudio y el acercamiento a tópicos sensibles o temas tabúes, lo que no se puede lograr con técnicas más extensivas como la encuesta”. (Alonso y Saladrigas, 2002: 44)

Conclusiones parciales:

Desde la perspectiva de la investigación mixta, con predominio de lo cualitativo, se puede abordar la complejidad del fenómeno para obtener resultados fehacientes mediante la triangulación metodológica y la utilización de diversos métodos y técnicas.

CAPITULO III: ANALISIS DE LOS RESULTADOS

3.1 Para “los que sueñan por el oído”...

La Radio es el medio de comunicación más personal que existe. Esta naturaleza tan especial hace que posea un perfil de difusión, particularmente íntima de tú a tú, que no tienen los otros medios y que es uno de los principales ingredientes de su connotación mágica como medio de comunicación.

“En proceso de la comunicación, lo importante no es el que emite sino el que escucha. El que emite debe adaptarse al que escucha, tiene que entender cuál es su lenguaje, sus códigos, sus expectativas, su cultura, sus motivaciones y sus deseos. Comunicar no es algo que le hacemos "a" la gente, sino "con" la gente. La comunicación eficaz es interacción, debe producir una propuesta de cambio en su destinatario. Los resultados de la comunicación deben ser verificables y evaluables. La Creatividad no puede ser un concepto abstracto, sino por el contrario, tiene que ser asociado a todo lo que hacemos: capacidad de inventar algo nuevo, de relacionar algo conocido de forma innovadora o de apartarse de los esquemas de pensamiento y conducta habituales. Se debe siempre explorar nuevas ideas y nuevos proyectos con diseños que puedan resultar interesante sobretodo si con ello se pretende dar respuestas a inquietudes del potencial de audiencia y a políticas o estrategias que están trazadas por órganos rectores de la sociedad y proyectadas en bien de la sociedad”. (Pérez, 2013)

Por su alcance, la radio es el medio de comunicación más masivo que existe. En este aspecto muchos consideran que tiene ventaja sobre otros medios, sobre todo por la frecuencia y el espacio de tiempo. Sin obviar que su trasmisión de 24 horas y los siete días a la semana la convierte en el modo ideal para mantenerse informado sobre lo que acontezca en la provincia y fuera de esta.

Yirmara Torres, Jefa del Departamento Informativo de Radio 26, considera que “no todo es color de rosa. Algunos la consideran la Cenicienta por su vocación de servicio, pero también por lo marginada que resulta con respecto a la prensa escrita, la televisión y ahora, la red de redes”. (Torres, 2012, 1)

Lo cierto es que la radio; entre la televisión, la prensa escrita y por qué no, Internet, es el menos costoso en el mundo. Su producción y su recepción son baratas. Con un alcance desde lo internacional hasta lo local, con información actualizada y de interés, es capaz de atrapar al oyente y llevarlo al ritmo de lo cotidiano a dimensiones mágicas.

Sus protagonistas, el sonido y el silencio, donde el espectador, no necesita un título ni reconocimiento de sus capacidades como letrado. Viéndolo de esta forma, hasta parece sencillo llevar a un buen funcionamiento una emisora de radio. Pero no sucede así. Tras un breve seguimiento a las rutinas de información y la gestión de dirección en la emisora Radio 26 se puede comprobar que en la provincia de Matanzas, el periodismo radial entró en crisis, y no precisamente en la actualidad, hace un tiempo que esto se agrava. (Torres, 2012,)

Con esta investigación, la autora desentraña algunos de los aspectos negativos que entorpecen a diario, el desempeño de los tantos profesionales que sí dan la vida por la radio.

La división en epígrafes de los resultados responde a que las temáticas de análisis están estrechamente relacionadas, y el estudio de una no se concibe sin la intervención de las otras.

3.2 La Gestión de dirección en instituciones mediáticas.

3.2.1 Capacidad e idoneidad.

La gestión de dirección es un tema de grandes polémicas en el país. El buen funcionamiento de un medio de comunicación masiva depende de muchos factores, pero indudablemente la dirección del proceso de producción de noticia es la “clave del éxito”.

Luego de años se crea el escenario perfecto para iniciar el debate y ese fue el IX Congreso de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC). En el Discurso de clausura, Miguel Díaz-Canel Bermúdez, miembro del Buró Político y Primer Vicepresidente de los Consejos de Estado y de Ministros, expresó estar de acuerdo con lo planteado por el Dr. Raúl Garcés en su ponencia Siete Tesis sobre la Prensa Cubana, en lo referido a la prensa y los cuadros e insistió en sumarle, con la autorización de Garcés, elementos que a su entender no debían quedar fuera.

El miembro del Buró Político se refirió a un grupo de cualidades que se deben tener en cuenta a la hora de escoger a un periodista como cuadro de un medio de prensa, “tienen que tener disposición, no tiene sentido que uno ocupe una responsabilidad a regañadientes, (...) tienes que verla como como un sentido del deber, de la necesidad, de lo que puedes aportar”.

Como otro aspecto Díaz-Canel agregó “la sensibilidad por los problemas de la gente. Un cuadro que no sea sensible por lo que pasa, y más en la prensa, no va a ser un cuadro capaz de orientarse en cuáles son esos problemas y esos temas de la

población que tenemos que llevar a la prensa”, acotó que “otro tema es la inquietud revolucionaria. Si uno no se inquieta con lo que anda mal, si uno no se inquieta con las cosas que pasan, si uno siempre no está preocupado con lo que hay que transformar, no se puede ser cuadro”.

Además señaló que la “dirección de los medios de prensa; (...) es muy complicado para un periodista, por muy destacado que sea, que de pronto lo pongan al frente de un periódico. Si te ponen al frente de un periódico, ¿tú tienes cultura de dirección de un periódico? ¿Tú sabes cómo se puede lograr la gerencia de un periódico? ¿Tú sabes la experiencia internacional de un periódico, tú sabes la experiencia cubana de la dirección de un periódico o de un medio de prensa? Eso hay que enseñarlo”.

Sobre las cualidades que deben poseer los cuadros, Leo García, director de programas informativos, fue categórico al señalar que: “si fueran periodistas o creadores, artistas, serían más sensibles al trabajo de los profesionales. Que tengan liderazgo, no un muñeco o una “figurita”. En la radio y la televisión, cuando se funden son una familia creativa, por todo lo artístico. El directivo tiene que formar parte de esa familia, no estar observando desde un trono”.

Para la periodista Maritza Tejera “los órganos de prensa deben estar dirigidos por graduados de la carrera. Es “eso de zapatero, a tu zapato”. Cuando el Informativo es dirigido nuevamente por una Licenciada en Periodismo eso facilita cualquier gestión, porque la conoce, la vivido y padecido”. (En entrevista con la autora, 2013)

Un creador de larga experiencia en la radio, Domingo de Armas, fue conciso y contundente en su afirmación: “corazón para la profesión, eso debe nacer con la persona”.

El presidente de la UPEC en la provincia sostiene que los cuadros de la prensa “deben saber de periodismo y haberlo ejercido profesionalmente. Aunque los directores pueden no ser periodistas, especialmente en la radio y la TV, lo ideal es que sí lo sean, porque deben conocer a fondo cuáles son las características de esa función que es la principal de un medio. Debe ser una persona con una formación cultural que le permita apreciar los mejores valores. No ser dogmático. Tiene que poseer la flexibilidad suficiente para, haciendo cumplir la disciplina, cambiar de método, estilo y de proceder cuando la situación lo amerite. Tiene que ser exigente. Y, por supuesto, tiene que ser revolucionario a carta cabal”. (Ver anexo 14)

En este aspecto, Yirmara Torres, jefa del Departamento Informativo, señaló que “sean cuadros o funcionarios en todos los departamentos con los conocimientos

necesarios para asumir sus funciones. Un director provincial con la preparación adecuada, conocedor y amante del medio. Debe tener “mano dura”.

En opinión de la Miembro Político Ideológica del Buró Provincial del Partido, Rebeca Morales, “el cuadro de la prensa debe ser ante todo un revolucionario comprometido, defensor de la Revolución y el Socialismo, partidista, defensor de la política de éste. Ético y disciplinado. Ejemplar en su actuación, que lo caracterice la modestia y austeridad, veraz y transparente en lo que hace y que muestre respeto, autoridad, influencia y exigencia hacia sus subordinados. Que logre entrega, motivación y disposición ante la tarea encomendada”.

Teniendo en cuenta esos elementos resulta llamativo que en la encuesta a los periodistas más del 55% evalúa de deficiente la gestión de dirección que sobre ellos se ejerce. En tal sentido agregan: “los que nos dirigen en su mayoría son cuadros pero no periodistas”; “como no estoy directamente en la emisora esta gestión no llega a mí con el rigor debido”; los cuadros “no se identifican con la profesión” y “no ejercen la dirección, tratan de mantenerse al margen”. (Ver anexo 12.9)

Los cuadros deben “mostrar capacidad de dirección, planificar y organizar el trabajo, la efectividad en los sistemas de control, capaces de tomar decisiones, establecer prioridades, coordinar, motivar y encauzar el esfuerzo de los subordinados en el cumplimiento de las tareas que se le asignan y atender varias tareas al mismo tiempo”. (Ver anexo 13)

En la encuesta a los periodistas sobre el papel del cuadro en la planificación del trabajo un 55.5% señaló recibir siempre orientaciones de sus jefes para la realización del trabajo. (Ver anexo siempre, casi siempre). Sobre ese propio aspecto sólo el 11% considera que no existen tantas deficiencias en la planificación. (ver anexo 12.4)

3.2.2 Los cuadros y su designación.

Todos los objetivos que hoy se puedan concebir para la prensa pasan por la capacidad e idoneidad de los cuadros. En tal sentido, en su libro Revolución, Socialismo, Periodismo La Prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI, el Dr. Julio García Luis señala que el tema es motivo de reiteradas insatisfacciones, por un lado el nombramiento de directivos de órganos de prensa que no son periodistas ni poseen experiencia en ese campo, sobre todo a escala territorial; la escasez de cuadros, y por otro, la formalidad en el proceso de formación y selección; así como la limitada conciencia sobre las delicadas tareas que ellos deben cumplir.

Según Rebeca Morales “la selección de los cuadros de la prensa inicia con la visualización y captación de las reservas por parte de los directivos de cada órgano de prensa, aprobados en las Comisiones de Cuadros, evaluado en los Consejos de Dirección, con la valoración y el visto bueno de las respectivas organizaciones de base del Partido y el Departamento Ideológico del CP-PCC.

“En el caso de la radio al ser de subordinación del CAP, este órgano de dirección debe tener conocimiento de esa selección, ya que la Comisión de Cuadros analiza las reservas de los organismos, los cursos y todo el proceso que se sigue con las mismas, desde el Partido se sigue el funcionamiento de esta comisión y la Miembro del Buró de la Esfera Política ideológica del Comité Provincial del Partido participa en cada una de las reuniones que realizan. Además de tener un cuadro del CAP que atiende directamente este organismo”. (En entrevista con la autora, 2013)

“Junto a la solución de estas dificultades sería correcto insistir en que las organizaciones de base del Partido desempeñen el papel que les corresponde en el movimiento de cuadros que afecten a los órganos de prensa que en ellos actúan”. (García, 2013: 200)

Yosvany Albelo, presidente de la UPEC en Matanzas, al evaluar en qué medida participa la Unión de Periodistas en la provincia en la selección y preparación de los cuadros de la prensa afirmó que “no participa, en estos momentos la UPEC trata de dar un giro radical al tema, pero no se logra totalmente. Los presidentes de base tienen entre sus tareas, la participación en reuniones de factores y consejos de dirección en representación de sus compañeros, y deben jugar internamente un papel que todavía no asumen. A nivel de provincia, al Presidente se le consulta ocasionalmente quién pudiera ser el cuadro idóneo, pero no es la norma”. (ver anexo 14)

Uno de los temas cruciales abordados en el IX Congreso de la UPEC fue la situación de los cuadros de la prensa, sobre ese particular en el contexto matancero, Rebeca Morales consideró que “la provincia no tiene una situación favorable porque no todos los directivos se han ocupado como corresponde de asegurar una reserva objetiva, preparada y dispuesta que reúna los requisitos indispensables para el cargo. Ante el problema se han tenido que adoptar decisiones que no responden a lo orientado en materia de Política de Cuadros por lo que urgen acciones emergentes y sólidas para revertir lo expresado, partiendo de una labor más responsable de los directivos de la

prensa y de intencionalidad, incorporando a la cantera de selección a los recién egresados, que permita ir evaluando sus aptitudes y cualidades”. (Ver anexo 13)

3.2.3 Preparación y superación de los cuadros.

“Tenemos que preparar mejor a los cuadros de la prensa (...) enseñar gerencia o dirección. (...) No sé si por la vía de postgrado, la Facultad de la Universidad de La Habana es la rectora de los programas de estudio, pero que es un tema que ya debemos ir analizando. Creo que no nos podemos conformar con que los buenos periodistas sean cuadros; la exigencia es que los mejores periodistas sean nuestros cuadros”. (Díaz-Canel, 2013: 7)

Acerca de los mecanismos de superación de los cuadros, Rebeca Morales sostiene que “no son exclusivos del Partido porque intervienen otros actores, no menos importantes y responsables. El Partido hasta hoy tiene instrumentado:

- Cursos, conferencias y otras acciones de intercambio y preparación a través de la Escuela Provincial del Partido, de los propios cuadros y especialistas de los diferentes organismos.
- Diplomados de Gestión Empresarial y Administración Pública.
- Encuentros con cuadros del Departamento Ideológico del CC-PCC y los determinados Ministros o directivos nacionales.
- Encuentros y despachos sistemáticos con el Departamento Ideológico y el Miembro del Buró del CP-PCC.
- Encuentro mensual con el CAP y Buró de actualización e información.
- Participación en las reuniones de puntualización que se realiza con las autoridades del Partido, Gobierno, FAR, MININT, la UJC y el resto de las organizaciones políticas y de masas.
- Participación en reuniones y eventos de trascendencia. Ej. Plenarias económicas.
- Acceso a los estados de opinión de la población.

Existen otros mecanismos por la vía administrativa y profesional”. (En entrevista con la autora, 2013)

Yirmara Torres, jefa del Departamento Informativo, señaló que en su caso nadie la preparó para asumir la tarea. “Nunca fui reserva de cuadros ni nada por el estilo. La preparación a los cuadros de la prensa es ínfima. En 2012 se realizaron tres ediciones de cursos de preparación a cuadros de la Radio en el Instituto Internacional de Periodismo José Martí en la ciudad de La Habana. Estos no tenían

antecedentes. Tuve la oportunidad de participar en la segunda edición (en diciembre de 2012) y son muy útiles, aunque insuficientes”. (En entrevista con la autora, 2013)

3.3 Organización del trabajo.

El director de un medio es la máxima autoridad de y a su vez el responsable de lo que es publicable, asegurándose de no dejar nada fuera, conservando el perfil o línea editorial de la institución por medio de la organización del trabajo con la realización de trabajos y asignación de coberturas.

“Se ha hecho hincapié primero, como método de trabajo, en revisar bien todo lo concerniente a la planificación del año 2014, para que pueda estar en el plan y no se omita nada de aquello de lo que ha existido en otro momento, en correspondencia con las posibilidades materiales del país y las prioridades que sea posible establecer”. (Díaz- Canel, 2013)

En las encuestas a los periodistas de Radio 26 sobre el tema, el 88% coincidió en que existe una organización del trabajo en la emisora y algunas de sus valoraciones fueron: es “aceptable”, “bastante buena”, “eficiente”, “regular”, “adecuada”, puede funcionar mejor, “acertada”, “muy buena” y “continúa”. (Ver anexo 12.8)

De la importancia de un correcto sistema de organización del trabajo Yosvany Albelo agrega: “transmite a los reporteros la sensación de seguridad, de saber lo que se está haciendo y que por ende el resultado de su trabajo se comprobará, no caerá en saco roto”.

Sobre el sistema de organización del trabajo en el Departamento Informativo de Radio 26 los encuestados afirmaron que:

“Tiene en cuenta los intereses de la emisora, la provincia, la programación y el momento social. Se distribuye la carga de trabajo, prioridades y especificidades de los reporteros. Se chequea el cumplimiento y la calidad de los trabajos”

“Nos reunimos semanalmente para coordinar las coberturas periodísticas y planificar las actividades del mes, además de organizar a veces acciones de capacitación, como los talleres en el propio centro”.

“Un plan de trabajo que elabora el Jefe de Información según los encargos de determinadas instancias y los transmite semanalmente a los reporteros en las reuniones y por vía de correo”. (Ver anexo 12.8.1)

Luego de analizar todos los puntos sobre la gestión de dirección y sus particularidades en Radio 26 resulta evidente que en el medio predomina la gestión de Dirección por Objetivos. Lo anterior se sustenta en la deficiente participación de

los periodistas en el diseño de la política editorial, las escasas iniciativas para la propuesta de trabajos, la espera de las orientaciones, el poco seguimiento a temas, la reiteración de rutinas en las coberturas.

Las consideraciones de Yosvany Albelo sobre la participación de los periodistas en la conformación de la política editorial señalan que no es suficiente, “en algunos medios se tiene en cuenta, pero no es la regla, también tenemos ya demasiados colegas acomodados a que le pongan el trabajo y no lo buscan por sí mismos”.

Todo ello por la descripción de un sistema basado en la conformación de un plan semanal; que tiene como punto de apoyo el Plan mensual realizado con el Partido, y que llega a manos de los periodistas ya elaborado, dando espacio tan solo a los reporteros para indicar propuestas que pueden ser o no incluidas. Este modo de dirección resulta desmotivador para los subordinados, al no sentirse parte del gremio y de la toma de decisiones. Esto predispone a los periodistas por el desconocimiento de motivos por los que se prioriza determinado tema y crea brechas en el flujo de comunicación.

Por las características del Departamento Informativo se recomienda una Dirección por Valores pensando en las oportunidades que ésta brindaría al equipo de trabajo. Es “una herramienta de liderazgo estratégico, capaz de entender y de aplicar conocimientos, basado en un diálogo sobre valores que orientan las actividades cotidianas de creación dando forma humanizada al propósito estratégico de la institución”. (Delgado, 2013) La Dirección por Valores posibilita la búsqueda o creación de espacios de confluencia para la disposición de ideas de comunicación y el Periodismo que necesita la sociedad cubana. Con nuevas expectativas profesionales para la conformación de ese plan semanal, con una visión global y más participativa.

Eso permitiría conocer y conformar el gremio para que aspiraciones como las de Maritza Tejera, periodista del centro, no vayan al vacío: “en un órgano de prensa el Jefe del Informativo debe tener caracterizados a cada uno de los colegas con quienes trabaja. Siempre habrá uno para cada cobertura: desde las más importantes hasta las más simples”. (En entrevista con la autora, 2013)

La comunicación es la clave para el funcionamiento de una gestión de dirección. El director debe crear y respetar los espacios de intercambio y diálogo con sus periodistas, hacerles partícipes de la conformación de la política editorial y comprometerlos con la línea editorial del medio informativo.

3.3 Detrás de las rutinas productivas.

Tanto para la emisora Radio 26 como para cualquier otra institución mediática, la implementación de una rutina productiva es indispensable. El funcionamiento regular de los mass media depende de una correcta estructura por la que debe transitar la noticia desde que se concibe hasta que se publica. Este camino está permeado de otros aspectos, de los valores por los que se concibe la noticia y otros subjetivos, en los ideales de cada profesional.

Para Demetrio Villaurrutia Zulueta, director del Noticiero Nacional de Radio (NNR), el trabajo de los Informativos y las rutinas desde el plano ideal, “deberían comenzar con la parte organizacional. Primero la atención a la llamada agenda informativa del día, ver las noticias más prominentes de las agencias de prensa en Internet y responder a los intereses propios del espacio”.

“Desde el punto de vista de noticiabilidad, transcurre por otras fases como la actualización de los temas más prominentes del día, lo que está como noticia en la calle, el intercambio del jefe de turno con corresponsales y reporteros, agenda negociada entre ambas partes que incluye selección de temas y posibles géneros periodísticos, selección de las noticias más importantes del día por el Winkertín por donde discurren todos los cables elaborados por las agencias de noticias y por otros medios de noticias diferentes”.

“Seguidamente la complementación entre reporteros-corresponsales-redactores, búsqueda de la variedad temática, de géneros, balance geográfico, u otros, diseño general del noticiero con la escaleta o montaje del mismo, que incluye titulares y promociones, revisión de todos los materiales redactados o de reporteros y corresponsales, y por último pero no menos importante, la decantación de los mismos atendiendo a los conceptos de noticiabilidad antes enumerados”. (En entrevista con la autora, 2013)

Ahora bien, eso es lo ideal, lo real de la emisora es la no existencia de una rutina productiva que se corresponda con una industria incesante como lo es este medio. Las fases diseñadas de las rutinas productivas en el Departamento Informativo se pueden, muy someramente, clasificar en planificación, realización de la cobertura y edición y publicación. En las entrevistas y encuestas realizadas la autora constató criterios disímiles: aunque existe una organización del trabajo, cuando se preguntó por las rutinas productivas, la mayor parte mostró desconocimiento, otros señalaron

la existencia apenas de una planificación, realización, edición y publicación, y por último la no existencia de rutina alguna. (Ver Anexo 12.8).

Criterios coinciden en que “la falta de una constante planificación editorial, la improvisación de los reporteros, el tratamiento a temas intrascendentes y la falta de calidad en su elaboración, traen consigo que falte la materia prima para ese producto final, llámese noticiero o revista”. (En entrevista con la autora, 2013)

Mientras unos describieron toda una superestructura que “comienza con la conformación del plan temático del mes, atendiendo a las orientaciones y prioridades del Partido, organismos que se relacionan directamente con la entidad y los de la emisora propiamente, lo que ocurre es que se realiza la reunión para entregar, debatir y otorgar las coberturas del mes según este plan. Además se reúnen todos los martes para distribuir la carga de trabajos semanales y especificidades para los reporteros y concluyen señalando que la rutina diaria se organiza a partir del interés de los espacios, a veces improvisando”. (En entrevistas con la autora, 2013)

Sin la intención de ponerlos a pelear entre ellos, hubo quien hasta afirmó que es toda una estructura que a veces funciona y otras no muy bien, eso depende... y hasta se animaron a agregar que el mismo plan con otra dirección sería eficiente, podrían ultimarse detalles y ser un poco más flexible”. (En entrevista con la autora)

No faltó tiempo ni lugar para los que mantienen la fe y sueñan con un mañana mejor, “el que pudiéramos contar con una graduada de la carrera como Jefa del Departamento fue una suerte. En primer lugar, porque padeció en carne propia los avatares del periodista, conocía el medio, era organizada- base fundamental para el éxito-, fue bastante imparcial y justa. Todo estaba organizado, el plan temático, los planes mensuales..., y muy importante, protegía a sus periodistas”. (En entrevista con la autora, 2013).

Lo cierto es, que aunque se ve claramente la diferencia de criterio en los porcentajes de las encuestas, sobre la existencia o no de una rutina productiva u organización del trabajo, sus valoraciones no son del todo positivas, ni están en correspondencia con estas cifras. (Ver anexo 12.8)

3.2.1 Las fases reales en el proceso de producción de noticia de Radio 26:

3.2.1.1 Planificación.

La conformación de la política editorial de la emisora Radio 26 surge como necesidad de planificar los intereses y objetivos del medio. Está es elaborada por la

dirección del centro respondiendo a las orientaciones y prioridades del PCC y otros organismos que rigen la vida económica, política y social del país.

No solo existe una política editorial, está además el perfil editorial y la agenda del medio. Yirmara Torres Hernández, jefa del Departamento Informativo de Radio 26, sostiene que “la política editorial es una (que responde a la misma política editorial del ICRT como organismo, y del CC del PCC como fuerza rectora de la sociedad). Esa política editorial adaptada al perfil editorial del medio conforma la agenda mediática. El perfil editorial es aquel que define las características editoriales del medio (objetivos, pertinencia, público meta, lenguaje, normas de redacción o diseño...). Este es propio de cada medio y de cada espacio informativo (en el caso de la Radio). La agenda mediática, por su parte, se construye en el día a día (en ella influyen la agenda política y la agenda pública) y es aquella parte de la realidad que el medio legitima”. (En entrevista con la autora, 2013)

Por desconocimiento no se debe pecar de ignorante, y es que muchos de los entrevistados afirman que “de la política editorial no tengo conocimiento”. Otros añaden: “En mi caso te puedo hablar de la política editorial porque en la antigua dirección, yo trabajé con los directivos, pero estoy seguro de que un locutor, realizador u otro profesional en normales circunstancias no la conocen. Bueno, en su conformación están las determinaciones de diferentes organismos, el PCC, el ICRT y otras directrices de la provincia y los intereses de la emisora. Hay algunos objetivos que son fijos como el VIH y otras temáticas a las que se debe dar tratamiento”. (En entrevista con la autora, 2013)

Para algunos es simple, “esta no es una emisora comercial, responde a la línea y política del país; sus pedestales fundamentales son los espacios informativos, apoyándose en otros espacios como los dramatizados y variados, incluso los musicales”. (En entrevista con la autora, 2013)

Cuando se habla de política editorial en un primer momento no se logra independizarla del modo en que se conforma la agenda, el perfil editorial del noticiero o cómo son las rutinas productivas y los flujos de reproducción. Mejor es hablar de todo ello, pero de forma tal que se vea la dependencia de todas estas fases.

El Noticiero Provincial de Radio es el programa estelar de la emisora y está considerado como el más importante dentro de la programación informativa de Radio

26. En él se amplía o da seguimiento a lo que se trata durante el día en otros espacios informativos como Órbita, Jugando al Duro, En Punto y los boletines.

Se transmite de 6:00 a 6:39 de la tarde, de lunes a sábado; con una duración de 39 minutos. Su objetivo principal es informar sobre el acontecer de la provincia de Matanzas, tratando de dar una visión que abarque los 13 municipios, con destaque para lo más importante de cada territorio. Su público meta es toda la población de la provincia de Matanzas.

Está estructurado en Titulares provinciales; pero pueden ser nacionales en caso de que estos sean muy prominentes, adelantos, informaciones provinciales y nacionales; que incluyen reportes o materiales reelaborados en la redacción informativa. Cuenta con secciones: internacionales, culturales, deportivas y el comentario de actualidad.

Así mismo hay otras secciones con una frecuencia semanal: tránsito (lunes), cambio climático (sábados), adicciones (jueves) y choferes destacados (viernes). Como todo noticiero de radio predomina como norma el género **noticia**, pero no siempre logra el balance con los géneros interpretativo y de opinión.

El Noticiero Provincial de Radio adolece del balance de géneros y territorial, asimismo de la noticia como su género fundamental. (Ver anexo 11)

La autora concuerda con las consideraciones de Yirmara Torres cuando afirma que “un noticiero de radio es un programa informativo de actualidad, exactitud, veracidad, credibilidad y objetivo en que prevalecen noticias interesantes, inteligibles y próximas al receptor, aunque también están presentes otros géneros periodísticos, efemérides, meteorología; y que debe recurrirse a la reiteración lógica y creativa para que el oyente retenga el mensaje radiofónico en la memoria, nuestros noticieros tienen mucho trecho por andar para ser mejores”. (Torres, 2012) (Ver anexo 18)

Los noticieros se elaboran en el Departamento Informativo, y a él tributan la Redacción y los reporteros, con notas escritas. Estos deben respetar, lo mismo en las informaciones escritas que las grabadas, las Normas de Redacción, que están disponibles para todos los redactores-reporteros. También se reciben los reportes de los corresponsales y de las emisoras municipales, que deben entrar diariamente, al menos, con sus dos principales titulares.

“El Noticiero Provincial de Radio nunca ha tenido otro nombre, se llama así simplemente. Su presentación, despedida y transiciones (en general todo el diseño sonoro) lleva años sin modificaciones o mejoras. Está concebido para trabajarse a

dos voces: masculina y femenina. Sus locutores habituales son Mayelín Galup y José Miguel Vázquez. Su director es Leo Ernesto García Vera”. (En entrevista con la autora, 2013)

La agenda, por su parte, se conforma a partir de las orientaciones que se reciben cada mes con los principales temas de la Dirección de Información de la Radio Cubana. El organismo traza las líneas generales que se deben adaptar a las características de cada territorio.

Con estos temas y los que se priorizan a nivel territorial, que llegan por la vía del PCC, los intereses de los organismos y la población, unido a los intereses editoriales de los periodistas; se conforma el Plan Temático del mes del Departamento, que constituye la guía o agenda de trabajo mensual. (Ver anexo 21)

El Plan Temático, aunque es una guía no es una camisa de fuerza. Esta agenda mensual se enriquece luego semana a semana y día a día. Las características de inmediatez de la radio exigen que la agenda no sea rígida y se pueda transformar incluso de un minuto para otro.

Desde el punto de vista de planificación del trabajo Torres Hernández confirma que “cada mes se conforma la agenda y se enriquece a diario. El Plan Temático del mes se envía por correo electrónico a los periodistas a través de una lista de correos. Además se imprime una copia para quienes deseen revisarlo de esa manera se queda en el Departamento para uso común.

Ese Plan Temático se da a conocer en la primera reunión del mes. Las reuniones del Departamento son un espacio muy importante, pues como son semanales permiten tocar de cerca lo planificado e incorporar todo lo nuevo que vaya apareciendo (lo mismo a partir de las reuniones de los medios en el PCC, los intereses de los organismos, iniciativas de los periodistas o quejas de la población).

Siendo posible toda esta planificación se precisa que en la rutina diaria también se construye la agenda, con coberturas o encargos de última hora. Esto se hace de manera interpersonal o por la vía telefónica. Algo que hay que mejorar es la construcción colectiva de la agenda (que puede hacerse en las propias reuniones del Departamento). Me refiero a no seguir al pie de la letra las orientaciones que llegan del ICRT, del PCC o los organismos, y que los periodistas contribuyan cada vez más a construir con su creatividad una agenda propia, diferente a la de otros medios”. (En entrevista con la autora, 2013)

Luego de conformado el Plan Temático del mes y realizada la reunión semanal, cambia muy poco en el trabajo del reportero. En ocasiones existen acontecimientos que no se pueden pasar por alto por su relevancia y son planificados a última hora. Se tiene en cuenta además, los intereses de la población y la creatividad de los periodistas, algo que no podemos confundir con esa improvisación de la **noticia** resultado del vacío y la falta de información.

3.2.1.2 Realización de coberturas.

Esta es la fase donde el periodista tiene que hacerse valer de sus habilidades. Cada directivo manifiesta los valores noticia que debe tener un hecho para darle cobertura mientras que los periodistas buscan otros, en dependencia de lo que consideren más relevante. (Ver anexo 12.5)

En su mayoría coinciden en que los más importantes son la actualidad y relevancia del tema, luego la inmediatez, la veracidad y la repercusión social. Según las valoraciones sobre motivos por los que realizan los trabajos periodísticos los profesionales de Radio 26, es inteligible su modo de pensar.. Los mayores porcentajes coinciden en que las razones por las que realizan una cobertura, el 61.11 %, casi siempre es porque les interesa el tema y un 55.55%, es porque los Jefes los mandan. (Ver anexo 12.4)

En el caso de los periodistas del Departamento Informativo las opiniones son diversas en cuanto al tema. “Es importante aclarar primero, que para los noticieros de Radio 26 se producen pocas noticias, cuando, como su nombre lo indica, este es el género que debe primar en un noticiero. Los criterios de selección de noticia son los universales según las normas del periodismo: relevancia, prominencia”. (En entrevista con la autora, 2013)

Siempre se tienen en cuenta una serie de elementos a la hora de asignar una cobertura, a esto Maritza Tejera agrega: “la prioridad la tienen las actividades de orden económico: el turismo, la agricultura, la zafra –cuando era de importancia su producción-, la salud pública... A mi juicio, los sectores de mayor alcance deben recaer en los periodistas más avezados, cosa que no siempre ocurre así.

En un órgano de prensa el Jefe del Informativo debe tener caracterizados a cada uno de los colegas con quienes trabaja. Siempre habrá uno para cada cobertura: desde las más importantes hasta las más simples”. (En entrevista con la autora, 2013)

En el caso del Noticiero Provincial de Radio 26 es muy importante la cercanía “geográfica”, precisa Yirmara, pues a no ser que exista un hecho muy relevante a nivel nacional, tienen prioridad las noticias provinciales. Se debe aclarar que la falta de transporte, de profesionalidad y el facilismo atentan contra la presencia de más noticias. Por eso hay que acudir a las informaciones nacionales y elevar a titulares informaciones intrascendentes o como bien dicen “refritas”.

De la mano de inconformidades están los que hablan “la verdad”, con la fe de que un mañana mejor es posible:

“Si vamos a hablar de lo ideal, nos deberíamos basar en primero lugar en lo que se conoce como valores noticia o criterios de noticiabilidad: relevancia, prominencia, novedad, cercanía... Además, las coberturas debían estar motivadas (esto es fundamental) por el interés de la población ante un determinado tema”.

“Habría que tener en cuenta los intereses que como política se trazan el país y la provincia y también habría que considerar los intereses del resto de las instituciones que son fuentes de información”.

“La realidad es otra y no siempre la balanza se inclina para el lado correcto. En nuestra cotidianidad se pierde mucho tiempo en coberturas que aportan poco (actos, asambleas y reuniones). Se persiguen fechas y por esto se sobresaturan los temas en determinados momentos del año”.

“El Jefe de Informativo a veces se pierde dentro de esta madeja intrincada donde todos halan para su lado de acuerdo a sus necesidades e intereses. Y el medio, a pesar de la libertad que realmente posee para conformar su agenda, se deja llevar por la inercia, persiguiendo coberturas que al final no aportan ni a la política, ni a las instituciones, ni a los medios y lo más lamentable, tampoco le aportan nada al pueblo”. (En entrevista con la autora, 2013)

Los periodistas no solo tienen que mostrar disposición al trabajo, sino acometerlo en circunstancias muy difíciles. A diferencia de otros medios, que por su condición de únicos en la provincia cuentan con transporte para realizar una cobertura, en Radio 26 no sucede así.

En el caso de estos reporteros, deben valerse por sus propios medios, eso sin contar, que en ocasiones cuando llegan al lugar no tienen accesibilidad a todos los elementos de esa fuente de información.

Según el criterio de algunos “porque dicen no tener autorización de niveles y organismos superiores para divulgar...”, sin tener en cuenta que se viola lo dispuesto

por el Buró Político del Comité Central del Partido Comunista de Cuba en sus **Orientaciones para Incrementar la Eficacia Informativa de los Medios de Comunicación Masiva. (2007).**

Debido a estas circunstancias, a la hora de pedir valoraciones de los periodistas en relación con las fuentes, algunos coincidieron en que a las fuentes les interesa que publiquen lo positivo y no lo negativo de su empresa o centro laboral, mantener buenas relaciones con la prensa y literalmente “salvarse el pellejo”. (Ver anexo 12.7) En la fase de realización de la cobertura se evidencian una serie de elementos por los que transita el periodista, desde los valores noticia de interés para el medio y el Jefe, hasta sus intereses propios. La falta de transporte, el sacrificio que realizan, para luego encontrarse con algunas fuentes que no responde a lo dispuesto por el Partido.

3.2.1.3 Edición y publicación del trabajo.

Esta última fase comienza fuera del cubículo de grabación. Con todo el material es hora de escoger lo que es utilizable y desechar el resto. Algunos periodistas prefieren hacer la parte gruesa en sus casas, por cuestión de comodidad y disponibilidad de recursos. Su propuesta de redacción lleva intrínseco los valores por los que concibe la noticia, además de escoger el género que se utilizará.

La mayor parte del Noticiero Provincial y demás espacios informativos de la emisora se conforman con informaciones, siendo este el género predominante, sostiene Yirmara Torres. En segundo lugar se encuentran las entrevistas y “las mal llamadas entrevistas, que solo dan entrada al funcionario o personalidad con una presentación y vuelven a participar en el monólogo al final para dar créditos”. (En entrevista con la autora, 2013).

Trabajos como estos son publicados muy a menudo por la emisora, aunque con la llegada de nuevos profesionales contratados por el medio se ha elevado la calidad producto a la competencia profesional.

Hay reporteros que no solo redactan la noticia, sino que pre-editan las grabaciones que utilizará en ellas, facilitando el trabajo de los realizadores de sonido. Existen casos en los que el corresponsal se ha instruido de tal forma que realizan la edición del trabajo completa y ya su noticia está lista para publicar, solo queda darle el visto bueno y al aire.

La opinión de los reporteros del trabajo de editores y realizadores de Radio 26 es muy variada, eso sí, con una tendencia hacia lo negativo. Un significativo número de encuestados coinciden en que este podría mejorar. (Ver anexo 12.7)

Conscientes de sus deficiencias, no se puede juzgar a la ligera. Los editores no trabajan en las mejores circunstancias. Aunque existen dos estudios informativos estos carecen de condiciones materiales y humanas adecuadas.

En el caso de las cabinas de grabación y edición, cada realizador tiene en su jornada laboral turnos para la realización de trabajos periodísticos correspondientes con los espacios informativos fijos en el día. Para los demás, es por orden de llegada. Los editores hacen un esfuerzo para que los periodistas salgan con sus trabajos listos lo más temprano posible.

El estudio principal, mejor acondicionado, con cabina de grabación y una mejor calidad en el sonido, privilegia las grabaciones de los municipios, según Yirmara “esto toma una parte importante del tiempo de los dos turnos que tiene: de 5 a.m. a 11 a.m. y de 11 a.m. a 5 p.m. Los horarios están mal organizados. De 5 de la mañana a las 8 se trabaja para Órbita; de 8 a 10 para Jugando al Duro, de 10 a 11 de preparar el Noticiero En Punto, y de esa hora hasta las tres de la tarde se graban los municipios”. (En entrevista con la autora, 2013)

A las tres comienza la revisión de los materiales para el Noticiero y luego se hace la pre-edición. Apenas queda tiempo en ese estudio para grabar la voz de los periodistas o para realizar otro tipo de trabajo. A esto se suma que los dos turnos los realiza un mismo operador que solo descansa el domingo, por lo que el trabajo es desgastante para él.

“No obstante hay que reconocer que su seriedad y laboriosidad han contribuido a que se establezca la entrada de los municipios (que antes era poca o nula). En el caso de este realizador, él suplanta la tarea del Subdirector de Información y Programación (cargo que no existe), que es quien debía coordinar la entrada de los Departamentos Informativos de las emisoras municipales en los diferentes espacios de Radio 26. Una tarea que debe competirle a los jefes y no a un realizador de sonido”.

“El otro estudio, está previsto solo para editar. Este no posee las condiciones técnicas ideales para grabar la voz...”, agregan algunos de los entrevistados, esto hace que las grabaciones realizadas en ese estudio difieran en calidad de las que se realizan en el otro. “El operador con que cuenta este estudio, aunque de mucha

experiencia en la radio, no posee las habilidades ni la creatividad necesarias para estar en ese puesto”. (En entrevista con la autora, 2013)

En general, existen muchos problemas con la calidad del sonido de las diferentes grabaciones. También ocurren errores, motivados por la falta de revisión por parte de los operadores”. (En entrevista con la autora, 2013)

Un breve seguimiento a la información habitual en Radio 26 permite afirmar que no siempre se cumple a cabalidad la misión del medio. Persisten los vacíos informativos que conllevan a llenar el espacio con lo que tengan a la mano haciendo los noticieros poco atractivos. Existen problemas en el balance de géneros fundamentalmente en la no realización de noticias.

No siempre se usan adecuadamente los recursos del medio (la voz, la música, los efectos y el silencio). Otra dificultad es la falta de creatividad a la hora de dejar materiales para los diferentes espacios (dejan el mismo o hacen una edición, pero sin grandes cambios).

Una observación puntual debiera apuntar a un mayor control sobre las repeticiones en los materiales listos para publicar y fomentar la reelaboración como práctica obligada tanto de los cables como de los trabajos de reporteros cuando ya fueron publicados una vez, amén de las notas oficiales que por supuesto y como práctica en el mundo entero, se transmiten tal cual llegan a la redacción o con muy pocos cambios en su diseño.

3.3 Factores que influyen en el proceso de producción de noticia.

Dentro de los factores personales se citan los saberes acumulados, incluye oficio, conocimiento específico de la profesión y de las rutinas productivas para el medio en que se trabaja, saber llegar a la persona indicada en el momento indicado, o sea conocimiento de qué puede dar o no, cada profesional y dónde resulta mejor en su desempeño.

“Todos somos un eslabón necesario de la cadena y no somos entes aislados. Trabajamos para un espacio que tiene un perfil y debe pensar siempre en la audiencia, conocimiento multitemático que implica estar muy informados moverse en una gama amplia de temas que te permitan discernir qué puede ir o no, qué es más importante o no, qué trabajo puede priorizarse o no. También la actualización teórico práctica sobre lo que hacemos, conocimientos sobre las más recientes investigaciones en teoría de la Comunicación sobre el comportamiento de los públicos”. (Villaurrutia, 2013)

Entre los factores institucionales Villaurrutia cita la agenda informativa que diseña la emisora con sus reporteros para las coberturas, mayor o menor preparación de los profesionales que tributan para el medio que incluye no solo la información sino la preparación individual u técnico profesional, la disparidad en experiencia y grupos de edades y los “tabúes” sobre temas determinados.

Otras se refieren a la desmovilización para tratar determinados fenómenos de la sociedad cubana que no se tratan porque están sumergidos en un exceso de coberturas relacionadas con actos, plenarias, reuniones..., la ausencia en ocasiones de estrategias comunicativas en las coberturas que limita su enriquecimiento práctico y lo reduce solo a lo descriptivo más que a lo interpretativo o a la combinación de un periodismo noticioso donde el periodista traduzca esa realidad para el oyente a partir de sus criterios propios.

Para poder analizar el proceso de producción de noticia no se puede pasar por ingenuo ante la existencia de factores tanto internos como externos que determinan, no solo la realización de trabajos, sino la calidad del producto final.

En los factores estructurales –organizativos se evidencia que los **recursos humanos** no son los ideales. Con la falta de periodistas en la emisora y la provincia en general, se hizo necesaria la reorientación profesional para paliar la situación.

Resultado de ello se muestran las principales dificultades del trabajo en el medio. “Habría que destacar el desconocimiento de las técnicas periodísticas de la mayoría de los periodistas reorientados, dificultades que en los años que llevan trabajando no han logrado superar”. (En entrevista con la autora, 2013)

Ante una plantilla incompleta, por muchos años se evidenció un trabajo reporteril; necesario para un medio como la radio, pero acomodado. “Ya mencioné el facilismo y el acomodamiento. También hay falta de interés y amor por la profesión. Entre las dificultades más frecuentes está “el corta y pega” en la redacción, los errores en la redacción de noticias y en general la violación de las Normas de Redacción. Persisten dificultades con la lectura, la dicción e improvisación”. (En entrevista con la autora, 2013)

La balanza en la variedad de géneros informativos se inclina hacia las informaciones y las entrevistas improvisadas. “Hay desconocimiento o confusión a la hora de elaborar los diferentes géneros periodísticos y adaptarlos al lenguaje de la radio”. Para dar solución a lo acontecido en la parte de recursos humanos se incorporaron

nuevos profesionales al centro y se realizaron contrataciones por la Resolución 157 a estudiantes de quinto de año de Periodismo.

Una experiencia válida, pues han mostrado madurez para enfrentarse al proceso de producción de noticias, aunque no se debe obviar que aún necesitan ganar en experiencia profesional.

Otros de los factores de tipo estructural -organizativo que dificulta el trabajo del Informativo Radio 26 es el relacionado con los **recursos materiales**. El presupuesto del medio no es suficiente, debe ser distribuido de forma tal que supla las necesidades más inmediatas y asegure además la transmisión de la señal informativa de la emisora.

Varios entrevistados coincidieron en que las condiciones de trabajo son pésimas por “la falta de espacio en el Departamento Informativo que incluye la redacción digital, la general y la informativa (se incorporaron estudiantes contratados e incrementó la redacción web).

Los reporteros y redactoras ocupan el mismo espacio físico, dejando sin lugar a los primeros y atentando contra el desempeño de las otras. Carecen de un número proporcional de computadoras. En el momento que se realiza la investigación se constata que para 14 reporteros hay solo dos máquinas, lo que hace un promedio de 7 reporteros por computadora. Por supuesto, que muchos reporteros usan las máquinas de sus casas, la que queda disponible para ellos en la Redacción Digital o vienen en horarios escalonados.

A la falta de espacio hay que agregar que el Informativo perdió las oficinas del Jefe de Información y de Redacción, espacios imprescindibles para personas que deben orientar, llamar la atención en el caso que lo requiera a un subordinado, revisar trabajos, llevar estadísticas, archivar documentos y elaborar diariamente varios espacios informativos, para lo cual necesitan tranquilidad, algo que no pueden lograr en el área de los reporteros.”(En entrevista con la autora, 2013)

“Si algo atenta contra el trabajo de los periodistas es la falta de transporte. Por esa causa se afecta la inmediatez: “enlentece” y entorpece la búsqueda de informaciones, y en el caso de los reportajes, hace que estos sean más trabajosos, pues el periodista debe invertir horas de su día en ir y venir a un solo lugar. Las condiciones de las grabadoras son buenas, pero muchos periodistas no han aprendido a usarlas correctamente.” (En entrevista con la autora, 2013)

Entre los **factores de tipo externo** que tienen relación con el desempeño profesional la mayoría de los encuestados y entrevistados señalaron a las orientaciones emanadas del Partido, Gobierno y solicitudes de organismos como mediaciones reiteradas en el proceso de producción de noticia.

Sobre ese particular al preguntarle a los periodistas en la encuesta acerca de la prioridad que le conceden los Jefes a las coberturas señalaron: “a las orientaciones del Partido”, “efemérides”, “actos políticos”, “a temas de interés social”, “demandas de la programación”, “temáticas priorizadas en la agenda editorial”, “no siempre a lo más importante”, “temas poco relevantes” y “planes temáticos”. (Ver anexo 12.7)

Yirmara Torres sostiene que los vínculos Prensa- Partido “son cordiales y de respeto mutuo. No obstante a veces existe una co-dependencia, que se manifiesta en el esperar siempre por la orden del Partido para tocar determinado tema. En nuestra cotidianidad se pierde mucho tiempo en coberturas que aportan poco (actos, asambleas y reuniones). Se persiguen fechas y por esto se sobresaturan los temas en determinados momentos del año. Esto sin contar que en ocasiones los funcionarios del Partido, como rectores de esta actividad, no siempre están claros de hasta dónde llega su papel como orientadores. Por su parte muchos directivos de la provincia exigen a los medios coberturas solo teniendo en cuenta sus intereses, sin considerar que el medio es libre de escoger su propia agenda, o sea, a qué da cobertura, cuándo y cómo...” (En entrevista con la autora, 2013)

Mientras que directores de programa sostienen que la principal razón de una cobertura o trabajo periodístico lo determina “la solicitud del Partido, organizaciones y dirigentes de la Revolución. A veces se tienen en cuenta criterios de la población pero no son los que definen. Son las orientaciones del Partido y del Gobierno las que definen el Plan Temático. A veces infieren de algunos estudios de la situación actual provincial. De un año a otro esos planes temáticos son muy parecidos”. (En entrevista con la autora, 2013)

3.4 Ideologías profesionales.

“La profesionalidad, ciertamente, depende de nosotros mismos, pero depende también de un ambiente de libertad editorial y creativa que desate la posibilidad de ser profesionales. El periodismo no es un decálogo de reglas instrumentales para hablar o escribir bien frente a los ojos de la opinión pública. Al menos, no en el siglo XXI. Ser profesionales pasa por disponer de las claves políticas, económicas y culturales para ver el mundo complejamente y luego representarlo con belleza, con

una hondura que fluya de forma natural, como si la complejidad fuera invisible”. (Garcés, 2013)

En valoraciones de entrevistados sobre el ejercicio profesional sobresalen varios elementos. Yosvany Albelo señala que “los periodistas comparten una vocación de servicio, un interés por informar al público acerca de los acontecimientos que le rodean, por lo general, son personas sensibilizadas con los problemas sociales y existe la tendencia a pensar que pueden ser resueltos a través de la prensa, como muchas veces sucede, aunque no lo digan, casi siempre hay cierto espíritu competitivo para ver no solo quién lo dice primero, sino como lo dice”. (En entrevista con la autora)

Para otros, la profesión, significa “un modo de vida, de valorar lo que te circunda y asumirlo en consecuencia. Es ser, más allá de un vocero o un informante, un educador, un regidor de patrones y conductas, que debe actuar en consecuencia. Es también alguien que vive y piensa como el pueblo y se comunica con él gracias a su profesión”. (En entrevista con la autora, 2013)

De los encuestados solo el 33.3% dice haber aprendido la profesión en la academia. Esta cifra muestra la desproporción entre los graduados y los que desde otra profesión asumieron el reto de hacer periodismo. Además añadieron otros criterios: “estudiando y superándose”, “encontrar en el medio a buenos profesionales, no solo experimentados, sino inteligentes, con ganas de enseñar y ofrecer todo su caudal de conocimientos”, “a través de Diplomados, Postgrados, Conferencias” y “años de experiencia”. “El pueblo es una magnífica escuela y las fuentes te obligan a crear mecanismos de protección”. (Ver encuesta12.3)

“Es un camino que toma toda la vida, cuyo motor de arranque podría estar en las universidades y luego se va puliendo con el estilo, con la fuerza de opinión, con la osadía personal, la experimentación, la voluntad de riesgo, y también, por supuesto, con un contexto que permita equivocarse y sacar lecciones, porque el error, entre nosotros, no puede ser motivo de vergüenza”. (Garcés, 2013)

3.4.1 El periodismo en Radio 26.

La calidad del periodismo radial que se hace hoy en Matanzas dista mucho del ideal, incluso ese para el cual se tiene la capacidad técnica instalada, el personal necesario y el que se está realmente en condiciones de realizar. “Para mucha personas es más fácil seguir con la nota rápida, sin más, no hacer investigaciones, no buscarse problemas, seguir complaciendo a las fuentes y no al público. Y repito,

depende de nosotros mismos, la transformación no llegará desde arriba, ni nadie va a introducir fórmulas mágicas”. (En entrevista con la autora, 2013)

En relación con el rol del periodista, en las encuestas realizadas, de los reporteros de Radio 26 un 66.6% coincidió que se debían a mantener informada a la población. Solo la mitad dijo estar en función de creadores de conciencia. Aportaron además otros criterios como: “atemperar la realidad con información correcta”, “educar” y “dar a conocer la realidad para influir en su mejoramiento”. (Ver anexo 12.2)

Para Yirmara Torres, jefa del Departamento Informativo, lo que “predomina es la desmotivación y el facilismo, condicionados por la falta de recursos, los bajos salarios, las malas condiciones de trabajo... La censura por parte de los directivos del departamento o la emisora es poca o nula, y solo se produce en casos en que se viole la ética periodística. Sí existe censura (de información) por parte de los organismos que, como dijo sabiamente José Alejandro Rodríguez, “secuestran la información” a su antojo. Esta es una manera de censura que muchos periodistas toleran y no buscan vías para superarla. Simplemente se acomodan. Esto nos lleva a la autocensura, que más que por el miedo, la indolencia o el hecho de no buscarse problemas, tiene que ver con el facilismo... es más fácil no meterse en temas espinosos”. (En entrevista con la autora, 2013)

Sobre la opinión que de su trabajo tienen los periodistas llama la atención que en ningún caso lo evaluaron de mal y más del 61% considera que es bueno. (Ver anexo 12.1)

El Presidente de la Unión de Periodistas en la provincia por lo escuchado en los informativos radiales, y por la forma de trabajar de algunos de sus compañeros, considera que “podría haber más productos originales, que la belleza de la radio está por explotar todavía aquí, que no se buscan todos los recursos sonoros posibles. Además la desprofesionalización del sector afecta la calidad del producto comunicativo, la diversidad de temas, tratamientos y géneros. Eso se agudiza cuando comprobamos que de diez medios en Matanzas, solo dos están dirigidos por periodistas. Y cuando se examina los Departamentos Informativos es peor, pues en esos cargos se ubican a personas que jamás ejercieron el periodismo ni siquiera de forma empírica”. Además agregó que “se cubre mucho asunto intrascendente, muchas de las coberturas carecen de intencionalidad, y la mayor parte de los periodistas no ofrecen seguimiento a las noticias. El facilismo es la norma en muchos casos”. (En entrevista con la autora, 2013)

3.5 Espacios de socialización

Para los directivos de prensa el proceso de socialización constituye una herramienta indispensable. Esta se realiza de forma inconsciente, sin darse cuenta cuando la ejercen sobre ellos o sobre alguien más. Con la llegada de nuevos profesionales, por medio de contratas, al Departamento Informativo de Radio 26 incrementó el número de periodistas en proceso de adiestramiento, lo que permite constatar la importancia de la socialización.

Los de mayor experiencia, sin darse apenas cuenta, comienzan a enseñar las mañas del oficio a los más jóvenes, procurando que estos aprendan aquello que no encontraron en la academia y que sí conocerán en la práctica. Sin dejar de reconocer que la formación en las universidades es el inicio de un largo e interminable camino de preparación y auto- preparación. Con la apertura de la carrera de Periodismo en la Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos el establecimiento de períodos de prácticas laborales es otro de los espacios dentro del proceso de socialización.

Hay que tener en cuenta la creación de una estrategia para la llegada de los estudiantes al medio, su ubicación, instrucción y tutorío para no correr el riesgo tan solo con la formación universitaria y el ensayo en la praxis. Esto es una dificultad latente que amenaza con degradar el desempeño profesional futuro de los implicados y se pierdan las probabilidades que brinda el incremento en cuanto a recursos humanos.

Por otra parte están los espacios de socialización entre directores y subordinados, Yirmara Torres, como jefa del Informativo habla sobre el tema: “no solo oriento, sino que propongo ideas, reviso materiales, ayudo en la edición. El flujo se produce por diferentes vías: reuniones, correo electrónico, teléfono y de manera interpersonal. El secreto es estar siempre disponible para todos los jefes de grupo, reporteros, redactores, editores Web, a cualquier hora, porque la radio transmite 24 horas los 7 días a la semana. Un jefe de Departamento Informativo de una emisora no tiene horario para trabajar, su horario es siempre”. (En entrevista con la autora, 2013)

Por otra parte agregaron “las reuniones del departamento son un buen momento, pues en ella se pueden debatir trabajos. Aclaro que esto no se hace con mucha frecuencia. Están los talleres, que tampoco son abundantes. Pero lo ideal en la radio es que el trabajo diario sea el mejor espacio de confluencia para elevar la calidad. **¿Cómo?** Cuando el Jefe de Redacción revisa los materiales, cuando el editor Web

hace un trabajo similar en la Página, cuando el Jefe de Información o el propio Jefe del Departamento escuchan las grabaciones para conformar los diferentes espacios. No hay que esperar a los talleres para señalar o corregir errores que se pueden solucionar en la rutina diaria. Una buena redacción de radio debía ser, ante todo, una excelente escuela”. (En entrevista con la autora, 2013)

La evaluación y estimulación del periodista es otro paso en el proceso de socialización. “El trabajo del periodista se evalúa primero diariamente, en la revisión que se hace para aprobar los materiales que saldrán publicados. Esta evaluación directa y permanente forma parte de la rutina productiva. Semanalmente se seleccionan los mejores trabajos y de ellos, se hace una selección, que al final del mes son estimulados pública y salarialmente. Está estipulado que se haga una evaluación trimestral, pero esto casi nunca se cumple. La que sí se hace siempre es la evaluación anual, que resulta inoperante si no se ha dado un seguimiento durante todo el año No están concebidas (al menos por la administración) otras vías de estimulación”. (En entrevista con la autora, 2013)

Conclusiones parciales

El análisis de los resultados demostró que las rutinas productivas, ideologías profesionales y gestión de dirección forman parte de un mismo proceso. Pero la dirección influye en la forma en que se realiza esa labor y, por consiguiente, en las ideologías compartidas por los periodistas en su trabajo. Sin obviar que la influencia de las condiciones económicas, políticas y sociales determinan el trabajo del Departamento Informativo de Radio 26.

CONCLUSIONES:

La presente investigación demostró la validez de la premisa planteada de que la dirección ejercida en el Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas determina las rutinas productivas e ideologías profesionales de los periodistas que en él laboran durante el proceso de producción de noticia.

Estas tres categorías se imbrican en el proceso de producción de noticias de su principal espacio informativo, el Noticiero Provincial de Radio.

La gestión de dirección en el proceso de producción de noticia en el Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas presenta deficiencias en el orden organizativo, de planificación, control, exigencia y completamiento de sus cargos. Sin obviar la preparación y formación profesional de quienes ocupan cargos de dirección que no se corresponden con las necesidades y aspiraciones de los subordinados. El modelo de gestión que predomina es la Dirección por Objetivos.

En las rutinas productivas del Departamento Informativo de Radio 26 en Matanzas se identifican tres fases reales: planificación (orientaciones del PCC, plan de trabajo, reunión con los periodistas, teniendo en cuenta la política editorial); realización de la cobertura (contacto con la fuente) y edición y publicación del trabajo (redacción, realización y emisión en los espacios informativos). Estas se caracterizan por la falta de organización, escaso nivel de realización de los géneros periodísticos imprescindibles en un informativo y el insuficiente seguimiento a los temas.

Esas rutinas están influenciadas por factores internos (recursos humanos con lagunas en su formación profesional; recursos materiales como el transporte para realizar coberturas, escasez de medios de trabajo, deterioro tecnológico y la distribución del espacio físico en el Departamento) y externos (deficiente interpretación de las orientaciones del Partido, la no atención sistemática del ICRT y el Consejo de la Administración a las dificultades del medio y el plan de acciones para corregirlas).

Los espacios de socialización no son aprovechados suficientemente para el intercambio profesional. Los periodistas del Departamento Informativo comparten ideologías profesionales que se reproducen en esos espacios. Entre los elementos que las conforman se encuentran: su vocación de servicio, informar a la población, hacer un mejor periodismo, lograr mayor reconocimiento social y material; así como continuar la superación profesional.

RECOMENDACIONES:

Que la dirección de la emisora logre el completamiento de los cuadros en el Departamento Informativo, con la preparación profesional y capacidad de liderazgo que permita la organización eficiente de las rutinas productivas, mayor participación de los periodistas en la política editorial, planificación, control y revisión de los trabajos periodísticos antes de su salida al aire; así como poner en práctica un modelo de gestión que tome en cuenta las posibilidades que brinda la dirección por valores.

Que la dirección y la UPEC en la emisora contribuyan al cambio deseado en la percepción que los periodistas tienen de su profesión, lograr una correcta aplicación de la política de estimulación salarial, propiciar espacios de socialización, superación y convertir la reunión semanal en talleres que incluyan la evaluación del trabajo y su reconocimiento.

Que la UPEC en la provincia de conjunto con la Universidad de Matanzas propicien la creación de cursos sobre dirección en los medios, tanto para quienes ocupan esas responsabilidades como para quienes puedan ocuparlas en el futuro; así como incentivar que en el plan de estudio de la carrera se materialice la impartición de la asignatura Gestión de dirección en instituciones mediáticas.

Que los resultados de esta Tesis sirvan de material de consulta a los estudiantes de la carrera, profesores de la asignatura Periodismo Radiofónico y Gestión de Dirección; para el cambio deseado en la manera de hacer y pensar el periodismo en Radio 26 y la dirección los socialice en el seno del Departamento Informativo como pautas científicas para la práctica profesional.

BIBLIOGRAFIA

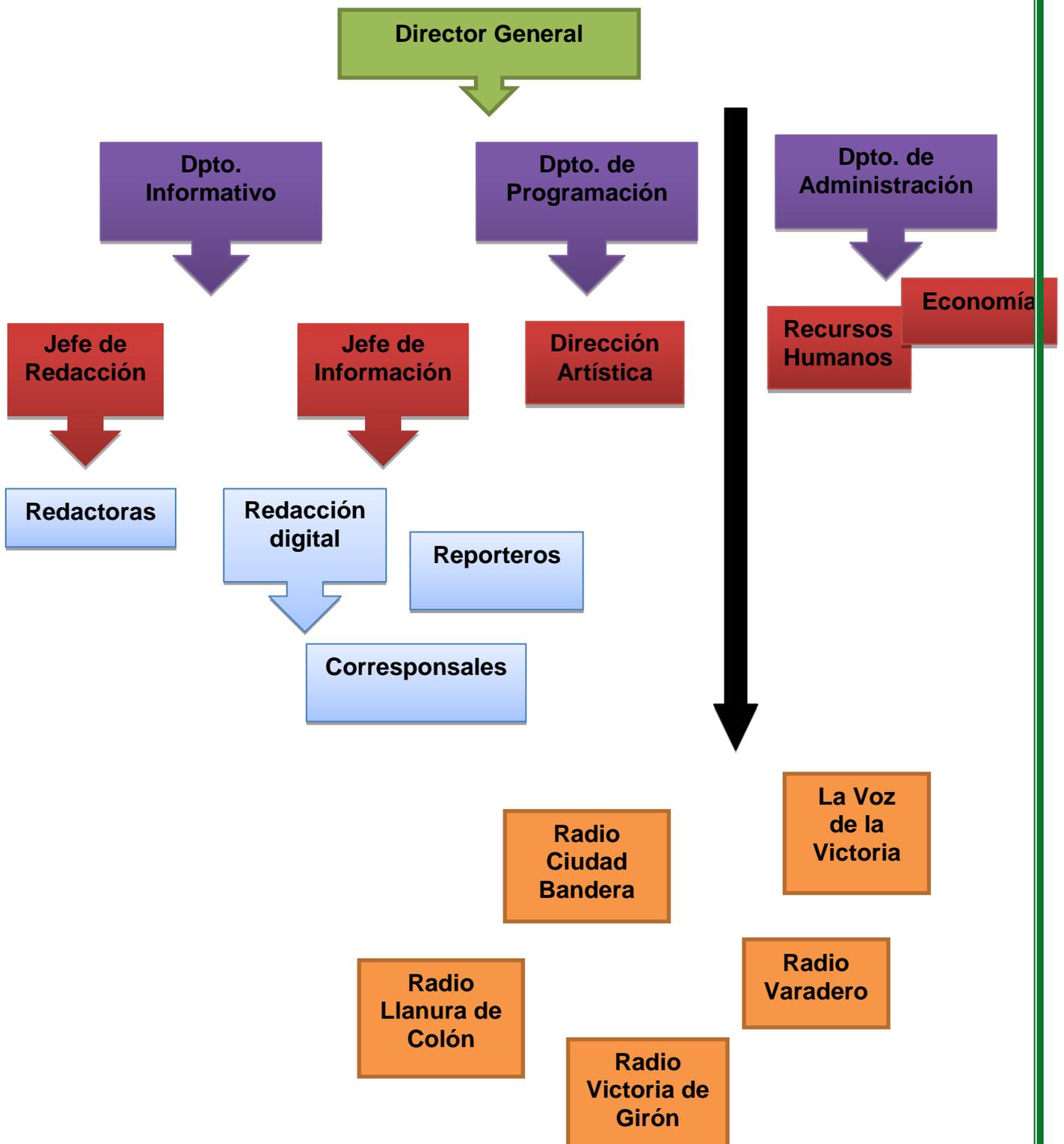
- Amaya, Janny. La comunicación en Cuba (1921-1925). Una aproximación al Sistema de Comunicación Institucional. La Habana : Tesis de Licenciatura, Facultad de Comunicación, 2003.
- Alonso, María Margarita e Hilda Saladrigas. Para investigar en Comunicación Social. Guía Didáctica. La Habana : Editorial Pablo de la Torriente, 2002.
- Alsina, M. La producción de la noticia. Barcelona : Ed. Paidós, 1989.
- Ávila Acosta, R.B. Guía para elaborar la Tesis. Lima : Estudios y Ediciones R.A., 2001.
- BACA, C. 2011. Libros Básicos en la Historia del Campo Iberoamericano de Estudios en Comunicación: De los medios a las mediaciones... Revista Razón y Palabra [en línea]no.75[citado 17 de mayo de 2013]Disponible en Internet:
- Benítez, J.A. La noticia integral. La Habana : Editorial Pablo de la Torriente, 1989.
- Berger, P.; LUCKMAN, T. La construcción social de la realidad. Buenos Aires : FCE, 1968.
- Bianchi Ross, C. Un hombre en la noticia. La Habana : Editorial Pablo de la Torriente, 1989.
- Balcells I Junyent, Joseph. La investigación social : introducción a los métodos y técnicas. Primera edición electrónica, 2000. Consultado en versión digital.
- Cabrera, L.R. Anatomía del reportaje. Santiago de Cuba : Editorial Oriente, 1982.
- Calzadilla, I. La Nota. La Habana : Editorial Pablo de la Torriente, 2005.
- Carpentier, A. El periodista: Un cronista de su tiempo. La Habana : Editorial Pablo de la Torriente, 1989.
- Díaz-Canel Bermúdez, Miguel. Discurso de clausura del IX Congreso de la UPEC, en el Palacio de las Convenciones, 14 de julio de 2013.

- Eco, Umberto: Cómo se hace una Tesis. Barcelona : Editorial Gedisa, 1997.
- Garcés, Raúl. Siete tesis sobre la prensa cubana. La Habana : Ponencia introductoria al debate del Congreso de la UPEC, 13 de julio de 2013.
- Garcés Corra, Raúl. Los dueños del Aire: Un acercamiento comunicológico a la radio cubana de finales de los años cuarenta. La Habana : Tesis de Maestría, Septiembre de 2002.
- García García, Manuel Apuntes para la historia de la radio en Matanzas: Radio 26. Matanzas : Monografía, 1977.
- García Luis, Julio. Revolución, Socialismo, Periodismo La Prensa y los Periodistas cubanos ante el siglo XXI. La Habana : Editorial Pablo de la Torriente, 2013.
- Jiménez de La Cal, Arnaldo. Matanzas: La Atenas Heroica. Matanzas : Ediciones Matanzas, 1999.
- Hernandez Sampieri, Robert.: Metodología de la investigación, México D. F : Mac Graw-Hill, 1991.
- Hudec, Vladimir. El periodismo: esencia, funciones sociales, desarrollo. Santiago de Cuba : Editorial Oriente, 1988.
- Mattelart, Armand. La Comunicación Mundo. Historia de las ideas y de las estrategias, Siglo XXI. México : Editores S. A., 1996.
- Martín Serrano, M. La producción social de comunicación. Madrid : Alianza Editorial, 1993.
- Martín Vivaldi, G. Curso de redacción: Teoría práctica de la composición y del estilo. La Habana : Editorial Pablo de la Torriente, 2008.
- Martín, J. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona : Ediciones Gili S.A. de C.V., 1987.
- Mc. Leigh, Robert. Técnicas de creación y realización de radio. La Habana : Ed. Pablo de la Torriente Brau, Colección Ciencia y Técnica, 1989.

- Muñoz, José Javier. La radio. Teoría y práctica. La Habana : Editorial Pablo de la Torriente Brau, Colección Ciencia y Técnica, 1989.
- Lopez Vigil, José Ignacio. Manual Urgente para radialistas apasionados. La Habana : Editorial Pablo de la Torriente Brau, Colección Temas de Periodismo.
- Le Riverend, Julio. La República. Dependencia y Revolución. La Habana : Editora Universitaria, 1966.
- López, Oscar Luis. La radio en Cuba. Ciudad de la Habana. Editorial Letras Cubanas, 1981.
- Piñuel Raigada, José Luis. Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. Consultado en versión digital.
- Rancés, Atilano. Diccionario ilustrado de la lengua española. Barcelona : Editorial Ramón Sopena S.A., 1968.
- Revista Enfoque, edición extraordinaria. Memorias del IX Congreso. Publicación editada por la Unión de Periodistas de Cuba, agosto 2013.
- Rodríguez, Gregorio y otros. Metodología de la investigación cualitativa. Edición digital, 1995. Consultado en versión digital.
- Schudson, Michael: Enfoques históricos a los estudios de comunicación. En: Jensen K.B. y N.W. Jankowski: Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas, Barcelona : Bosch Casa Editorial S.A., 1993.
- Timoteo Alvarez, Jesús Historia y Modelos de la Comunicación en el Siglo XX. La Habana : Editorial Pablo de la Torriente, s.f.
- Thompson, John B. La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología. México : En Revista Versión, Estudios de Comunicación y Política, No 1, Universidad Autónoma Metropolitana- Unidad Xochimelco, octubre de 1991.

- Vázquez Montalbán, Manuel. Historia y comunicación social. Cuba : Ed. Pablo de la Torriente, 2005.
- Wolf, M. La investigación de la comunicación de masas. La Habana : Editorial Pablo de la Torriente Brau, 1989.

ANEXO 1
Organigrama de Radio 26



ANEXO 2

Guía temática de la observación no participante en el Departamento Informativo de Radio 26

❖ Factores organizativos y estructurales:

- Distribución de los periodistas
 - ✓ Por temas
 - ✓ Por organismos
- Condiciones técnico- materiales y humanas de trabajo
 - ✓ Computadoras disponibles
 - ✓ Acceso a Internet
 - ✓ Existencia de un centro de documentación
- Proceso de selección según los criterios de valores noticia
 - ✓ Acceso y variabilidad de las fuentes
 - ✓ Reuniones que se realizan
 - ✓ Criterios de selección por temas propuestos
 - ✓ Selección por coberturas asignadas
 - ✓ Orientaciones del Partido
 - ✓ Grado de influencia del público

❖ Formas de socialización:

- Relación Jefe del Informativo – periodistas
 - ✓ Participación de profesionales en las reuniones del Informativo
 - ✓ Estrategia directivas del medio y participación de los periodistas en la elaboración de la misma
 - ✓ Evaluar los flujos de comunicación
 - ✓ Grado de discusión e interacción que prevalece en las reuniones
 - ✓ Orientación y discusión de coberturas
 - ✓ Propuesta de coberturas por el periodista
 - ✓ Apertura o censura de los directivos
 - ✓ Aprobación de nuevos enfoques
 - ✓ Revisión del material elaborado
 - ✓ Críticas y sugerencias del Jefe del Informativo
 - ✓ Evaluación de los periodistas
 - ✓ Estimulación a los destacados (tanto humana como material)

- Relación entre periodistas en el Informativo
 - ✓ Espacios de intercambio sobre aspectos profesionales
 - ✓ Tiempo de permanencia en la emisora
 - ✓ Discusiones informales de naturaleza profesional
 - ✓ Participación en el proceso de conformación del Noticiero
 - ✓ Utilización de los valores noticia
 - ✓ Géneros que escogen para la conformación del NPR
 - ✓ Grado de consulta sobre enfoque y otros elementos, entre los periodistas
- Relación realizador- periodistas
 - ✓ Realización del trabajo
 - ✓ Enfoques predeterminados
 - ✓ Interés del tema
 - ✓ Grado de interactividad
 - ✓ Respeto al proyecto del periodista
 - ✓ Competencia de los profesionales
 - ✓ Situación con los recursos técnico- materiales
 - ✓ Inadecuadas orientaciones de los directivos
 - ✓ Aceptación del resultado final
- ❖ Factores profesionales:
 - Competencias profesionales de los periodistas
 - ✓ Grado de conocimiento de la técnica periodística
 - ✓ Intrusismo profesional
 - Rutinas productivas
 - ✓ Lógicas de selección de temas
 - ✓ Discriminación de acontecimientos respondiendo a la agenda temática del Noticiero
 - ✓ Costumbres y hábitos de los periodistas para construir sus noticias
 - Ideologías profesionales
 - ✓ Rasgos que conforman el ideal de periodismo para los reporteros
 - ✓ El concepto de noticia que ellos proponen
 - ✓ Preparación previa para la realización de una cobertura
 - ✓ Motivación tanto material como espiritual para la realización de su trabajo
 - ✓ Grado de reconocimiento social

- ✓ Entusiasmo con que asumen, no solo trabajos que se proponen, también las coberturas asignadas
- ✓ Grado de incidencia en las decisiones colectivas
- ✓ La objetividad periodística de los profesionales en el Informativo
- ✓ Estereotipos de censura y autocensura
- ✓ Sus miradas sobre ética y profesionalidad periodísticas
- Competencias profesionales de los directivos
 - ✓ Criterios de selección de los directivos en Radio 26
 - ✓ Grado de conocimiento del compromiso social al que se enfrentan
 - ✓ Compromiso con la profesión
 - ✓ Compromiso con el Partido
 - ✓ Disponibilidad y acceso a cursos de preparación en gestión de dirección

ANEXO 3

Guía de análisis de contenido del Noticiero Provincial de Radio 26

1- Temas

- Políticos
- Económicos
- Turismo
- Transporte
- Agricultura
- Educación
- Salud
- Deporte
- Cultura
- Ciencia , Tecnología
y medio ambiente
- MINFAR
- MININT
- Notas de interés humano
- Religión
- Ganadería
- Construcción
- Sociedad
- Desastres naturales
- Internacionales

2- Géneros

- Información
- Reportaje
- Comentario
- Crónica
- Entrevista

3- Uso del tiempo televisivo

- Menos de 1 min.
- Entre 1 min. y 1: 29 min
- Entre 1: 30 min. y 2: 59 min.
- Más de 2:00 min

4- Selección de titulares

- Por tema
- Por impacto noticioso
- Por actualidad

5- Territorios representados

ANEXO 4

Encuesta para periodistas del Departamento Informativo de Radio 26

Como parte de las investigaciones del Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciado en Periodismo **El parto de la noticia... Un estudio sobre la influencia de la gestión de dirección en el Departamento Informativo de Radio 26 de Matanzas en las rutinas productivas y las ideologías de sus profesionales**, el Departamento de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos realiza la siguiente encuesta.

Su objetivo fundamental es profundizar en las opiniones de los periodistas acerca de su propio desempeño y el de la institución donde laboran. Solicitamos la mayor sinceridad y aclaramos que es de carácter totalmente anónimo. Muchas gracias.

Fecha:

1- Tu desempeño como profesional lo calificas de:

----- Bueno ----- Regular ----- Malo

1.1-¿Por qué?

2- Marque con una (x), ¿cuál es el rol del periodista como profesional?:

----- Informar

----- Criticar

----- Crear conciencia

----- Otro ¿cuál?-----

3- Marque con una (x) aquellas opciones que considere acertadas. El periodismo lo aprendiste en:

---- la universidad

---- la práctica

---- otros profesionales me enseñaron

---- viendo lo que mis compañeros hacían

---- mis jefes me adiestraron

-----Otros, ¿Cuáles?-----

4- Cuando realizas un trabajo es porque:

	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
Te interesa el tema				
Tienen gran relevancia				
Tus jefes te lo orientan				

5- De los valores noticia más utilizados a la hora de realizar la cobertura, mencione 3:

-
-
-

6- Clasifica los siguientes elementos del 1 al 5 (siendo el 5 el valor máximo), según el grado en que afectan tu trabajo como periodista:

_____insuficiente auto preparación

_____ malas relaciones con las fuentes

_____ censura

_____ autocensura

_____malas relaciones con los realizadores o editores de sonido

_____imposición de los temas a desarrollar

_____deficientes condiciones técnicas

_____deficiente planificación

7- Completa de forma lineal y directa las siguientes frases:

a) El trabajo del reportero en el Departamento Informativo de Radio 26 es:

b) El trabajo del redactor de la página web de Radio 26 es:

c) El trabajo con los realizadores de sonido es:

d) Quienes me dirigen en el medio le dan prioridad a:

e) La organización del trabajo en el Departamento es:

f) A las fuentes les interesa:

9- ¿Existe un sistema de organización del trabajo en el Departamento?

___ Sí ___ No

De ser afirmativa su respuesta, descríballo brevemente:

10- ¿Cómo valora la gestión de la dirección que sobre usted ejercen?

___ Muy buena ___ Buena ___ Regular ___ Mala ___ Muy mala

10.1- ¿Por qué?

11 - Si tuviera el poder de decisión, ¿qué cambiaría en las rutinas de trabajo del Departamento Informativo de la emisora Radio 26?:

12- ¿Cuáles son sus principales aspiraciones cómo periodista? Mencione más de 3.

-
-
-
-

ANEXO 5

Guía temática para entrevista en profundidad a expertos de la radio

- Características del periodismo radial
- Sociología de la producción de noticias
- Las rutinas productivas
- Los valores noticia
- Géneros utilizados en los Noticieros radiales
- Rasgos formales y de contenido de los noticieros radiales
- Valor de la fuente de información
- Relación director-periodista
- Desprofesionalización del sector
- La política editorial
- Vías de retroalimentación que fomentan la calidad del trabajo periodístico
- Características de la dirección en Cuba
- Cualidades de un directivo
- Errores más frecuentes de los directivos
- Mecanismos para la selección de cuadros en la radio
- Dirección por valores u objetivos

ANEXO 6

Guía de entrevista semi - estructurada a profesionales de experiencia en el trabajo informativo de la radio

- 1- ¿Podría describir los momentos por los que transita la noticia desde que se concibe hasta que se publica?
- 2- ¿Cuáles son las características de un hecho para transformarse en noticia? ¿Se aplican siempre en los noticieros? ¿Por qué?
- 3- En el proceso de construcción de la noticia, ¿qué mediaciones inciden?
- 4- ¿Qué rutinas productivas sigue el proceso de construcción de noticias en un noticiero radial?
- 5- ¿Qué géneros considera no deben faltar en un noticiero de radio?
- 6- ¿Qué valor le concede a las fuentes de información?
- 7- ¿Cuáles son los rasgos formales y de contenido que distinguen a un noticiero radial?
- 8- ¿Qué importancia le otorga a la relación director-periodista en el proceso de construcción de noticias?
- 9- ¿Cómo influye la desprofesionalización del sector en la calidad de los noticieros radiales?
- 10- ¿Qué no dejaría de hacer como Jefe de periodistas y director de noticiero radial?
- 11- ¿Qué importancia le concede a la participación de los periodistas en la política editorial?
- 12- ¿Cuáles vías de retroalimentación contribuyen a las mejoras continuas de los noticieros radiales?
- 13- ¿Qué cualidades y competencias profesionales debe poseer un directivo de la radio?
- 14- ¿Qué importancia le concede a la formación y superación de los cuadros en la radio?
- 15- Desde la experiencia de reportero; ¿qué rutinas son inviolables en un Departamento Informativo?
- 16- ¿Qué importancia le concede al clima organizacional en las redacciones periodísticas?
- 17- A su juicio, ¿qué ideologías profesionales comparten los periodistas de la radio?

- 18- Sobre la eficacia informativa, ¿considera que las relaciones con las fuentes determinan en alguna medida el tipo de periodismo que hoy se hace en la provincia?
- 19- En su opinión, ¿qué competencias profesionales deben poseer los directivos de los medios de prensa?
- 20- La desprofesionalización del sector y la improvisación en la selección de los cuadros de la prensa gravitan en la situación actual del periodismo, ¿cuál es su valoración del asunto?
- 21- La radio es inmediatez, originalidad, vínculo directo con las audiencias y mucha noticia... ¿qué opinión le merece los informativos radiales?
- 22- ¿Considera que el principal espacio informativo de la provincia, el Noticiero Provincial de Radio, refleja la realidad que vive el territorio?
- 23- ¿Del periodismo radial matancero, ¿qué virtudes y desaciertos pudiera señalar?

ANEXO 7

Guía de entrevista semi-estructurada para directivos del Departamento Informativo de Radio 26

- 1- ¿Cuándo y cómo llega usted a Radio 26?
- 2- ¿Cuál es la política editorial de la emisora para el proceso de producción de noticias en el Departamento Informativo, específicamente en el Noticiero Provincial de Radio?
- 3- ¿Qué mecanismos se establecen para lograr que el periodista conozca y responda a la política editorial?
- 4- ¿Cuáles son los criterios de selección para elevar un hecho como noticia?
- 5- ¿En qué elementos se basa para determinar a qué se le dará o no cobertura informativa?
- 6- ¿Qué predomina: censura o autocensura?
- 7- ¿Qué temas resultan privilegiados?
- 8- ¿Cómo es la relación entre la dirección del periódico y el PCC?
- 9- ¿Cómo describe usted los consejos de dirección del Departamento Informativo?
- 10- ¿Cómo caracteriza el flujo de comunicación entre periodistas y reporteros y usted como directivo en el Departamento Informativo?
- 11- ¿Qué espacios de confluencia tienen periodistas y directivos para elevar la calidad en el proceso de construcción de la noticia?
- 12- En el caso de editores y realizadores, ¿cómo es el trabajo?
- 13- En la construcción del noticiero, ¿el público tiene alguna participación?
- 14- ¿Qué importancia le atribuye al reconocimiento social de sus profesionales y la relación con los radioyentes?
- 15- ¿Qué dificultades usted identifica en el trabajo de los periodistas del medio?
- 16- ¿Qué cualidades debe tener un buen periodista?

- 17- ¿Cómo se evalúa el trabajo del periodista? ¿Vías de estimulación?
- 18- ¿Qué considera más importante en un periodista la formación universitaria o la experiencia práctica?
- 19- ¿Considera a la especialización periodística como una opción viable?
- 20- ¿Es el periodismo un oficio o una profesión?
- 21- ¿Por qué medios se prepara hoy a los directivos de medios de prensa?
- 22- ¿Cómo valora las condiciones técnico – materiales y humanas que presenta el medio para asumir el proceso de producción de noticias?
- 23- ¿Qué debería cambiarse para lograr mejores resultados?

ANEXO 8

Guía de entrevista semi – estructurada para directores de Programas de la emisora Radio 26

- 1- ¿Cuándo y cómo llega usted a Radio 26?
- 2- ¿Cuál es la política editorial de la emisora en el proceso de producción de noticias?
- 3- ¿Qué mecanismos se establecen para lograr que el periodista conozca y responda a la política editorial?
- 4- ¿Cómo valora los consejillos para la implementación de la política editorial?
- 5- ¿Qué competencias cree que deberían tener los directivos de medios de prensa?
- 6- ¿Cuáles son los factores que influyen en la gestión de dirección de la emisora?
- 7- ¿Qué importancia le atribuye a la relación periodistas- directivos?
- 8- ¿Qué estrategia directiva propone para una mayor calidad en los programas radiales?
- 9- ¿Cómo seleccionan los trabajos que salen al aire en los programas?
- 10- ¿Existen agentes externos que influyen en la programación o conformación temática de estos?
- 11- ¿Cómo definen los objetivos y prioridad en la emisora?
- 12- ¿Algún sistema para organizar el trabajo?
- 13- Existencia de vías o mecanismos de retroalimentación. Comente.
- 14- ¿Cómo caracteriza el flujo de comunicación entre periodistas, reporteros y corresponsales y usted como director?
- 15- ¿Cómo califica el trabajo de los periodistas?
- 16- ¿Y el de los realizadores o editores?
- 17- ¿Cómo valora las condiciones técnico- materiales en el proceso de construcción y producción de la noticia?
- 18- ¿Qué factores influyen en las ideologías profesionales de los periodistas?
- 19- ¿Qué cambios se hace necesario introducir para mejorar el trabajo?

ANEXO 9

Guía de entrevista semi- estandarizada a locutores de Radio 26

Nombre y apellidos:

Fecha:

Lugar:

Formación profesional:

- 1- ¿Cuándo y cómo llega usted a la emisora Radio 26?
- 2- ¿Cómo está compuesto el equipo de locución del Departamento Informativo?
- 3- ¿Cuáles son los objetivos específicos del Noticiero Provincial de Radio?
- 4- Describe una jornada de trabajo en el Noticiero.
- 5- ¿Cómo funciona la política editorial de la emisora en ese momento?
- 6- Alguna experiencia en el Noticiero que quiera compartir.
- 7- ¿Cómo es el trabajo de los periodistas?
- 8- ¿Cuáles son los elementos, que usted considera, influyen en el resultado y calidad de los trabajos periodísticos publicados?
- 9- Describe la relación entre periodistas y locutores.
- 10- ¿Se ha sentido alguna vez censurado en el plano creativo de su trabajo? ¿Por qué?
- 11- ¿Cómo califica su preparación profesional y personal para enfrentarse a un espacio tan importante?
- 12- ¿Cuáles son las principales vías o mecanismos de retroalimentación?
- 13- ¿Siente presión por las orientaciones de los directivos del Departamento Informativo?
- 14- ¿Cómo calificas la labor del Departamento Informativo?
- 15- ¿Lo directivos se preocupan por el estado técnico- material para el buen desenlace de su trabajo?
- 16- ¿Cómo evalúan su labor?
- 17- ¿Estimulación material y humana?
- 18- ¿Cómo valoras la gestión de dirección que sobre ti se ejerce? ¿Por qué?
- 19- ¿Siempre queda satisfecho con el resultado de su trabajo? ¿Y los periodistas?
- 20- Logros, insatisfacciones y sueños por concretar...

ANEXO 10

Guía de entrevista semi- estandarizada a realizadores de sonido de Radio 26

- 1- ¿Cuándo y cómo llega usted a la emisora Radio 26?
- 2- ¿Cuáles son los objetivos trazados por el Departamento Informativo, en específico los del Noticiero Provincial de Radio?
- 3- Describe una jornada de trabajo para el Noticiero.
- 4- ¿Conoces la política editorial de la emisora en el proceso de producción de noticias?
- 5- ¿Cuáles son los elementos, que usted considera, influyen en el resultado y calidad de los trabajos periodísticos publicados?
- 6- ¿Cómo son las relaciones entre periodista y realizadores?
- 7- ¿Se ha sentido alguna vez censurado en el plano creativo de su trabajo? ¿Por qué?
- 8- ¿Alguna vez le ha tocado realizar un trabajo del cual no tiene experiencia o no le genera interés?
- 9- ¿Cómo califica el trabajo de los periodistas?
- 10- ¿Siente presión por las orientaciones de los directivos?
- 11-¿Cómo calificas la labor del Departamento Informativo?
- 12- ¿Lo directivos se preocupan por el estado técnico- material para el trabajo de los realizadores?
- 13-¿Cómo es el sistema de evaluación trazado por los directivos para el trabajo de los realizadores?
- 14-¿Estimulación material y humana?
- 15- ¿Cómo valoras la gestión de dirección que sobre ti se ejerce? ¿Por qué?
- 16- Si tuvieras el poder de decisión, ¿qué cambiarías en el trabajo del Departamento Informativo?
- 17-¿Siempre queda satisfecho con el resultado de su trabajo? ¿Y los periodistas?

ANEXO 11

Resultado del análisis de contenido del Noticiero Provincial de Radio 26

1-	Totales
Noticiarios	78
Trabajos Publicados	2097

2- Temas	#	%
Políticos	280	13.35
Económicos	307	14.63
Turismo	67	3.19
Transporte	52	2.47
Agricultura	194	9.25
Educación	147	7.01
Salud	123	5.86
Deporte	224	10.68
Cultura	265	12.63
Ciencia , Tecnología y medio ambiente	53	2.52
MINFAR	13	0.61
MININT	7	0.33
Notas de interés humano	15	0.71
Religión	-	0.00
Ganadería	5	0.23
Construcción	9	0.42
Sociedad	86	4.10
Desastres naturales	13	0.61
Internacionales	237	11.30

3 Géneros	#	%
Información	1376	65.61
Reportaje	389	18.55
Comentario	86	4.10
Crónica	49	2.33
Entrevista	197	9.39

4 Uso del tiempo radial	#	%
Menos de 1 min.	122	5.81
Entre 1 min. y 1: 29 min	589	28.08
Entre 1: 30 min. y 1: 59 min.	866	41.29
Más de 2:00 min	520	24.79

5 Selección de titulares	#	%
Por tema	57	73.07
Por impacto noticioso	6	7.69
Por actualidad	11	14.10

6 Municipios representados	#	%
Matanzas	1453	69.28
Cárdenas	65	3.09
Martí	10	0.47
Unión de Reyes	33	1.57
Jovellanos	9	0.42
P. Betancourt	19	0.9
Colón	25	1.19
Perico	11	0.52
Calimete	9	0.42
Jagüey Grande	22	1.04
Los Arabos	7	0.33
Ciénaga de Zapata	4	0.19
Limonar	8	0.38
De carácter provincial	422	20.12

ANEXO 12

Resultados de la encuesta aplicada a periodistas del Departamento Informativo de Radio 26

1- Desempeño profesional		
	#	%
Bueno	11	61.11
Regular	6	33.33
Malo	–	0
Sin opinión	1	5.55

1.1- Valoraciones	
Bueno	<ul style="list-style-type: none">▪ Porque trato de hacerlo lo mejor que puedo▪ Porque me respeto como profesional de la prensa y asumo todas las fases de la rutina del reportero▪ Procuo que mi trabajo responda a los planes y propósitos de la emisora▪ Porque cumplo el plan con la calidad requerida▪ Intento trabajar con inmediatez e informar a los radioyentes sobre el acontecer del territorio o sectores asignados▪ Sigo la política informativa de la emisora y obtengo reconocimiento social▪ Trato de cumplir con lo que está estipulado y hacerlo de la mejor forma posible
Regular	<ul style="list-style-type: none">▪ Porque a veces no dispongo del tiempo suficiente▪ Aunque trato la realidad de vida del territorio, la provincia y el país▪ Con los medios que poseo, trabajo lo mejor posible▪ Porque me falta experiencia y madurez en la práctica▪ Carezco de la tecnología idónea para realizar mi trabajo eficazmente▪ Porque no siempre se logra lo que se desea
Sin opinión	<ul style="list-style-type: none">▪ No sé, nadie me ha evaluado

2- Rol del periodista

	#	%
Informar	12	66.66
Criticar	3	16.66
Crear conciencia	6	33.33
Otro, ¿Cuál?	5	27.77

- Educar
- No puedo limitarme a uno solo, se debe hallar la manera de usarlos en mayor o menor medida, según el fin deseado
- Dar a conocer la realidad para influir en su mejoramiento
- Atemperar la realidad con información correcta
- Nuestra función no se encierra solamente en uno de esos roles, abarca estos y muchos más

3- Aprendizaje del Periodismo radial

	#	%
Universidad	6	33.33
Práctica	15	83.33
Me enseñaron otros profesionales	10	55.55
Observando a otros	3	16.66
Adiestramiento por los jefes	–	0
Otro, ¿Cuál?	6	33.33

- Estudiando y superándome
- Es de vital importancia que a la llegada a un medio encontremos a buenos profesionales, no solo experimentados, sino inteligentes, con ganas de enseñar y ofrecer todo su caudal de conocimientos
- Diplomados
- Postgrados, conferencias y más de 20 años de experiencia
- El pueblo es una magnífica escuela y las fuentes te obligan a crear mecanismos de protección

4- Razones por las que realiza un trabajo:

4.1- Interés por el tema		
	#	%
Siempre	7	38.88
Casi siempre	4	22.22
A veces	6	33.33
Nunca	1	5.55

4.3 Relevancia del trabajo		
	#	%
Siempre	2	11.11
Casi siempre	4	22.22
A veces	11	61.11
Nunca	1	5.55

4.2- Orientación de los Jefes		
	#	%
Siempre	10	55.55
Casi siempre	3	16.66
A veces	5	27.77
Nunca	—	0

5- Valores noticia que tienen en cuenta		
	#	%
Actualidad	8	44.44
Veracidad	6	33.33
Novedad	5	27.77
Inmediatez	7	38.88
Interés humano	4	22.22
Relevancia	8	44.44
Repercusión social	6	33.33
Interés	3	16.66
Personas implicadas	2	11.11
Originalidad	3	16.66
Jerarquía de los implicados	2	11.11

6- Elementos que afectan el trabajo de los reporteros (5 valor máximo)

6.1- Insuficiente auto- preparación		
	#	%
1	7	38.88
2	4	22.22
3	4	22.22
4	1	5.55
5	2	11.11

6.2- Malas relaciones con la fuente		
	#	%
1	9	50.00
2	1	5.55
3	5	27.77
4	2	11.11
5	1	5.55

6.3- Censura		
	#	%
1	2	11.11
2	4	22.22
3	6	33.33
4	5	27.77
5	1	5.55

6.4- Auto- censura		
	#	%
1	3	16.66
2	11	61.11
3	4	22.22
4	—	0
5	—	0

6.5- Malas relaciones con realizadores		
	#	%
1	10	55.55
2	5	27.77
3	—	0
4	2	11.11
5	1	5.55

6.6- Imposición de temas		
	#	%
1	4	22.22
2	2	11.11
3	3	16.66
4	5	27.77
5	4	22.22

6.7- Condiciones técnicas		
	#	%
1	—	0
2	1	5.55
3	4	22.22
4	7	38.88
5	6	33.33

6.8- Deficiente planificación		
	#	%
1	2	11.11
2	9	50.00
3	3	16.66
4	3	16.66
5	1	5.55

7- Valoraciones

El trabajo del reportero del Departamento Informativo de Radio 26 es...	<ul style="list-style-type: none">▪ Sacrificado▪ Aburrido▪ Agradable y complejo▪ Lo más cordial▪ Suficiente▪ Bueno, dentro de lo posible▪ Intenso y continuo▪ Engorroso, sin atención ni transporte▪ Inmenso▪ Regular▪ Constante▪ Muy difícil▪ Útil▪ Agotador▪ Una realidad lamentable▪ Sacrificio y amor al mismo tiempo▪ Bueno, pese a las difíciles condiciones de trabajo
El trabajo del redactor de la página web de Radio 26 es...	<ul style="list-style-type: none">▪ Bueno, a pesar de las dificultades de la página de la emisora▪ Persistente▪ Muy viable como resultado de la ayuda que reciben del resto▪ Relativamente fácil▪ No lo conozco▪ Estratégico▪ Preciso▪ Interesante▪ Regular▪ Normal▪ Difícil por las condiciones técnicas▪ Diverso

<p>El trabajo con los realizadores de sonido es...</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aceptable ▪ Fácil, yo lo hago ▪ Soportable ▪ Malo ▪ Bueno ▪ Ninguno, no hay ▪ Normal, pudiera ser mejor ▪ Paciente ▪ Muy bueno ▪ Muy por debajo de lo que se necesita ▪ Coordinación y comprensión ▪ Regular, a veces existen incomprensiones y no reconocen el esfuerzo del reportero ▪ Inoperante
<p>Quienes me dirigen en el medio le dan prioridad a...</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A las orientaciones del PCC ▪ Efemérides ▪ Actos políticos ▪ Todos los temas tienen su importancia ▪ A temas de interés social ▪ Programación ▪ A temáticas priorizadas en la agenda editorial ▪ Los que están estrictamente en la emisora ▪ El noticiero del día ▪ No siempre a las cosas más importantes ▪ Temas poco relevantes ▪ Planes temáticos
<p>La organización del trabajo en el Departamento es...</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aceptable ▪ Bastante buena ▪ Eficiente ▪ Regular ▪ Adecuada ▪ Muy buena ▪ Acertada

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Puede funcionar mejor ▪ Continua
A las fuentes les interesa...	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Que se publiquen ▪ Que les den promoción a sus trabajos y no que los critiquen ▪ Solo informan lo que les interesa ▪ No quedar mal ▪ Que se les respete ▪ Los trabajos que los enaltezcan ▪ Nada ▪ La credibilidad y el respeto del periodista por su trabajo ▪ Que divulguen sus logros y no sus deficiencias ▪ Sus intereses ▪ Promocionarse ▪ Verse reflejados, solo desde sus puntos de vista ▪ Salvarse el pellejo ▪ Quedar bien con Dios y el Diablo ▪ Mantener buenas relaciones con la prensa ▪ Los trabajos que prestigien su entidad

8- Existencia de sistema de organización del trabajo		
	#	%
Sí	16	88.88
No	2	11.11

8.1- Descripciones del sistema de organización del trabajo
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se tienen en cuenta los intereses de la emisora, la provincia, la programación y el momento social. Se distribuye la carga de trabajo prioridades y especificidades de los reporteros. Se chequea el cumplimiento y la calidad de los trabajos ▪ Nos reunimos semanalmente para coordinar las coberturas periodísticas

y planificar las actividades del mes, además de organizar a veces acciones de capacitación, como los talleres en el propio centro

- Plan temático del mes para organizar el trabajo. Reunión del departamento todos los martes. Orientación de trabajos semanales. La rutina diaria se organiza a partir de los espacios
- Es toda una estructura que a veces funciona y otras no muy bien, eso depende...
- Existe un plan de trabajo que se engrosa con las orientaciones del PCC, los intereses personales y los de la propia fuente
- Un plan de trabajo que elabora el Jefe de Información según los encargos de determinadas instancias y los transmite semanalmente a los reporteros en las reuniones y por vía de correo
- La Jefa de Información elabora un plan temático para todo el mes que permite al periodista programarse
- Existe un plan de trabajo con lo fundamental para el mes, un control de los trabajos periodísticos y evaluaciones de los mismos
- A partir de un plan de temas trabajamos, aunque la evaluación del cumplimiento no es efectiva
- El mismo plan con otra dirección sería eficiente, podrían optimarse detalles y ser un poco más flexible
- La falta de una constante planificación editorial, la improvisación de los reporteros, el tratamiento a temas intrascendentes y la falta de calidad en su elaboración, traen consigo que falte la materia prima para ese producto final, llámese noticiero o revista
- El contar con una graduada de la carrera como Jefa del Departamento fue una suerte. En primer lugar, porque padeció en carne propia los avatares del periodista, conoce el medio, es organizada- base fundamental para el éxito-, es bastante imparcial y justa. Todo está organizado, el plan temático, los planes mensuales..., y muy importante, protege a sus periodistas

9- Gestión de la dirección que ejercen		
	#	%
Muy buena	4	22.22
Buena	4	22.22
Regular	4	22.22
Mala	3	16.66
Muy mala	3	16.66

9.1- ¿Por qué?	
Muy buena	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La certeza con que se dirige el trabajo permite el cumplimiento del reportero ▪ La persona que asume el liderazgo actualmente tiene condiciones para ello ▪ Simplemente es buena en lo que hace ▪ Tengo buena comunicación con la Jefatura del Departamento y eso ayuda a que todo fluya bien
Buena	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Me permite realizar mi trabajo sin obstáculos ▪ Existe unidad de criterios y respeto ▪ A partir de las orientaciones del jefe inmediato se desarrolla el trabajo en el Departamento
Regular	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Necesito espacios individuales para intercambiar ▪ Porque necesita garantizar los recursos a los periodistas para la óptima realización del trabajo ▪ Debe cambiar en algunos aspectos
Mala	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los que nos dirigen en su mayoría son cuadros pero no periodistas ▪ Como no estoy directamente en la emisora esta gestión no llega a mí con el rigor debido ▪ No se identifican con la profesión
Muy mala	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los Jefes no se identifican ▪ No ejercen la dirección, tratan de mantenerse al margen

10-Cambios que introducirías en las rutinas de trabajo

- Proporcionar mayor interactividad entre los trabajadores de la emisora
- Cambiaría muchas cosas
- Mis cambios me los reservo
- Más dinámica
- Que se guiaran más por los intereses del pueblo y no tan solo por los del PCC
- Haría que se movieran al ritmo de la realidad que nos rodea
- Gestionaría al máximo para mejores condiciones técnicas para los reporteros, transportación, computadoras, entre otras
- Garantizaría más tiempo para la auto- preparación y la investigación
- Mejoraría las condiciones materiales para facilitar la inmediatez de la noticia
- Tendría que hacer un análisis más profundo
- Cambiaría las reuniones semanales
- Hacer más operativo el trabajo, claro proporcionando transporte
- Nada
- Desarrollaría estrategias para capacitar a los periodistas como talleres recurrentes que completen la formación.
- Desterraría el paternalismo sobre las incapacidades de los realizadores incompetentes y pagaría por la calidad
- Todos los cambios necesarios para que estas funcionen, y a su vez, hagan funcionar al Departamento

11- Aspiraciones como periodista

- Obtener el respeto de los oyentes
- Satisfacer sus necesidades de información
- Ser reconocida por el colectivo de trabajo
- Ser lo suficientemente capaz como para que el público asuma lo que digo como la verdad
- Hacer un mejor periodismo, de mayor alcance e interés
- Que mejorara nuestro salario
- Que mejoraran nuestras condiciones de trabajo y personales

- Que mis trabajos tengan repercusión
- Que ayuden a resolver problemas
- Que gusten...
- Elevar mi auto-preparación
- Trasmitir y compartir mis conocimientos
- Ser crítica
- Que la población continúe satisfecha con mi trabajo
- Continuar trabajando
- Estar bien informado
- Lograr las expectativas de los oyentes
- Que se reconozca socialmente nuestro trabajo
- Tener mejores condiciones para trabajar
- Que mis trabajos se escuchen y gusten
- Más tiempo y condiciones para la auto- preparación en favor de la calidad
- Realizar trabajos con repercusión que ayuden a solucionar determinada problemática
- Reconocimiento social
- Lograr impacto de mi labor en la comunidad
- Superarme
- Especializarme en alguna rama del periodismo
- Irme a trabajar para los medios nacionales de TV
- Poder desarrollarme en el medio que me gusta
- Cubrir eventos deportivos a nivel internacional
- Prepararme cada día más
- Informar
- Cambiar la percepción social de algunos temas
- Que se reconozca y se dé a mi trabajo el valor que realmente tiene

ANEXO 13

Entrevista semi- estructurada a la miembro del Buró Provincial del Partido Político Ideológica

Nombre y apellidos: Rebeca Morales

Fecha: 17 de septiembre de 2013

Lugar: email

1-¿Qué proceso sigue la selección de los cuadros de la prensa? En el caso de la radio, ¿se colegia la decisión del Consejo de la Administración con el Departamento Ideológico?

La selección de los cuadros de la prensa inicia con la visualización y captación de las reservas por parte de los directivos de cada órgano de prensa, aprobados en las Comisiones de Cuadros, evaluado en los Consejos de Dirección, con la valoración y el visto bueno de las respectivas organizaciones de base del Partido y el Departamento Ideológico del CP-PCC.

En el caso de la radio al ser de subordinación del CAP, este órgano de dirección debe tener conocimiento de esa selección, ya que la Comisión de Cuadros analiza las reservas de los organismos, los cursos y todo el proceso que se sigue con las mismas, lo que se concilia puesto que desde el Partido se sigue el funcionamiento de esta comisión y la Miembro del Buró de la Esfera Política ideológica del Comité Provincial del Partido participa en cada una de las reuniones que realizan. Además de tener un cuadro del CAP que atiende directamente este organismo.

2- ¿Qué competencias deben tener los cuadros de la prensa?

A nuestro juicio el cuadro de la prensa debe ser ante todo un revolucionario comprometido, defensor de la Revolución y el Socialismo, un cuadro por ende partidista, defensor de la política de este, ya que la dirección de esta Revolución es el Partido. Que tenga ética y sea disciplinado, (Apegado al cumplimiento de las leyes, orientaciones e indicaciones y de los principios éticos). Ejemplar en su actuación, que lo caracterice la modestia y austeridad, veraz y transparente en lo que hace y que muestre respeto, autoridad, influencia y exigencia hacia sus subordinados. Que logre entrega, motivación y disposición ante la tarea encomendada. Con capacidad de dirección demostrada, que logre planificar y organizar el trabajo, efectividad en los sistemas de control, que sea capaz a la hora de tomar decisiones y sepa establecer prioridades, con habilidades y facilidades

para coordinar, motivar y encauzar el esfuerzo de los subordinados en el cumplimiento de las tareas que se le asignan, que tenga posibilidades de atender varias tareas al mismo tiempo.

Con resultados en sus desempeños anteriores y una actitud consecuente en el ejercicio de sus funciones, que cumpla adecuadamente con sus tareas y funciones tanto las propias como las asignadas. Que emplee métodos y un estilo adecuado de dirección, que le permita eficiencia en su gestión. Que logre efectividad en la educación, preparación y desarrollo de sus subordinados, conocimiento demostrado sobre las virtudes y defectos de sus subordinados. **Que tenga resultados en la selección y preparación de las reservas.** Que emplee correctamente los mecanismos establecidos en su organismo de estímulos y señalamientos a los subordinados, así como la sistematicidad y calidad de las evaluaciones del desempeño de estos.

Que en sus características personales prime la responsabilidad, ser organizado, inteligente, abierto al diálogo franco, con habilidades en la comunicación y que la logre con efectividad y fluidez, que sepa escuchar a los demás, sagaz, con una perspicacia determinada, que logre controlar reacciones ante la polémica, receptividad a la crítica y espíritu autocrítico

Con capacidades intelectuales que le permita analizar e interpretar con objetividad los documentos y orientaciones, que tenga una cultura general, que domine la actividad periodística teniendo o no formación académica, así como la economía, y computación, estudioso y con ansias constantes de superación.

3-¿Qué mecanismos tiene instrumentado el Partido para la preparación y superación de los cuadros de la prensa?

Los mecanismos de superación de los cuadros no son exclusivos del Partido, interviniendo otros actores, no menos importantes y responsables. El Partido hasta hoy tiene instrumentado:

- Cursos, conferencias y otras acciones de intercambio y preparación a través de la Escuela Provincial del Partido, de los propios cuadros y especialistas de los diferentes organismos.
- Diplomados de Gestión Empresarial y Administración Pública.
- Encuentros con cuadros del Departamento Ideológico del CC-PCC y los determinados Ministros o directivos nacionales.

-Encuentros y despachos sistemáticos con el Departamento Ideológico y el Miembro del Buró del CP-PCC.

-Encuentro mensual con el CAP y Buró de actualización e información.

-Participación en las reuniones de puntualización que se realiza con las autoridades del Partido, Gobierno, FAR, MININT, la UJC y el resto de las organizaciones políticas y de masas.

-Participación en reuniones y eventos de trascendencia. Ej. Plenarias económicas.

- Acceso a los estados de opinión de la población.

Existen otros mecanismos por la vía administrativa y profesional.

4-¿Cómo se evalúa el trabajo de los directivos de los medios de prensa?

Se evalúan a través de los mecanismos que cada órgano de prensa tiene establecido.

5-¿Cuáles vías de intercambio utiliza el Partido con los directores de los medios?

-Vías de intercambio utilizadas por el Partido con los directores de los medios

-Diálogo permanente despojado de formalismo ante cualquier necesidad de las partes

-Reuniones de puntualización semanal y/o mensual.

-Encuentro mensual del CAP y Miembros del Buró con los periodistas.

-Participación del funcionario, jefe de Departamento y miembro del Buró EPI en talleres, reuniones, sesiones de trabajo, Consejos de Dirección, con los cuadros, colectivos de programas y otros eventos

-Considerando que puede continuar ampliándose, exigiendo además a los directores de los Medios la interpretación de lo orientado para aplicar con creatividad y dinamismo

6-¿Qué tratamiento le brinda actualmente el Partido al tema de la relación con las fuentes?

El tema de la relación de los periodistas con las fuentes es un tema no resuelto pese a las acciones realizadas y la existencia de un acuerdo del Buro Político que lo ampara, que pasa por problemas de ambas partes y no está ajeno a los problemas de nuestra sociedad y el mundo que nos rodea.

Lo que se ha venido haciendo por el Partido en la etapa que conozco es:

-En primer lugar lograr la sensibilidad, conciencia y preparación de los directivos, con la responsabilidad que a estos les asiste, usando diferentes escenarios para ello.

-Promover y exigir la selección, preparación y adecuado uso de los comunicadores institucionales.

-Promover la elaboración por cada el organismo con el visto bueno de cada esfera del PCC de la estrategia comunicacional y con ello las relacionadas con la prensa.

-Coordinando acciones con el Gobierno y ACCS para la preparación de los comunicadores institucionales.

-Asistir a Consejos de Dirección de mayor incidencia.

-Revitalizar el funcionamiento de los círculos de prensa especializados y los encuentros de estos con los directivos de cada organismo con que se relacionan.

-Seguir los programas y trabajos de corte crítico hasta su respuesta adecuada y oportuna.

-Propiciar espacios para los comunicadores en las reuniones de puntualización con los directivos de la prensa de las tareas fundamentales que trae cada organismo.

-Discutir oportunamente y hasta el final cada negativa de acceso de la prensa, posterior a la intervención sin efecto de los directivos de los MCM siempre que se conozca, incluso elevando al organismo superior las que competen a otras instancias.

7- ¿Cómo controla el Partido la atención que el Consejo de la Administración debe brindar a la radio?

El Partido lo controla a través del despacho de la Primera Secretaria con la Presidenta del Gobierno, del que realizan la Miembro del Buró Político- ideológica con el cuadro del Gobierno designado para su atención, en la comisión de cuadros y a través de la puesta en práctica de acciones conjuntas Gobierno y Partido con los MCM.

8-¿Considera que el periodismo radial en Matanzas refleja la realidad de la provincia? ¿Por qué?

Considero que refleja el acontecer de la provincia, aunque opino debe hacerlo mejor partiendo de reflejar a todos los territorios y la realidad matancera en todas sus aristas, con un mejor balance temático, considerando que tiene potencial humano para ello, aunque para lograrlo tiene que ganar calidad los productos radiales que ofrecen, partiendo de una mejor y más participativa planificación, donde prime la audacia, creatividad, iniciativa, investigación, más debate e inteligencia para cautivar. Debe partir de un mejor diagnóstico de los problemas por áreas de responsabilidad, definiendo las acciones, los participantes y responsables,

sometiéndolo a las valoraciones colectivas necesarias. Además de potenciar la preparación de los periodistas y exigencia de mayor compromiso y laboriosidad de estos.

9-¿Qué papel le concede a la radio en la labor político - ideológica ante el recrudecimiento de la subversión?

El empleo de la radio y de todos los medios de prensa, en la realidad del presente siglo, en que las tecnologías de la información y las comunicaciones conquista la mente y los corazones de los habitantes del planeta, y al tener Cuba desventaja tecnológica y financiera que recibe por esta vía un ataque permanente financiado y dirigido por los Estados Unidos, la prensa defensora de la Revolución, del Socialismo y de la política del Partido tiene un papel determinante, en la realización de la labor de influencia ideopolítica con un papel clave; de lo que se trata es de usarlos teniendo en cuenta los requerimientos comunicativos en los que estos se sustentan pues de lo contrario el efecto es contraproducente. Estos coadyuvan a la transformación de la conciencia que constituye la esencia de la labor ideopolítica, esclarecedor por excelencia, con las argumentaciones necesarias, donde predomine la intencionalidad en cada cosa que se haga, y alcanzará los niveles de eficacia en la medida que vayan dando respuesta a la solución práctica de los continuos imperativos socioeconómicos y de manera simultánea ir perfilando el hombre nuevo que garantizará la perdurabilidad de la Revolución y el Socialismo. Se trata de hacer más trabajo político ideológico, que es hacer las cosas bien porque donde esto ocurre no hay caldo de cultivo para la subversión.

10- En los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para los medios de prensa se subraya la eficacia informativa.

¿Cómo se evalúa hoy el tema en los medios provinciales?

El tema de los Lineamientos se aborda hoy en los medios, pero falta más prioridad, sistematicidad, continuidad de un trabajo a otro, integralidad, creatividad, no estando ajeno a los problemas presentes en los Medios y con las fuentes.

11- A partir del IX Congreso de la UPEC ¿qué acciones llevará adelante el Partido para fortalecer el trabajo de prensa?

Dentro de las acciones que se proponen están;

- Estudiar con profundidad de conjunto con los colectivos de los Medios qué hacer para enfrentar los nuevos retos, a partir de lo evaluado en el Congreso de la UPEC, lo que puede derivar nuevas acciones.

- Participar en los talleres de debate e intercambio con los periodistas según lo derivado de los diagnósticos que realizan en cada uno de los órganos de prensa.
- Priorizar en el sistema de trabajo y preparar adecuadamente los encuentros del CAP y el Buró con los periodistas de forma mensual.
- Atender a partir del Objetivo 31 de la Primera Conferencia del Partido, de manera diferenciada los tres órganos de prensa provinciales.
- Acciones de preparación e intercambio con más sistematicidad con los directores provinciales y los comunicadores institucionales.
- Exigir y chequear desde el Partido con más rigor la planificación en los Medios, así como el plan de capacitación acorde a las necesidades, entre otras cuestiones.

12- Uno de los temas cruciales abordados en el Congreso fue la desprofesionalización del sector y la situación de los cuadros de la prensa, ¿qué opinión le merece ambos aspectos en el contexto matancero?

Sobre la desprofesionalización considero desprofesionalizado no solo al que no tiene una formación académica afín sino aquel que no se supera, que no propone, que espera los encargos, que se auto- limita, que ve los problemas en otros y no evalúa los suyos, por solo mencionar algunos.

Opino que se logra paliar la situación con aquellos que dieron el paso al frente y asumieron el reto sin haber estudiado periodismo, en momentos muy complejos de la prensa matancera, respetándolo más por lo que hacen que lo que son, que se logre la auto superación permanente, capacitación, exigencia y control riguroso. Evaluaciones que se parezcan cada vez más a las personas y los resultados que alcanzan.

Que se logre en cada Medio más competencia profesional y que se destierre la mediocridad, señalando los problemas con sus responsables.

Respecto a los cuadros, la provincia no tiene una situación favorable porque no todos los directivos se han ocupado como corresponde de asegurar una reserva objetiva, preparada y dispuesta que reúna los requisitos indispensables para el cargo el cual hice referencia en la respuesta a la pregunta dos. Ante el problema se han tenido que adoptar decisiones que no responden a lo orientado en materia de política de cuadros por lo que urgen acciones emergentes y sólidas para revertir lo expresado, partiendo de una labor más responsable de los directivos de la prensa y de intencionalidad, incorporando a la cantera de selección a los recién egresados, que permita ir evaluando sus aptitudes y cualidades.

ANEXO 14

Guía de entrevista realizada al Presidente Provincial de la UPEC

Nombre y apellidos: Yosvany Albelo Sandarán

Fecha: 2 de septiembre 2013

Lugar: UPEC

Formación profesional: Periodista

Ocupación laboral: Presidente UPEC

1- En el proceso de construcción de noticias, ¿qué dificultades usted aprecia en la radio?

R/ En la radio se impuso por necesidad la improvisación de un personal no periodístico en esas funciones, tras un período de reorientación. Eso contribuyó a resolver un grave problema en un momento, pero a la larga provocó una desprofesionalización marcada en el sector, mucho empirismo y que dichas personas no encontraran buenas referencias periodísticas en el medio. Lo mismo le sucede a los recién graduados que han llegado en estos años.

Tampoco las personas que han dirigido la parte informativa –salvo excepciones– son las idóneas para ello. Los espacios informativos carecieron durante mucho tiempo de una guía temática, de una revisión crítica de los trabajos y ello repercute directamente en la calidad.

Se cubre mucho asunto intrascendente, muchas de las coberturas carecen de intencionalidad, y la mayor parte de los periodistas no ofrecen seguimiento a las noticias. El facilismo es la norma en muchos casos.

2- Desde la experiencia de reportero; ¿qué rutinas son inviolables en un Departamento Informativo?

R/ El contacto de la dirección informativa con los reporteros para trazar las estrategias de trabajo (no para decirle lo que tienen que hacer, sino las intenciones del medio en cada caso), escuchar los criterios de los reporteros, las propuestas de trabajo que hagan.

Los colectivos de programa antes de la emisión de cada espacio informativo donde se revisen lo que se va a publicar, cómo se publicará y se orienten los cambios que deben hacerse en el guión.

Algún contacto periódico para analizar la calidad de los trabajos, donde se premie lo mejor y se critique lo peor, y se aproveche para ofrecer alguna acción de capacitación.

3- ¿Qué importancia le concede al clima organizacional en las redacciones periodísticas?

R/ Tiene muchísima importancia porque transmite a los reporteros la sensación de seguridad, de saber lo que se está haciendo y que por ende el resultado de su trabajo se comprobará, no caerá en saco roto.

4- A su juicio, ¿qué ideologías profesionales comparten los periodistas?

R/ Como regla los periodistas comparten una vocación de servicio, un interés por informar al público acerca de los acontecimientos que le rodean, por lo general, son personas sensibilizadas con los problemas sociales y existe la tendencia a pensar que pueden ser resueltos a través de la prensa, como muchas veces sucede, aunque no lo digan, casi siempre hay cierto espíritu competitivo para ver no solo quién lo dice primero, sino como lo dice.

5- ¿Considera que los periodistas participan en la conformación de la política editorial?

R/ No lo suficiente, en algunos medios se tiene en cuenta, pero no es la regla, también tenemos ya demasiados colegas acomodados a que le pongan el trabajo y no lo busca por sí mismo.

6- Sobre la eficacia informativa, ¿considera que las relaciones con las fuentes determinan en alguna medida el tipo de periodismo que hoy se hace en la provincia?

R/ Las relaciones con la fuente median en el tipo de periodismo, pero no lo determina. Ese rol toca más bien a los propios periodistas que en ocasiones no se atreven a dar los pasos que se les pide, a tomar la iniciativa, a los directores de medios y jefes de departamentos que no siempre tienen la visión correcta del asunto y a factores externos como las influencias del Partido en la prensa. Pero de todas formas, es el propio reportero la clave del periodismo que se hace hoy.

7- ¿En qué medida participa la Unión de Periodistas en la provincia en la selección y preparación de los cuadros de la prensa?

R/ No participa, en estos momentos la UPEC trata de dar un giro radical al tema, pero no se logra totalmente. Los presidentes de base tienen entre sus tareas, la participación en reuniones de factores y consejos de dirección en representación

de sus compañeros, y deben jugar internamente un papel que todavía no asumen. A nivel de provincia, al Presidente se le consulta ocasionalmente quién pudiera ser el cuadro idóneo, pero no es la norma.

8- En su opinión, ¿qué competencias profesionales deben poseer los directivos de los medios de prensa?

R/ Deben saber de periodismo y haberlo ejercido profesionalmente. Aunque los directores pueden no ser periodistas, especialmente en la radio y la Tv, lo ideal es que sí lo sean, porque deben conocer a fondo cuáles son las características de esa función que es la principal de un medio. Debe ser una persona con una formación cultural que le permita apreciar los mejores valores. NO SER DOGMATICO. Tiene que poseer la flexibilidad suficiente para, haciendo cumplir la disciplina, cambiar de método, estilo y de proceder cuando la situación lo amerite. Tiene que ser exigente. Y, por supuesto, tiene que ser revolucionario a carta cabal.

9- La desprofesionalización del sector y la improvisación en la selección de los cuadros de la prensa gravitan en la situación actual del periodismo, ¿cuál es su valoración del asunto?

R/ Pienso que es parte del origen del problema que tenemos ahora, aunque no completamente. La desprofesionalización del sector, como ya dije anteriormente, afecta la calidad del producto comunicativo, la diversidad de temas, tratamientos y géneros.

Eso se agudiza cuando comprobamos que de diez medios en Matanzas, solo dos están dirigidos por periodistas. Y cuando se examina los departamentos informativos es aún peor, pues en esos cargos se ubican a personas que jamás ejercieron el periodismo ni siquiera de forma empírica.

10-El IX Congreso de la UPEC puso el dedo sobre la “llaga”, en relación con la calidad del periodismo, incompetencias de reporteros y directivos, superación profesional... ¿podría precisar cómo se valoran esos aspectos en la provincia?

R/ La calidad del periodismo que se hace hoy en Matanzas dista mucho del ideal, incluso del periodismo para el cual tenemos la capacidad técnica instalada, el personal necesario, en fin, del que estamos realmente en condiciones de realizar. Porque para mucha gente es más fácil seguir con la nota rápida, sin más, no hacer investigaciones, no buscarse problemas, seguir complaciendo a las fuentes y no al

público. Y repito, depende de nosotros mismos, la transformación no llegará desde arriba, ni nadie va a introducir fórmulas mágicas.

11- La radio es inmediatez, originalidad, vínculo directo con las audiencias y mucha noticia... ¿qué opinión le merecen los informativos radiales?

R/ En realidad no estoy en condiciones de responder esa pregunta porque no soy un oyente asiduo de la radio. De lo que he escuchado, y por la forma de trabajar de algunos de mis compañeros, considero que pudiera haber más productos originales, que la belleza de la radio está por explotar todavía aquí, que no se buscan todos los recursos sonoros posibles.

12- ¿Considera que el principal espacio informativo de la provincia, el Noticiero Provincial de Radio, refleja la realidad que vive el territorio?

R/ Reitero que no soy un oyente regular, pero no creo que ningún medio de la provincia refleje la realidad del territorio. De eso estoy convencido.

13- Del periodismo radial matancero, ¿qué virtudes y desaciertos pudiera señalar?

R/ Hasta donde puedo decir, virtudes, está el compromiso revolucionario, la vocación de servicio, la inmediatez de la mayoría de las coberturas. Desaciertos, la falta de profundidad en ocasiones, la improvisación, el uso del lenguaje, el poco dominio de la técnica radial.

14- ¿Cómo concibe la relación periodistas-directivos?

R/ Tiene que haber una comunicación constante, sistemática. Y si ese directivo es periodista es más fácil aún porque sabe las preocupaciones de sus periodistas, conoce el asunto desde abajo. No puede haber una relación vertical totalmente, de ordeno y mando, tiene que haber intercambio de ideas, de escucharse el uno y el otro, porque también el periodista tiene que saber respetar las decisiones de sus directivos. Por eso es precisamente que es mejor colegiar esas decisiones para que cuando se adopten todo el mundo tenga que salir por la misma puerta y con el mismo discurso.

15- ¿Considera que el IX Congreso de la UPEC marcará la definición de una política en la selección y preparación de los cuadros de la prensa?

R/ No, el Congreso marca pautas en el entorno profesional, pero las competencias en cuanto de política de cuadros, van más allá de eso y dependen en buena medida de los organismos que dirigen administrativamente a los medios, es decir, el PCC y el ICRT en cada caso.

ANEXO 15

Entrevista a experto en el trabajo informativo.

Nombre y apellidos: Demetrio Villaurrutia Zulueta

Ocupación: Director del NNR (periodista)

1- ¿Cuándo y cómo llega usted al Noticiero Nacional de Radio?

Llego al espacio en el año mil 997, en una coyuntura profesional en el que existían un jefe de turno que dirigía los contenidos informativos, y otro que lo hacía desde el punto de vista artístico. Yo desempeñaba el primero de los roles, aunque ya estaba preparado para dirigir el espacio. De hecho, había dos directores, uno informativo y otro artístico. En el año 2 mil dos paso a dirigir el Noticiero en contenido y forma.

2- Podría describirme los momentos por los que transita la noticia desde que esta se concibe hasta que se publica.

Si atendemos a lo organizacional:

-Atención a la llamada agenda informativa del día: O sea ubicación de reporteros y corresponsales.

-Noticias más prominentes de las agencias de prensa o medios digitales tanto nacionales como internacionales.

-Intereses propios del espacio.

Si nos atenemos desde el punto de vista de noticiabilidad:

-Actualización de los temas más prominentes del día. Incluye lo que está como noticia en la calle.

-Intercambio del jefe de turno con corresponsales y reporteros. Se incluyen los reporteros que genera el propio espacio con sus intereses propios.

-Agenda negociada entre ambas partes que incluye selección de temas y posibles géneros periodísticos.

-Selección de las noticias más importantes del día por el Winkertín por donde discurren todos los cables elaborados por las agencias de noticias y por otros medios de noticias diferentes.

-Complementación entre reporteros-corresponsales-redactores.

-Búsqueda de la variedad temática, de géneros, balance geográfico, u otros.

-Diseño general del noticiero con la escaleta o montaje del mismo, que incluye titulares y promociones.

-Revisión de todos los materiales redactados o de reporteros y corresponsales.

Decantación de los mismos atendiendo a los conceptos de noticiabilidad antes enumerados.

3- ¿Qué características cree usted que debe poseer un hecho para transformarse en noticia?

- ✓ Actualidad
- ✓ Inmediatez
- ✓ Prominencia
- ✓ Proximidad
- ✓ Interés humano

4- Dentro de este proceso, ¿cuáles son las mediaciones de tipo personal, profesional, institucional e ideológico que inciden en la construcción de la noticia?

Personales: saberes acumulados, incluye oficio, conocimiento específico técnicamente hablando de la profesión y de las rutinas productivas para el medio en que se trabaja, saber llegar a la persona indicada en el momento indicado, o sea conocimiento de qué puede dar o no, cada profesional y dónde resulta mejor en su desempeño – principio de que todos somos un eslabón necesario de la cadena y no somos entes aislados, trabajamos para un espacio que tiene un perfil y debe pensar siempre en la audiencia, conocimiento multitemático que implica estar muy informados moverse en una gama amplia de temas que te permitan discernir qué puede ir o no, qué es más importante o no, qué trabajo puede priorizarse o no; actualización teórico práctica sobre lo que hacemos, conocimientos sobre las más recientes investigaciones en teoría de la Comunicación sobre el comportamiento de los públicos.

Institucionales: La agenda informativa que diseña la emisora con sus reporteros llena de coberturas, mayor o menor preparación de los profesionales que tributan para el medio que incluye no solo la información sino la preparación individual u técnico profesional, la disparidad en experiencia y grupos de edades, las “prohibiciones” sobre temas determinados, la desmovilización para tratar determinados fenómenos de la sociedad cubana que no se tratan porque estamos sumergidos en un exceso de coberturas, la ausencia en ocasiones de estrategias comunicativas en estas coberturas lo que limita su enriquecimiento práctico y lo reduce solo a lo descriptivo más que a lo interpretativo o a la combinación de un periodismo noticioso donde el periodista traduzca esa realidad para el oyente a partir de sus criterios propios,

limitaciones mentales de nuestros periodistas, en algunos que laboran en provincia que a veces deben responder a intereses de sus territorios.

Ideológicos: Está implícito en el compromiso y alcance de la planta.

5- ¿Cuáles son los géneros, que a su juicio son los más empleados en los Noticieros? ¿Por qué?

La información, es la razón de ser del noticiero, la de informar lo cual no justifica la ausencia de otros como la entrevista, el reportaje o la crónica. El comentario es habitual como parte de su diseño.

6- ¿Cree que los géneros periodísticos como: la crónica y el comentario tienen el peso que merecen dentro del Noticiero? ¿Los reportajes son interpretativos, o simplemente informativos?

Parte de esta respuesta se aborda en la pregunta anterior. El comentario tiene su lugar; los reportajes vinculan los dos elementos, la información y la interpretación, solo que hay una mayor tendencia al primero, el periodista a veces se autolimita por cuestiones de tiempo si acudir a una negociación de tiempo con el director del espacio antes de realizar su trabajo. Falta sistematicidad en el reportaje interpretativo porque tampoco hay hábitos entre reporteros y corresponsales para investigar.

7- ¿Abunda el análisis de los temas en Noticiero?

El tiempo en radio es oro, y el análisis se da mucho en el segmento internacional por la experiencia del especialista que atiende estos temas, y a través del comentario nacional. Nuestros reporteros y corresponsales tienen una mirada más hacia la información que toca el acontecer actual pero no llega a hurgar en él en todas sus aristas, al menos de manera sistemática.

8- ¿Qué peso le concede a las fuentes en el momento de la construcción de la noticia? ¿Cómo es la relación con las fuentes?

Es un tema para reporteros y corresponsales. Es un problema no resuelto a ninguna instancia.

9- ¿Cuánto conspiran las fuentes contra el proceso de construcción de la noticia? Podría citarme algunos ejemplos de su experiencia personal.

Remitirse a la respuesta anterior.

10- ¿Cuáles son los rasgos, formales y de contenido, que pueden distinguir al Noticiero?

Fortaleza de su diseño sonoro, variedad temática, estilo de locución, inmediatez, intencionalidad interpretada como ubicación y utilización de los elementos que componen el lenguaje radiofónico a través de todo el tiempo de duración, 30 minutos.

11- En su opinión, ¿cómo valora las relaciones entre los profesionales (periodistas, directivos, etc.) de Noticiero en favor de la construcción de la noticia?

Buenas, hay un ambiente colectivo, donde todos somos importantes y aportamos. El noticiero tiene mucha independencia y asume los temas y su selección a partir de los intereses de la emisora y el espacio, aunque como cualquier colectivo puede tener contradicciones inevitables no antagónicas sobre cómo expresar un determinado tema y cuáles deben o no ser sus límites, y en qué momento no hacerlo.

12- Según su criterio de buen periodismo, ¿cuál es la situación actual del periodismo cubano?

Ni hay periodismo tan malo ni periodistas tan malos. Nuestro periodismo es también reflejo de las coyunturas nacionales y el mundo exterior que nos rodea. A mi juicio transitamos por una etapa de “contracción de la información”, y con ella una desaceleración de papel que debe desempeñar el periodista.

El tema de la desprofesionalización del sector durante mucho tiempo, resquebrajó a parte de nuestros colegas, y el gremio se lo sintió y, por supuesto, los medios para los cuales trabajamos. El oyente es el que más ha sufrido las consecuencias de nuestras mediaciones internas y más allá de nuestra institución.

13- ¿Cómo se reflejan esas concepciones en la realización del Noticiero?

En lo profesional ha mantenido un alto nivel, en las ganas de hacer también, pero no somos ajenos a las mediaciones tanto internas como fuera del entorno de la emisora y eso en no pocas ocasiones, ha lastrado al espacio, por ausencia de información o por la inseguridad o falta de audacia del periodista a la hora de abordar ciertos temas, pues se da por sentado que no se deben publicar, unas veces porque explícitamente están dispuestos de esa manera y otras por nuestras propias autolimitaciones.

14- ¿Qué cree de la preparación de los periodistas que se desempeñan en la redacción del Noticiero?

Por suerte contamos con un espacio estable, unido y de alto nivel profesional, todos en etapa de superación constante, diplomados, Doctorado, o Cursos de actualización; la presencia de dos periodistas jóvenes egresadas de la Facultad de Comunicación, no solo insufló nuevos aires al equipo sino que confirma la validez de una integración de juventud con experiencia que resulta vital para un espacio que, reitero no es solo el colectivo quien realiza el noticiero diariamente sino los corresponsales y reporteros que tributan a él y son la garantía de su contenido.

15-¿Cuáles son las formas de estimulación que tienen ustedes?

Estimulación periodística, reconocimiento en los colectivos que hacemos el primer martes de cada mes. Nuestra propia estimulación interna para hacerlo mejor. Son insuficientes.

16-¿Conocen los directivos de su grado de satisfacción?

Nuestro colectivo se siente bien y es cohesionado, pero en lo particular siento que falta reconocimiento hacia él, quizás se le deje hacer porque existe confianza en él, pero siempre es bueno saber qué piensan los demás de lo que hacemos.

17-¿Qué cambio le haría hoy al Noticiero?

Más bien profundizar en las líneas temáticas que demandan nuestros oyentes. Un anhelo es tener un equipo de periodistas reporteros que respondan más por los intereses de estos últimos y menos a sectores o ministerios.

ANEXO 16

Nombre y apellidos: Carlos Rafael Diéguez

La radio Teoría y la Práctica.

La radio es el medio de comunicación y expresión plural (público, colectivo o de masas) más importante en situación de emergencia. (p-3)

Utiliza elementos expresivos ya existentes en otros medios y los transforma o enriquece y origina a su vez técnicas, códigos, fórmulas y géneros nuevos o distintos. (p-3)

El medio radio se fue conformando a partir del aprovechamiento de ese sistema de transmisión, canalizando a través del mismo mensajes sonoros que a su vez daban pistas para nuevas utilidades, aportando métodos más o menos originales de captación y reproducción del sonido, e incorporando paulatinamente contenidos creativos. (p-4)

El lenguaje de la radio es el conjunto de elementos sonoros que se difunden para producir estímulos sensoriales estéticos e intelectuales ; o “para crear imágenes”. (p-4)

Radiofonía: es la parte de la física que estudia los fenómenos de reproducción del sonido por la energía radiante. Es un concepto de carácter científico que se refiere más a la realidad física del sonido y a las ondas, que a la comunicación.

Radiodifusión: es el sistema de transmisión y comunicación por medio de la radiofonía. Se refiere a la difusión pública de mensajes sonoros mediante ondas electromagnéticas. (p-6)

Radio (desde la perspectiva de la teoría de la comunicación, que la considera mass media o medio de masas)

Es un medio de comunicación ambivalente (unidireccional y bidireccional- en el sentido de posibilidad de respuesta-), instrumental (requiere elementos técnicos), a distancia (a diferencia de la comunicación cara a cara), colectiva (múltiples emisores y receptores simultáneos), directa (de recepción inmediata), reciente (que se utiliza como vehículo físico primario exclusivamente el sonido) y efímera. (p-6)

La comunicación radiofónica tiene las siguientes características:

Rapidez: que puede llegar hasta la inmediatez: la transmisión del mensaje es simultánea a la recepción.

Economía: el costo mensaje/receptor es más barato cuanto mayor sea la difusión.

Amplitud de cobertura: teóricamente, una sola emisora podría cubrir todo el mundo.

Fugacidad: el mensaje dura en tanto se encuentra en antena; a medida que se transmite, se desvanece. Es irreversible, salvo que se utilicen elementos complementarios, no se puede volver a “oír” a voluntad. (p-11)

El lenguaje radiofónico es el conjunto de elementos que intervienen en la radio para crear imágenes; no es más que el lenguaje del sonido a través del medio radio. (p-21)

Elementos o signos para la creación de imágenes: palabra, música, ruido y silencio. (p-21)

La música sin palabra es reducir la radio a un tocadiscos con la ventaja para el oyente de no gastar dinero y no molestarse en situar discos, pero con la desventaja de no escuchar lo que desea. (p-22)

Programas de radio: producto fabricado por la empresa dedicada a la radiodifusión, el cual, salvo excepciones, solo se utiliza una vez y que entra únicamente por un sentido: el oído. (p-39)

Programación radiofónica: es la previsión de los programas que van a ser emitidos durante un tiempo determinado a través de una emisora de radio. (p-39)

Tipos de programación

1- por su época o temporada:

- de establecimiento: cuando una emisora comienza a funcionar
- habitual: de verano, etc.
- de oportunidad: reúne las dos anteriores.

2- por el horario: matinal, de mediodía, de tarde,...

3- por sus contenidos: convencional o tradicional (programas variados) especializada o de radio-fórmula (contenidos similares a lo largo de las horas)

4- por los géneros: informativa, musical, etc.

5- Por el destinatario: infantil, femenino, etc.

6- Por su frecuencia: diaria, de fin de semana, esporádica.

7- Por el conocimiento de los contenidos por parte de sus oyentes:

- de convocatoria (la habitual)
- sorpresiva (sin publicidad de los mensajes por parte de la emisora)

8- por su estructura:

- mosaico: la habitual, con programas aislados.

- De bloque: con programas de larga duración.
- 9- por su adecuación:
- armónica: si se adapta a la emisora y a la audiencia.
 - Anárquica: si existe desorden y no previsión.
- 10- por su área de difusión: nacional, regional (comunidad amplia), de barrio (parte poco extensa de un lugar), local (de un municipio)
- 11- por de quien dimana: vertical (habitual: de la emisora) horizontal (de la audiencia, es excepcional) (p-40 y 41)

Programa radiofónico: conjunto de contenidos que con un título y tiempo determinados son difundidos por radio, integrándose en la programación generalmente con un estilo propio (p-41)

Los programas musicales: son aquellos en los que la música es el contenido fundamental, procurando que esta llegue al oyente con la máxima calidad técnica posible. (p-117)

Existen tres tipos: clásica, moderna y especializada (ofrecen múltiples tipos de música diferenciados por género, ritmos, zonas o épocas) (p-123)

Programas de variedades: espacios radiofónicos que ofrecen a la audiencia contenidos orientados fundamentalmente al entretenimiento, aunque en algunos casos posean también dosis de formación o información. (p-124)

Audiencia: el conjunto de la población susceptible de recibir los mensajes de los medios de comunicación (p-159).

Audiencia potencial: es la parte de la población capaz o susceptible de recibir los mensajes de un medio determinado, por hallarse en su zona de cobertura y o disponer de los medios técnicos (o económicos) necesarios para ello. La audiencia potencial de la radio la constituyen las personas que perciben el sonido, residen en una zona a la que llegan las ondas de una emisora y tienen a su alcance la posibilidad de conectar un aparato receptor. (p-160)

ANEXO 17

Entrevista a expertos de la Radio Cubana

Nombre y apellidos: Pedro Pérez Roque

Fecha: 30 de abril de 2013

Lugar: La Habana

Ocupación laboral: Asesor de la Presidencia de la Radio Cubana

El lugar de la radio dentro del sistema de comunicación...

La Radio es el medio de comunicación más personal que existe. Esta naturaleza tan especial hace que posea un perfil de difusión, particularmente íntima de tú a tú, que no tienen los otros medios y que es uno de los principales ingredientes de su connotación mágica como medio de comunicación.

En proceso de la comunicación, lo importante no es el que emite sino el que escucha. El que emite debe adaptarse al que escucha, tiene que entender cuál es su lenguaje, sus códigos, sus expectativas, su cultura, sus motivaciones y sus deseos. Comunicar no es algo que le hacemos "a" la gente, sino "con" la gente. La comunicación eficaz es interacción, debe producir una propuesta de cambio en su destinatario. Los resultados de la comunicación deben ser verificables y evaluables.

Calidad, creatividad versus mediocridad...

La calidad no depende de su cantidad ni de su diseño, sino de la relación que se logre promover con el oyente. La calidad siempre se dice que tiene que estar avalada por el oyente, otros dicen que "la calidad según el oyente". Calidad objetiva no siempre equivale a calidad apreciada. Aunque no se debe asumir criterios simplistas de calidad por el hecho de que "eso es lo que quiere el oyente".

La Creatividad no puede ser un concepto abstracto, sino por el contrario, tiene que ser asociado a todo lo que hacemos: capacidad de inventar algo nuevo, de relacionar algo conocido de forma innovadora o de apartarse de los esquemas de pensamiento y conducta habituales.

Se debe siempre explorar nuevas ideas y nuevos proyectos con diseños que puedan resultar interesante sobre todo si con ello se pretende dar respuestas a inquietudes del potencial de audiencia y a políticas o estrategias que están trazadas por órganos rectores de la sociedad y proyectadas en bien de la sociedad.

Vivimos en una cultura "mosaica", hecha de pedazos que se vinculan unos con otros de manera aleatoria, espontánea, totalmente imprevisible. Conocerlas y saber

cuáles son sus relaciones es un hecho necesario que no siempre estamos conscientes y por lo tanto cuando programamos o diseñamos un cambio no se tienen en cuenta.

Peculiaridades de la radio...

En la radio cada espacio debe tener una explicación, un tiempo y un “techo” modificable, no puede obedecer solo al criterio especializado sin que se sustente en datos productos de investigaciones.

Tener en cuenta el espectro de las demás emisiones para no repetir o presentar diseños diferentes que constituyan verdaderas opciones para que los medios no se anulen unos a los otros, sino que se combinen. Lo que hace nuestra sociedad mediática es la combinatoria, la complementariedad y la interactividad de los medios.

Otra particularidad especial de la Radio es la característica móvil de sus audiencias, que le da una gran franquicia integral como objetivo de comunicación que no ofrece otro medio.

Hoy en día todos reconocen el valor de la radio en un mundo cada vez más individualizado y esta característica es una de sus principales ventajas. Es por ello que necesitamos un pensamiento abarcador, universal. Necesitamos nuevas herramientas que nos ayuden a pensar, decidir y actuar.

No siempre es necesario que la comunicación esté a la moda. Pero sí debe ser contemporánea. Lo que no esté relacionado con el presente no interesa. No tomar en cuenta los estudios que se realizan sobre los medios sería un serio problema para el desarrollo pues investigaciones realizadas en Estados Unidos han demostrado que la audiencia se estanca o disminuye por que abandonan los recursos del lenguaje radial y emplean poca elaboración en los materiales que se transmiten, varían los criterios periodísticos con relación a su posición profesional para tener un mayor acceso a la publicidad de los que poseen el capital, se reducen los espacios informativos para aumentar la publicidad.

Todo esto trae dificultades económicas en los medios que se ven obligados a simplificar los productos radiofónicos en aras de gastar poco y lograr mayores ingresos. Por todo ello el medio radial, en estos casos, cada día es más manipulado. Lógicamente todo esto desnaturaliza la función del medio y es obligado a desaparecer de los contenidos aspectos de la defensa a la identidad nacional, a los intereses de información que reclaman los oyentes y el radio se convierten en

especie de “traga níquel”, donde la música más barata y “fácil” constituye el mayor espectro de su programación.

Sin embargo, la radio conserva un especial significado: es uno de los medios de comunicación más antiguos, más sencillos, más baratos y más duraderos. La radio puede ser móvil, como la del auto, o escucharse en total intimidad, a través de los audífonos. Sirve de ambientación sonora en ascensores y tiendas. A veces surge hasta en el teléfono, mientras esperamos que nos pasen una llamada. La radio posee en la vida moderna una extraordinaria ubicuidad.

* Pedro Pérez Roque fue director de Radio Progreso, Rebelde y Taíno, aunque transitó con éxito por todos los oficios de la radio, falleció antes que esta Tesis fuera defendida. Parte de estas opiniones el destacado Asesor de la Radio Cubana las emitió a la periodista Odalys Miranda Suárez para su Tesis de Doctorado y las hizo públicas en los espacios de reflexión de la Unión de Periodistas de Cuba.

ANEXO 18

Ponencia de Yirmara Torres Hernández.

Radiografía al periodismo radial en 26

Generalmente a los periodistas no es más fácil criticar que autocriticarnos. Sin embargo de vez en cuando conviene hacer una radiografía a nuestro trabajo, para saber por dónde andamos, hacia dónde vamos y qué debemos hacer para mejorar. Esa es la intención de estas reflexiones, a propósito del periodismo radial o radiofónico que estamos haciendo hoy en Radio 26, la emisora provincial de Matanzas.

Una introducción necesaria

La radio es quizás (por su alcance) el medio más masivo de comunicación que existe. Pero a la vez es la cenicienta entre ellos. Cenicienta por su vocación de servicio, pero también por lo marginada que resulta con respecto a la prensa escrita, la televisión y ahora, la red de redes.

La radio es el medio por excelencia de los pobres del mundo: barata su producción y barata su recepción. Su alcance va desde lo internacional hasta lo local; entretiene, educa e informa a la vez; es capaz de crear mundos mágicos a través del sonido y sirve por igual al letrado que al analfabeto.

Pero aún así, en la Cuba actual la gente prefiere informarse por la televisión o el periódico, porque una imagen vale más que mil palabras, “papelito jabla lengua”; pero las palabras se las lleva el viento.

En Matanzas no es diferente, aunque la radio tiene las de ganar en cuanto a espacio y frecuencia. El periódico provincial es semanal y la televisión apenas transmite dos horas diarias. De ahí que la radio, con sus 24 horas todos los días, constituya el medio por excelencia para mantener informados a los matanceros.

Sin embargo, con un breve seguimiento a la información habitual en Radio 26, se puede afirmar que no siempre se cumple a cabalidad esa misión. Persisten los vacíos informativos, los noticieros son poco atractivos, hay problemas con el balance de géneros y se ha perdido el trabajo reporteril, base del periodismo radial.

La crisis del periodismo radial en Matanzas hoy comienza por la desprofesionalización del sector. Aclaro que esto no tiene nada que ver con que existan más o menos reorientados, sino con un deterioro de la profesionalidad, incluso de aquellos que somos periodistas graduados de academia.

Hoy, aunque se ha avanzado un poco, no existe una planificación editorial fuerte que permita una mayor realización de los espacios informativos, con una cobertura aceptable de la realidad provincial.

Esto, unido a la falta de una rutina productiva, conlleva al desbalance de géneros, de temas y territorial; trae consigo la poca o nula calidad de las informaciones, y sobre todo genera la improvisación y el facilismo.

Lo más preocupante es que el periodismo radial que se hace hoy en Matanzas, en su mayoría, no refleja las preocupaciones de la gente, sino que privilegia a los directivos u otras fuentes en cada sector; y así los noticieros y la revista informativa se convierten en espacios poco atractivos, donde la gente se acostumbra a no escuchar nada interesante.

Con la excepción de situaciones especiales, como es el caso de los ciclones, la serie nacional de béisbol, o de los temas candentes tratados en el programa de opinión y participación popular **Para tener en cuenta**; en el día a día, parece que la radio matancera vive de espaldas a la realidad.

El periodista de radio

Si la radio es la cenicienta de los medios de comunicación, el periodista de radio no lo es menos. Quienes trabajamos en ella lo sabemos y lo sufrimos, aunque para nada esto signifique subvaloración o baja autoestima.

“Que si el periodista de radio redacta peor, que si no siempre tiene tiempo para preciosismos”, “que si la rutina diaria y la inmediatez atentan contra la calidad”, “que si es fácil ser periodista de radio”. Pero yo, que fui primero de la prensa escrita, les digo que no todo lo que se dice es cierto.

En primer lugar, el periodismo radial resulta poco atractivo para la mayoría de quienes escogimos esta carrera. Primero porque conlleva los mismos conocimientos generales de las técnicas periodísticas, luego porque hay que aprender el estilo radial que implica decirlo todo con pocas palabras; o sea, aprehender la difícil síntesis radial.

Implica además aprender a elaborar guiones, tener nociones de edición radial, saber trabajar con audio y seleccionar la música y los efectos, que junto a la palabra oral constituyen los recursos del lenguaje radiofónico. Como si fuera poco en la radio hay que saber manejar el tiempo, que es el gran amigo y enemigo de los radialistas. Un periodista de radio tiene un minuto para decir su noticia; y hasta 2 minutos y medio para hacer sus reportajes, crónicas, comentarios y entrevistas en un noticiero de 30 minutos, por ejemplo.

Además un periodista de radio debe trabajar diariamente para varios espacios informativos, tres o más; debe vencer el miedo, primero a grabar con su voz y después a entrar en vivo en los espacios o a hacer pases desde remoto.

Por la inmediatez del medio, a veces debe incluso improvisar o escribir en tiempo record lo que leerá en vivo. En una cobertura debe estar siempre pendiente de la hora del cierre de los espacios, y salir corriendo o buscar un teléfono.

Un periodista de radio puede pasar un día en una cobertura importante, llegar y trabajar media hora editando, para luego sacar como máximo, si se lo permiten tres minutos; solo un poco más si es una revista.

Súmesele a eso, que en la radio, al igual que en la televisión, las diferencias de salarios y estimulación entre el personal de programación, el técnico y el artístico, con el periodístico, son abismales. Un periodista en Cuba gana más o menos lo mismo, esté en el medio que esté.

A esto se agrega que a los periodistas se les limita hacer locución, dirección de programas, edición, asesoría y otras labores. Estos están dentro del perfil de la carrera, pero por trabas en la resolución de pago, a quienes lo hacen se les ofrece una suma irrisoria.

Sumémosle que ahora el periodista de radio tiene otro medio, el digital, para el cual debe tributar a tenor con la tendencia de las redacciones integradas; y participar en

las redes sociales, donde se libra una batalla importante por dar a conocer la realidad cubana.

El sistema informativo de Radio 26

El informativo de Radio 26 está presente en la programación a través de los noticieros provincial de Radio, de 30 minutos; En Punto, de 15; el deportivo Jugando al Duro, de 40; la revistas Órbita, de dos horas, de lunes a sábado; el programa de participación Para tener en cuenta, los sábados y Domingo AM, como su nombre lo indica, solo los domingos.

También se ofrecen informaciones en programas variados como En la Radio y Tiempo A, y a través de la programación diaria se distribuyen boletines informativos, de tres minutos cada uno.

La revista Órbita es el gigante informativo de la emisora; un espacio que ha mejorado en los últimos meses, aunque a veces carece de la información precisa e inmediata que debe tener por ser el primer informativo del día.

El refrito de informaciones del día anterior, la poca entrada en vivo de los reporteros; así como la poca trascendencia, en ocasiones, de los titulares del día, atentan contra su calidad.

En Punto clasifica como el noticiero más dinámico, tiene un diseño sonoro atractivo y por su corta duración, es netamente informativo. Si algo precisa este son más noticias exclusivas, algo de lo que carecen en general todos los espacios.

El deportivo, para empezar, es muy largo. Y si en ocasiones, como la pasada serie nacional de béisbol se queda corto, en la labor diaria, debe rellenarse con informaciones internacionales. Este adolece de un seguimiento más cercano por parte de la dirección informativa, y por tanto de una planificación editorial que le permita cubrir de manera intencional el quehacer deportivo de Matanzas.

Asimismo, en Radio 26 no existe una redacción deportiva, aunque hay que reconocer el trabajo de los comentaristas, y la participación de colaboradores en varios municipios, aunque estos últimos carecen de una adecuada preparación.

El Noticiero Provincial de Radio, por su parte, con sus 40 minutos, adolece del balance de géneros y territorial, asimismo de la noticia como su género fundamental. Si nos atenemos a las consideraciones de José Ignacio López Vigil, de que “un noticiero de radio es un programa informativo de actualidad, exactitud, veracidad, credibilidad y objetivo en que prevalecen noticias interesantes, inteligibles y próximas al receptor, aunque también están presentes otros géneros periodísticos, efemérides, meteorología; y que debe recurrirse a la reiteración lógica y creativa para que el oyente retenga el mensaje radiofónico en la memoria”, nuestros noticieros tienen mucho trecho por andar para ser mejores.

Hay que reconocer que sus realizadores se esfuerzan porque cada espacio tenga una coherencia temática, lograda mediante la yuxtaposición de las noticias, que exista variedad de protagonistas, y los locutores logran una lectura clara y a la vez expresiva.

Sin embargo, la falta de una constante planificación editorial, la improvisación de los reporteros, el tratamiento a temas intrascendentes y la falta de calidad en su

elaboración, traen consigo que falte la materia prima para ese producto final, llámese noticiero o revista.

Balance temático

A tono con los objetivos 69, 70 y 71 de la Conferencia Nacional del Partido, Radio 26 trabaja por garantizar “la información oportuna, objetiva, sistemática y transparente (...), de los problemas, dificultades, insuficiencias...; así como por suprimir vacíos informativos, combatir el secretismo, y tener en cuenta las necesidades e intereses de la población”.

Temas como la salud, la educación, el deporte, la cultura, la alimentación, los derechos humanos, la implementación de los Lineamientos y el reordenamiento económico forman parte de los planes de trabajo de los periodistas de Radio 26.

En este caso, la tan criticada segmentación por sectores, garantiza, al menos, la presencia de temas variados en cada espacio.

Para la confección de los planes temáticos propios, se adecuan las orientaciones de la Dirección de información de la Radio Cubana, las ofrecidas por el Departamento Ideológico del Comité Provincial del Partido, las necesidades de la población y las sugerencias, iniciativas o intereses de los reporteros.

Sin embargo, el tratamiento superficial, la falta de seguimiento y la casi nula investigación alrededor de los temas que más preocupan a la población como el transporte público, las ferias agropecuarias, las opciones culturales y recreativas; la educación sexual, la atención a las personas de la tercera edad; la situación de las calles y la calidad de los servicios de Salud, atentan contra la calidad de la programación informativa que brindamos.

El balance temático en los espacios informativos de Radio 26 se puede considerar adecuado, sin embargo pasa por la falta de intencionalidad y de profundidad en el tratamiento a cada uno de los temas.

Además está matizado por cierta improvisación, falta de control, la poca preparación de los periodistas para enfrentar temas complejos, la carencia de tiempo y los conflictos con las fuentes, que no siempre están abiertas a la prensa y persisten en el secretismo.

Balance de géneros

La primera función de la radio es informar. Y el periodismo radial es eminentemente informativo. Por sus características de agilidad e inmediatez, la nota (o noticia) es el género que reina en cualquier espacio radial. A medida que ese espacio tiene una mayor duración permite dar entrada a otros géneros.

Un boletín, por ejemplo, solo está compuesto por notas cortas, aunque también pueden incluirse notas grabadas en la voz del periodista. Un noticiero de 15 minutos, como En Punto (de Radio 26), debe ser cubierto por noticias casi en un 80 por ciento.

Pero en un noticiero de media hora o 40 minutos, el jefe de información o la persona que elabora el espacio debe tener en cuenta el correcto balance de géneros. Aunque predomine la información, en 40 minutos hay tiempo y lugar para tres reportajes, una o dos entrevistas (informativas o de personalidad), una crónica y un comentario o editorial, además de las secciones habituales.

En el caso de las revistas informativas, el realizador puede incluir una mayor cantidad de los conocidos como géneros mayores con una mayor duración, y se pueden incluir además testimonios o radio- documentales, este último un género que por su duración (entre 10 y 15 minutos) sería imposible radiar en un noticiero.

El balance de géneros es fundamental en un noticiero, pues aporta diversidad de miradas. La noticia de un minuto es apenas un adelanto que responde a las preguntas clásicas, pero el reportaje permite profundizar, la crónica llega al sentimiento de las personas, la entrevista da voz a los protagonistas y el comentario mueve la opinión, o cuando menos, hace reflexionar.

No olvidemos además que la información en radio es el género cuya realización es ¿más sencilla? Los demás géneros requieren del uso de la música y los efectos, por lo que resulta un oasis para el oyente dentro del torrente de información grabada o escrita que genera un noticiero.

¿Qué pasa en la realidad con el balance de géneros?

Hay hoy en 26, un desbalance de géneros, que privilegia la información, pero en demasía, al punto de que hay noticieros donde no está presente un solo reportaje o una entrevista. Incluso hay semanas enteras en las que no se produce un reportaje y meses en lo que no se hace una entrevista de personalidad.

Esto evidencia una falta de una planificación en cuanto a los géneros. Además es muy común que los géneros se trabajen mal, empezando por las noticias que la mayoría de las veces están mal redactadas, con declaraciones muy largas, y exceden los 2 minutos.

Muchas veces estas carecen de los valores de la noticia: prominencia, novedad, actualidad, proximidad o interés general; pues el periodista las selecciona a su libre albedrío, o a instancias del sector que atiende, sin mediar el interés del medio por difundir esa información o las necesidades de la población.

La noticia en la radio está determinada por el tiempo; prevalece el valor de la inmediatez. Un suceso de mediana envergadura que se produce ahora mismo y se comunica en directo cobra mayor valor que un acontecimiento más relevante ocurrido hace horas. Pero también exige concisión y frases cortas. En la radio hay que preferir el presente al pasado, el relato a la exposición y la voz activa a la pasiva.

Por supuesto, la noticia en radio tiene el sonido complementario. Aunque la noticia por sí misma es un género que carece de elementos añadidos, en la radio admite complementos que no desvirtúan su neutralidad: las declaraciones de protagonistas, testigos, personajes o portavoces que amplían datos (no se deben confundir con entrevistas). Esto debe unirse como una parte más de la noticia contada por el periodista.

Según nuestras propias normas de redacción (de Radio 26):

- Los párrafos deben ser breves, no expresar más de una idea. Su extensión no debe exceder de las cuatro líneas; mientras la información no debe sobrepasar los cuatro párrafos. La extensión de los trabajos estará acorde con el género periodístico y la trascendencia del suceso. Las informaciones para los noticieros de 30 minutos no sobrepasarán los cuatro párrafos (16 líneas), en las Revistas

Informativas, las informaciones deben ser ampliadas. Para los noticieros de 30 minutos, el resto de los géneros periodísticos pueden alcanzar los 10 párrafos (cada uno de cuatro líneas), aproximadamente 2 minutos 30 segundos. Para las Revistas Informativas se ampliará siempre que el tema lo permita.

Yo les pregunto: ¿son así nuestras noticias? ¿Cumplimos con todos estos criterios? Particularmente considero que no, y que *prevalecen problemas habituales como estos:*

- Noticias intrascendentes: temas sin relevancia, al menos para un noticiero provincial. No se atienden al valor de noticiabilidad.
- No son inmediatas. Se dejan para después: ejemplo el recorrido por la provincia tras el paso de Sandy.
- Mal redactadas.
- Con errores en su realización.
- Empleo de lenguaje inadecuado en la presentación de la fuente.
- No hay seguimiento a la noticia.
- Apenas se hacen coberturas (se ha perdido el trabajo reporteril, y ocupa su lugar el comodil).
- No se abordan todos los temas que la población solicita.
- No se dejan informaciones escritas (y no se hacen versiones).
- No se entra en vivo.
- Se abusa de las grabaciones por teléfono, que no siempre tienen la misma calidad.

Pero también hay problemas con la realización del resto de los géneros. Estos son los principales:

- Poca o nula presencia del género reportaje.
- Poco periodismo investigativo (por falta de tiempo, medios e interés del periodista o del medio)
- Las crónicas se dejan a la espontaneidad, no se encargan.
- Falta la opinión planificada del medio: editorial o comentario editorial.
- Se confunden los géneros. A las declaraciones se les llama entrevistas, y a las informaciones con más de un minuto y una sola fuente, reportajes informativos. (Un reportaje debe contar una historia y contrastar fuentes)
- No se hace un uso adecuado ni constante de los recursos del lenguaje radiofónico: la palabra, la música, los efectos y el silencio.
- No se trabaja con las efemérides de manera intencional, a través de cualquier género, sobre todo la crónica.
- No se fomenta la realización de radiodocumentales y otros géneros, considerados más artísticos.
- Falta la crítica periodística, la artística

Balance territorial

En Radio 26 existe presencia de todos los territorios de la provincia, aunque no de una manera constante y planificada, de acuerdo al cúmulo de informaciones que genera cada territorio.

Se garantiza la cobertura de los municipios de Unión de Reyes, Pedro Betancourt, Martí y Limonar, lugares donde no existen emisoras. Jovellanos carece actualmente

de un reportero, y Los Arabos es cubierto por el corresponsal de Radio Llanura de Colón en ese territorio.

Existe una buena comunicación con las emisoras municipales que tributan diariamente a 26. Radio Varadero, Ciudad Bandera, Llanura de Colón, Victoria de Girón y La Voz de la Victoria colocan sus titulares y trabajos más sobresalientes en los espacios de la emisora provincial.

En los últimos meses se ha incrementado la presencia de todos los municipios con la habilitación de un horario para estas grabaciones en el estudio informativo número 1, aunque muchas veces este proceso tiene lugar entre realizadores de sonido, sin la adecuada selección, revisión y control por parte del departamento informativo.

Causas objetivas de los principales problemas del sistema informativo de 26

- Falta de planificación editorial.
- Falta de una rutina productiva.
- Se hacen pocos trabajos por encargo.
- Personal, que no es el más idóneo (pobre auto- superación).
- Falta de personal preparado para revisar o editar.
- Poco seguimiento al trabajo diario de los reporteros (falta de control).
- Condiciones técnicas (grabadoras).
- Poca disponibilidad de transporte (aunque ha mejorado, el informativo carece de un transporte propio).
- Evaluaciones igualitarias...
- La asignación de sectores...
- Realizadores de sonido que entorpecen el trabajo.
- Bajo salario y poca estimulación
- Falta de análisis cuantitativo y cualitativo del trabajo de los reporteros
- El cierre temprano de los espacios informativos (a no ser Órbita).
- Las redacciones integradas... (el periodista de Radio debe trabajar para dos medios con distintos lenguajes).

Causas subjetivas:

- Falta de preparación y auto preparación de directivos y periodistas.
- Poca percepción de la importancia de la radio en la información de la población. Se cree que la radio es más entretenimiento...
- Trabajo por inercia (sin planificación)
- Falta de motivación (en esto incide el salario y la nula atención al hombre que existe en la radio).
- El comprometimiento con las fuentes.
- Facilismo, conformismo y comodidad por parte de los periodistas.
- Falta de interés por el resultado del trabajo (muchos periodistas no escuchan lo que ellos mismos hacen).

Conclusiones o sugerencias para mejorar el periodismo radial en 26

Radio 26 precisa con urgencia rescatar el trabajo reporteril. Los periodistas deben dar cobertura a los principales sucesos que ocurran en la provincia, y para ello debe garantizárseles los medios. Es muy difícil hacer reporterismo diario a pie.

Debemos repasar más a menudo, los indicadores básicos para la evaluación de la calidad de los programas informativos. Debemos tener en cuenta la veracidad y la actualidad como condiciones indispensables del relato periodístico. Es decir, noticias verdaderas, verosímiles, objetivas, imparciales, fiables, creíbles, comparables, verificables.

Pero además, debemos hacer un uso adecuado de los valores de la noticia: la proximidad, la prominencia, la consecuencia, el interés humano y la originalidad; y se debe buscar una yuxtaposición adecuada entre las noticias.

Debemos tener presente la agilidad, la coherencia, la reiteración y si es posible, la actualización. Además de la variedad de géneros de la noticia, el buen balance temático y geográfico; siempre respetando las normas de redacción.

Por último, debemos hacer un uso más adecuado de los efectos sonoros, el silencio y la música, en función de la palabra, que es la que debe desempeñar el papel primordial, para lograr la intencionalidad deseada.

Para lograr el balance de géneros debemos recordar que:

- Las noticias constituyen el género por excelencia en la radio, y deben ser protagonistas en los noticieros.
- Las crónicas se piden... (no siempre hay buenos cronistas en una redacción, y no siempre tienen la musa de guardia)
- Los reportajes se encargan... de acuerdo a intereses editoriales, por sugerencias de la población... (Deben ser el resultado de una planificación)
- Un espacio que se respete tiene un periodista de opinión... En caso de que no exista, los comentarios se planifican por temas y se solicitan de acuerdo a los intereses editoriales. Igual sucede con los editoriales...
- Las entrevistas informativas muchas veces salen a solicitud de la fuente interesada en ofrecer información, pero otras veces hay que salir a buscarlas, orientarlas... ejemplo, cuando pasan tres semanas y no hay yogurt, cuando se pierde la papa...
- Las entrevistas de personalidad dan una nota distintiva, aportan humanismo a la radio, y deben planificarse... entrevistas no solo a personalidades, sino a maestros, a albañiles, a pioneros... a gente trabajadora... a los protagonistas.
- Los géneros como los grandes reportajes investigativos, los testimonios o radio-documentales deben tener su espacio en la programación.

Solo con una mayor organización del trabajo y una correcta planificación editorial se le podrá dar un seguimiento constante al ámbito noticioso provincial.

Los canales para que esto suceda existen, solo hay que adecuar la realidad a los intereses editoriales del medio y de quienes nos rigen y orientan, que en un sistema como el nuestro (donde los medios son sociales y la información es un bien público), deben estar dirigidos a responder a los intereses informativos de la población.

Propuestas

- Realizar una correcta planificación editorial.
- Encargar trabajos, para lograr el balance de géneros (y otros). Identificar potencialidades de cada periodista...
- Establecer rutinas productivas (un medio es como una fábrica).
- Hacer variaciones a los espacios informativos cuando lo requieran.

- Propiciar (facilitar) el periodismo investigativo.
- Crear un mecanismo que permita la cobertura provincial, de una manera intencional. Seleccionar y controlar este tema.
- Incrementar la exigencia y el control sobre el trabajo diario.
- Estimular adecuadamente a quienes trabajan mejor.
- Facilitar y exigir la realización radial (uso de recursos radiales).
- Realizar un seguimiento constante a los espacios (monitoreo) y al trabajo de los periodistas (evaluación) por parte de los directivos y la comisión de calidad.
- Escuchar los espacios noticiosos (los periodistas y los jefes del informativo).
- Debatir “trabajos” en las reuniones de trabajo. Destacar a los mejores y mencionar los peores.
- Incrementar las acciones de superación. Actualizar constantemente, determinar puntos débiles y trabajar sobre ellos.
- Hacer un uso más adecuado de la evaluación periodística.
- Darle participación a los periodistas más preparados para que dirijan espacios informativos.
- Aprovechar la primera graduación de periodismo del año 2013 y garantizarles llegar a una radio diferente, porque como estamos hoy tendremos poco que enseñarles.

ANEXO 19

“Sobre periodismo radial”

Por Bárbara Chacón, Radio Ciudad del Mar

La reiteración radial es necesaria, es imprescindible, constituye un método de entrenamiento y una vía segura ante la heterogeneidad de públicos y la variedad de sus horarios; en tanto la repetición indiscriminada subestima el sistema perceptivo de los oyentes habituales que son mayoría, los agota, suscita rechazo, la crítica, no se escucha . Apagan la radio.

No hay nada tan recurrente como el mensaje de aquel viejo proverbio que reza: ¡Tanto va el cántaro a la fuente, hasta que se rompe!..., ese es un efecto muy similar al que produce en los oyentes la repetición burda de los productos informativos radiales.

La radio es **reiterativa**, pero eso en español no significa literalmente **repetitiva**. El facilismo, el desconocimiento de ciertos aspectos de la comunicación y las posibilidades para cortar y pegar que nos ofrece la tecnología digital, propician ese fenómeno de la repetición con las mismas comas, pelos y ariales, del que no se desprende todavía un gran número de emisoras del país.

No siempre el universo informativo llega tan oportuno como variado, ni el tiempo radio se multiplica para diversificar tanto como seguramente es el interés de todos los jefes de información, directores de espacio etc. Ni tanto menos cuando en ocasiones el servicio a través de la INTERNET al llegar a las redacciones se nos aleja bastante de la excelencia; todo ello conspira, se confabula.

La reiteración es necesaria, es imprescindible, constituye un método de entrenamiento y una vía segura ante la heterogeneidad de públicos y la variedad de sus horarios; en tanto **la repetición indiscriminada** subestima el sistema perceptivo de los oyentes habituales que son mayoría, los agota, suscita rechazo, la crítica, no se escucha. Apagan la radio.

La reiteración lógica y creativa, como la redundancia radial, se agradecen, porque aportan elementos que no se codificaron antes, completan el mensaje, ayudan a conformar una opinión verídica, no tergiversada.

La reiteración es un arma sutil, se entroniza con suavidad y se codifica en el sistema de información que el oyente capta por la onda radial, pero la repetición ocasiona el efecto contrario a lo deseado.

En cada informativo debiera incrementarse el control sobre las repeticiones en los materiales listos para cabina, y fomentar la reelaboración como práctica obligada tanto de los cables como de los trabajos de reporteros cuando ya fueron publicados una vez, amén de las notas oficiales que por supuesto y como práctica en el mundo entero, se transmiten tal cual llegan a la redacción o con muy pocos cambios en su diseño.

En un monitoreo reciente escuché la misma información de zafra de una provincia central publicada en el Suplemento del medio día, en dos de los boletines de la tarde, en el Noticiero provincial y en el resumen de la media noche. Al despertar al día siguiente, apareció la misma información con pelos y lunares idénticos en la revista informativa de la mañana en dos de sus boletines, con titular al cierre del espacio.

En 16 salidas al aire de programas informativos con materiales escritos, ese día, ocho repitieron la información de zafra comenzando siempre igual, lo que indica que hubo repetición flagrante en el 50 % de las veces. A ello le pudiéramos sumar cuántas veces fueron publicados de la misma manera otros trabajos líderes - que son los que se repiten- con otras temáticas en tan solo horas de diferencia. El resultado ya se conoce.

Trabajar en computadora le propició al periodista pegarla en la cuartilla destinada al Noticiero de la tarde y en la de la Revista del día siguiente, ya lo había hecho para el Suplemento, luego esa misma información la repitieron las redactoras de cada turno para los despachos restantes con el mismo sistema de corta y pega, y san se acabó. Facilismo del más auténtico. Realmente, su contenido ameritaba acaparar la audiencia y merecía el titular consiguiente, pero dicha de esa forma, siempre igual, resultó un desastre hasta para los locutores.

Reelaborar los materiales es la clave, en tanto el control sobre lo que ya salió, y la revisión a la forma en que va a salir nuevamente son métodos contra la repetición despiadada que puede afectar a la Radio Cubana. Las cosas hay que decirlas muchas veces, encontrar sus aristas, aprovechar todos sus enfoques, pero hacerlo atractivo. Siempre hay que volver a trillar el mismo sendero, pero se puede hacer sin desfachatez.

Bárbara Chacón, Radio Ciudad del Mar

ANEXO 19

VIII Concurso Nacional de Noticieros Estelares “Habana 2013”

Dictamen- Noticiero Provincial de Radio- Radio 26 Matanzas.

De: maybe.dia@r26.icrt.cu

Para: dirección@infomed.cu

Cc: alina.morales@r26.icrt.cu

Asunto: Concurso de noticieros.

Aspectos positivos:

- Cumplimiento del balance geográfico con el 67 por ciento.
- Selección de titulares y dosificación.
- Aplican la yuxtaposición dialéctica.
- Presencia de la reiteración lógica y creativa.

Aspectos negativos:

- La primera información resultó muy extensa, pudo dosificarse en dos momentos.
- La entrevista en el Perico no se presentó como tal aunque tuvo el cierre correspondiente al género.
- La información de Colón es muy extensa. Hay que aplicar la síntesis informativa.
- Exceso de géneros periodísticos con siete. Es un grave error. Un noticiero debe contar con un comentario de actualidad y uno o dos géneros periodísticos más. Además, la dosificación, por exceso, fue deficiente. Un noticiero es para dar informaciones.
- El llamado comentario es un resumen de textos. No hay opinión.
- El desarrollo de los avances está muy distante de su promoción.
- Incorrecta ubicación de la autopromoción.
- Ausencia de la hora.
- En el caso del reportaje no se hace alusión a ese género.
- La entrevista sobre el consumo de electricidad no se presenta como tal. No se agradece ni dice quién habló.
- La ubicación de la sección cultural casi al final del programa.

Jurado:

Tony: El noticiero de Matanzas fue el que más deficiencias presentó. Muchas veces le dije a la directora y sobre todo a Víctor que mandaran el noticiero al concurso y siempre me quedé esperando. Muchos de los señalamientos del dictamen no existirían. Le diré que los mejores noticieros fueron precisamente los fundadores del concurso en el 2005. Estoy en la mejor disposición de ayudarlos, sin cobrar un centavo. Los compañeros de Jagüey recibirán algunos documentos metodológicos y la grabación del noticiero Gran premio.

Félix. Telf. 6622269

(*Fue suave, el noticiero tiene más deficiencias, ejemplo: se fue sin internacionales)

ANEXO 20
PLAN TEMÁTICO DEL MES DE ABRIL DE 2013
Dirección Provincial de Radio Matanzas
Departamento Informativo

#	ACTIVIDAD	Fecha	Género	Ejec.	Espacio	Cump.
1	REFLEXIONES, DISCURSOS Y OPINIONES DE FIDEL: <ul style="list-style-type: none"> Destacar las principales ideas expresadas por Fidel en la entrevista con la prensa nacional el pasado 3 de febrero cuando ejerció su derecho al voto. Resaltar la reflexión del líder de la Revolución Cubana por la muerte del presidente Hugo Chávez, donde destaca que con la desaparición física del patriota venezolano “falleció el mejor amigo que tuvo el pueblo cubano a lo largo de su historia”. 	T/M	T/G	T/P	Página Web, blogs y redes sociales	
		T/M	T/G	T/P	Página Web, blogs y redes sociales	
2	INTERVENCIONES Y OPINIONES DE RAÚL: <ul style="list-style-type: none"> Resaltar los principales temas tratados por el presidente cubano Raúl Castro Ruz durante la reunión ampliada del Consejo de Ministros el viernes 15 de marzo de 2013, entre los que se destacan: <ol style="list-style-type: none"> Resaltar la necesidad de trabajar con disciplina y exigencia para que el país se desarrolle de manera sustentable. Realizar trabajos sobre el Plan Turquino Manatí para los pobladores de la Ciénaga de Zapata, como zona con regulaciones especiales, donde resulta necesario aplicar un tratamiento diferenciado en función de intereses medioambientales, histórico-culturales, económicos, de la defensa, la seguridad y el orden interior. Estado de las cuentas por pagar y por cobrar en Matanzas y la importancia de la conciliación. Poner ejemplos concretos. Darle seguimiento al proceso de recuperación y desarrollo del sistema ferroviario en la provincia. Resaltar cómo debe ser un cuadro revolucionario, a partir de la cita de Fidel: “No ambicionar nunca cargos, que los hombres lleguen a los cargos que les correspondan por sus méritos, por su trabajo, por sus virtudes, por su patriotismo...”. Usar como fuente al Che. 	11-abril	Comentario	Roberto	NP Y ÓRBITA	
		T/M	Reportaje Entrevista	Noelis	T/E y Web	
		T/M	Comentario Reportaje Entrevista Información	Yarislay, Yirmara, Arlene S, Nereyda	T/E y Web	
		Segunda semana		Dunia y Jessica	T/E y Web	
		12 abril	Información Reportaje	Robert	NP Y ÓRBITA	

	<p>6. Resaltar el orgullo que representa para los matanceros que el Parlamento cubano sea encabezado por el compañero Esteban Lazo Hernández, miembro del Buró Político, un negro de origen humilde, cortador de caña desde muy joven, obrero en el molino y secadero de arroz de Jovellanos.</p> <p>7. Destacar cómo se avanza en la aplicación de los Lineamientos del VI Congreso del PCC. A aquellos que dentro o fuera del país, con buenas o malas intenciones, nos alientan a ir más rápido, les decimos que continuaremos sin prisa, pero sin pausa, con los pies y los oídos bien pegados a la tierra, sin terapias de choque contra el pueblo y sin dejar a ningún ciudadano desamparado, superando la barrera del inmovilismo y la mentalidad obsoleta en favor de desatar los nudos que frenan el desarrollo de las fuerzas productivas, o sea, el avance de la economía, como cimiento imprescindible para afianzar, entre otras esferas, los logros sociales de la Revolución en la educación, la salud pública, la cultura y el deporte, que debieran ser derechos humanos fundamentales y no un negocio particular.</p> <p>8. Destacar la necesidad del enfrentamiento a las indisciplinas e ilegalidades de todo tipo, incluyendo el combate a las manifestaciones de corrupción que atentan contra las bases mismas de nuestro sistema social.</p>	<p>17 abril</p> <p>20 abril</p> <p>22 abril</p>	<p>Comentario</p> <p>Comentario o crónica comentada</p> <p>Comentario</p> <p>Comentario</p>	<p>o</p> <p>Roberto</p> <p>Yirmara</p> <p>Barbarita</p>	<p>NP Y ÓRBITA</p> <p>T/E y Web</p> <p>NP Y ÓRBITA</p>	
3	<p>JORNADA POR EL ANIVERSARIO 60 DEL 26 DE JULIO (julio de 2012- diciembre de 2013)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer cómo se gestó la “Generación del Centenario”, quiénes la integraron, dónde se preparaban para las futuras acciones, cómo adquirieron las armas, cómo reunieron el dinero necesario para preparar las acciones (con énfasis en los matanceros). • Explicar la influencia del pensamiento de José Martí en los jóvenes que conformaron la llamada “Generación del Centenario”. • Hacer reseñas que den tributo a los héroes y 	<p>30-abril</p> <p>20 abril</p>	<p>Crónica</p> <p>Crónica</p> <p>Reseña</p>	<p>Barbarita</p> <p>Janay</p>	<p>NP Y ÓRBITA</p> <p>T/E y Web</p>	

	mártires de la Generación del Centenario de la provincia de Matanzas. Crear página o dossier en la Web sobre el tema.	T/M	s	Yovana, Janay, Anita	T/E y Web	
4	<p>IMPLEMENTACION DE LOS LINEAMIENTOS DE LA POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL DEL PARTIDO Y LA REVOLUCIÓN Y LOS OBJETIVOS DE LA PRIMERA CONFERENCIA NACIONAL DEL PCC:</p> <ul style="list-style-type: none"> Afianzar el concepto de que Cuba está actualizando su modelo económico, no lo está reformando, pues la reforma incluye cambio de estructura en su base económica y de propiedad, y esto no ocurrirá. Darle seguimiento a la producción de alimentos en la provincia: leche, yogurt, pastas, pan, y los de la agricultura: viandas, hortalizas, granos y carne. Explicar las nuevas y variadas formas de financiamiento para el desarrollo de la agricultura, que permitirán el incremento de los resultados. Darle seguimiento a la zafra azucarera en la provincia. Realizar análisis sobre deficiencias, causas de los atrasos. realizar trabajos donde se destaque el trabajo de los obreros azucareros. Darle tratamiento al tema de la exigencia sistemática a todos los organismos para evitar que se acumulen impagos al sector campesino. Hacer un reportaje donde se contrasten buenos y malos ejemplos. Explicar la necesidad que tiene nuestro país de una planificación económica equilibrada, acorde con las circunstancias actuales en Cuba y en el resto del mundo. 	8 abril T/M Tercera semana T/M Cuarta semana 26 abril	Comentario Informaciones Entrevistas Comentario Entrevista Información Entrevistas Reportaje Comentario	Roberto Tirse, Nereyda, Arlene, Tamará Tirse Tirse Tirse Roberto	NP Y ÓRBITA T/E y Web T/E y Web T/E y Web NP Y ÓRBITA	
5	<p>VENEZUELA Y EL PROCESO BOLIVARIANO</p> <ul style="list-style-type: none"> Por todas las vías continuar resaltando las extraordinarias manifestaciones de dolor y a la vez de apoyo a la obra y legado del comandante presidente Hugo Chávez Frías después de su deceso, destacando que sus ideales y ejemplo siempre estarán presentes en el rumbo de la región latinoamericana. 	T/M	T/G	T/P	T/E, Web, Blogs y Redes Sociales	

	<ul style="list-style-type: none"> • Dar amplia divulgación a las elecciones del 14 de abril en Venezuela y a la candidatura del compañero Nicolás Maduro quien ha asegurado que el pueblo le va a dar al Comandante Chávez millones de votos. Realizar un dossier para este día, donde se resalte la figura de Chávez, Maduro y la Rev. Bolivariana. • Resaltar la presencia en la República Bolivariana de Venezuela de miles de cubanos que resueltamente continuarán apoyando el proceso iniciado por Chávez de bienestar social para el pueblo en esferas de la salud, la educación y los deportes. Actualizar cifra de personal de la salud, la educación y el deporte, que prestan ayuda en ese país. Realizar entrevistas a colaboradores. • Realizar trabajos donde se destaque el apoyo que brinda Cuba en la formación de médicos venezolanos. 	Segunda y Tercera semanas	T/G	T/P	T/E, Web, Blogs y Redes Sociales	
		T/M	Información Entrevistas	Giselle, Dunaikis, Ailene, Arlene Y Neryda	T/E y Web	
		15 de abril	Reportaje	Gisselle	T/E y Web	
6	BLOQUEO: <ul style="list-style-type: none"> • Difundir los principales conceptos e ideas que se expresan en el libro “¿Embargo o bloqueo?”, de Rodolfo Dávalos, presentado en la XXII Feria del Libro. • Ilustrar el impacto del bloqueo en la salud. • Realizar trabajos donde se destaque el impacto del bloqueo en la educación artística y la educación especial en Matanzas. 	15 abril	Comentario	Roberto	NP Y ÓRBITA	
		Cuarta semana	Entrevista	Giselle	T/E y Web	
		Tercera semana	Reportaje Entrevista	Dunaikis	T/E y Web	
7	OTROS CONGRESOS 2013 <ul style="list-style-type: none"> - Continuar dando cobertura al proceso asambleario 8vo Congreso de los CDR (Ahora a nivel municipal). - Realizar entrevistas a cederistas destacados (que hayan sido dirigentes de los CDR por muchos años), donde se resalte el papel de los CDR en estos 52 años. - Darle seguimiento al 9no congreso de la FMC. Actualizar cómo marcha el proceso, cómo se desarrolla en la provincia... - Realizar un trabajo donde se destaque el papel de las Casas de Orientación a la mujer y a la familia. ¿Cuántas existen en Matanzas, cómo funcionan, quiénes trabajan en ellas, dónde radican, cómo se llega a ellas?, y poner ejemplos de personas que hayan sido ayudadas... 	T/M	Informaciones Reportajes	Marta	T/E y Web	
		T/M		Marta	T/E y Web	
		5- abril	Entrevistas	Ailene	T/E y Web	
		27 abril	Información	Ailene y Jessica	T/E y Web	

	- Continuar dando seguimiento al proceso de renovación y/o ratificación de mandatos de la ANAP.	T/M	Reportaje	Tirse	Web	
			Información		T/E y Web	
8	<p>CINCO HÉROES: En el 2013 se cumplen 15 años de injusta condena.</p> <ul style="list-style-type: none"> Continuar nuestra denuncia en las redes sociales, con énfasis los días cinco de cada mes, para exigir la liberación de los Cinco. Utilizar las etiquetas #Freethefive, #ObamaGivemeFive, #LosCinco, #LiberenlosCincoYa, #ObamaFreethefiveNow. Dar seguimiento a todas las campañas que se generen en el mundo donde se insista que el presidente Obama tiene toda la autoridad de anular las injustas condenas. Resaltar las injusticias cometidas hacia los Cinco y sus familias. Denunciar cómo son violados los derechos humanos y legales de Fernando, Gerardo, Antonio y Ramón, presos en cárceles de norteamericanas donde son sometidos a maltratos y chantajes. 	T/M	T/G	T/P	T/E, Web, Blogs y Redes Sociales	
		T/M	Comentarios	Osvaldo	Órbita	
		5- abril	Comentario	Janay	T/E y Web	
9	<p>PROCESO XX CONGRESO DE LA CTC</p> <ul style="list-style-type: none"> Hacer una breve reseña de los congresos I, X, XIII y XIX de la CTC. Realizar entrevistas a Héroes y Heroínas del Trabajo de la República de Cuba de la provincia. Realizar entrevistas a dirigentes sindicales históricos, y afiliados de diferentes sectores con loable trayectoria. Continuar dándole cobertura al proceso asambleario XX Congreso de la CTC en la provincia. Crear una sección en Órbita para entrevistar a trabajadores destacados. 	24 abril	Reseña	Yovana	T/E y Web	
		T/M	Entrevistas	Yovana	T/E y Web	
		T/M	Entrevistas	Yovana, Arlene, Nereyda	T/E y Web	
		T/M	Informaciones	Yovana	T/E y Web	
		15 abril	Entrevista	Yovana	Órbita y Web	
10	<p>ACTIVIDADES POR EL PRIMERO DE MAYO</p> <ul style="list-style-type: none"> Entrevista a Sec. CTC en la provincia sobre convocatoria a todos los trabajadores y el pueblo de Cuba a la celebración del Primero de Mayo en 	5- abril	Entrevista	Yovana	T/E y Web	

	<p>el marco de la Jornada Ideológica del 5 de abril al 5 de mayo con el lema “Unidos por un socialismo próspero y sustentable”.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Divulgar las actividades, políticas, patrióticas, productivas, culturales y recreativas que organicen todos los sectores. • Destacar el nivel de sindicalización de los trabajadores no estatales en la provincia. Entrevistar a trabajadores sindicalizados, exponer beneficios... • Preparar la cobertura periodística durante el desfile y concentración por el Primero de Mayo. 	<p>Última semana de abril</p> <p>22 abril</p> <p>Última semana de abril</p>	<p>Información Entrevista Reportaje</p> <p>Reportaje</p> <p>T/G</p>	<p>T/P</p> <p>Yovana y Yarisla y</p> <p>Yovana, Anita, Dunaikis, Tirse, Sergio, Dianelis, Ailene, Gisselle y Jessica.</p>	<p>T/E y Web, Blogs y Redes Sociales</p> <p>T/E y Web</p> <p>T/E y Web</p>	
<p>1 1</p>	<p>SALUD PÚBLICA. SITUACIÓN EPIDEMIOLÓGICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualizar información respecto a la proliferación (o no) del mosquito Aedes Aegypti en la provincia. • Destacar papel de la familia en el control del mosquito Aedes Aegypti. Explicar por qué prolifera en este tiempo, cómo combatirlo, todas las enfermedades que transmite, cómo es... • DROGA: • Realizar un trabajo sobre el tratamiento al tema del alcoholismo en la provincia. Contrastar venta de alcohol, consumo, prevalencia de alcoholismo (edades, género) y tratamiento médico. Insistir en elementos que demuestren lo nocivo de este flagelo que afecta no solo a los consumidores sino al seno familiar completo desde el punto de vista psicológico-emocional. • VIH-sida • Destacar la importancia de la realización de la campaña “Hazte la Prueba”. Especificar cómo se puede acceder a ella. • Actualizar información sobre infestados en Pedro Betancourt. Realizar entrevistas a personas que 	<p>Primera semana</p> <p>Primera semana</p> <p>Cuarta semana</p> <p>Segunda</p>	<p>Información</p> <p>Comentario y entrevista</p> <p>Reportaje</p> <p>Entrevista</p>	<p>Giselle</p> <p>Giselle</p> <p>Giselle</p> <p>Giselle</p> <p>Nerey</p>	<p>T/E y Web</p> <p>T/E y Web</p> <p>T/E y Web</p> <p>T/E y Web</p>	
<p>133</p>						

	<p>viven con VIH, donde se destaque la responsabilidad sexual y la importancia del sexo seguro.</p> <ul style="list-style-type: none"> • PROGRAMA INTEGRAL PARA EL CONTROL DE CÁNCER EN CUBA • Realizar trabajos que muestren el trabajo de los médicos, especialistas y técnicos en el diagnóstico, control, tratamiento y prevención del cáncer en el país. (Hospital Oncológico de Matanzas, grupos de ayuda) 	<p>da semana</p> <p>Segunda semana</p> <p>Tercera semana</p>	<p>Información Entrevista</p> <p>Reportaje</p>	<p>da</p> <p>Gisselle</p>	<p>T/E y Web</p> <p>T/E y Web</p>	
1 2	<p>JORNADA POR EL ANIVERSARIO 51 DE LA UJC Y 52 DE LA OPJM (Marzo-Diciembre)</p> <p>Con motivo de celebrarse el próximo 4 de abril los 51 años de historia de la UJC y los 52 de la OPJM:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Continuar el seguimiento al proceso orgánico del II Congreso de la Asociación Hermanos Saíz (AHS), desde el 20 de marzo y hasta el 30 de abril. • Resaltar el papel de vanguardia de la UJC, de las organizaciones que la nutren, los nuevos retos, las principales actividades por el 4 de abril. (Entrevista a primer sec. UJC en la provincia). • Realiza un reportaje donde se destaque el papel del estudiantado universitario cubano contra el fraude y la necesidad de fortalecer el estudio consciente como base para lograr mejores resultados. • Hacer comentarios que demuestren cómo se ha venido cumpliendo en la provincia el acuerdo del VII Congreso de la FEU acerca del pago del transporte público de los estudiantes. 	<p>11 abril y T/M</p> <p>4- abril de 2013</p> <p>26 abril</p> <p>23 abril</p>	<p>Información Reportaje</p> <p>Entrevista</p> <p>Reportaje</p> <p>Comentario</p>	<p>Dunia</p> <p>Dunia</p> <p>Ailene</p> <p>Guillermo</p>	<p>T/E y Web</p> <p>T/E y Web</p> <p>T/E y Web</p> <p>T/E y Web</p>	
1 3	<p>CAMPAÑA PARA EL USO RACIONAL DEL AGUA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Continuar informado sobre la recontractación de agua para el sector estatal. Destacar organismos más avanzados y criticar a los morosos. • Actualizar sobre la sequía en la provincia. Causas y consecuencias. • Continuar informando sobre el programa de rehabilitación de redes de distribución de agua 	<p>27 abril</p> <p>15 abril</p>	<p>Información</p> <p>Información</p>	<p>Noelis</p> <p>Dianelis</p> <p>Noelis</p>	<p>T/E y Web</p> <p>T/E y Web</p>	

	potable en la provincia.	T/M	Información Entrevista		T/E y Web	
1 4	CONSUMO ELÉCTRICO. - Actualizar información sobre ahorro de energía eléctrica en la provincia. Informar sobre principales gastadores y destacar a los más ahorradores. - Comentar sobre maneras de ahorrar electricidad en los hogares, por ser este un segmento derrochador de energía eléctrica. Trabajar el tema del ahorro de energía en el sector de los trabajadores por cuenta propia. - Realizar trabajo sobre tratamiento al gasto de energía por estos trabajadores no estatales. (Consideraciones, ¿contadores separados para ellos?, ¿cuentas de la electricidad por separado?)	16 abril 4 abril Cuarta semana	Información, Entrevista Comentario Reportaje, Entrevista	Anita Anita Anita	T/E y Web T/E y Web T/E y Web	
1 5	INCENDIOS FORESTALES • Actualizar información sobre la ocurrencia de incendios forestales en esta época de sequía y sus consecuencias lamentables para la economía y para la preservación de nuestra flora y fauna y el medio ambiente. (Bomberos, CITMA y Agricultura).	Segunda y tercera semana	Entrevista Información Comentario	Dianelis Sergio Tirse	T/E y Web	
1 6	VALORES: • Resaltar la importancia de saber escuchar y no imponer las ideas. En ese sentido insistir en el recurso diálogo. • Destacar el valor de la honestidad y la sencillez. • Realizar entrevistas a maestros con años de experiencia, donde se destaque su papel como formadores de valores y hablen sobre cómo debe ser un buen maestro. • Realizar entrevistas a médicos con una trayectoria destacada para que expongan sus ideas acerca de la ética médica.	8 abril 29 abril Segunda semana Tercera semana	Comentario Comentario Entrevista Entrevista	Roberto Barbarita Dunaikis Gisselle	NP Y ÓRBITA T/E y Web T/E y Web T/E y Web	
1 7	LUCHA CONTRA LAS INDISCIPLINAS SOCIALES - Actualizar información sobre el maltrato a la telefonía pública en la provincia. - Realizar un trabajo sobre el cuidado de los ómnibus.	11 abril	Comentario	Dianelis	T/E y Web	

	<p>Disciplina en ellos, al subir, al pagar... Indagar con los chóferes, población, directivos del sector.</p> <p>- Hacer un trabajo sobre el uso del uniforme en los niños al salir de la escuela. Indagar sobre el respeto que sienten ellos por el uniforme, qué piensan los padres y los maestros.</p> <p>- Realizar un trabajo sobre los acaparadores y revendedores. Impunidad con que actúan.</p> <p>- Darle seguimiento al tema de las ilegalidades o violaciones relacionadas con la venta de materiales a la población.</p> <p>- Realizar un trabajo sobre la calidad del pan, estabilidad, venta, venta ambulante...</p> <p>- Realizar trabajos en todos los géneros sobre el ordenamiento urbanístico, las principales violaciones y las leyes que penan esas violaciones. (Caso Varadero y Cárdenas).</p> <p>- Trabajar el tema de la higiene ambiental en las ciudades, la importancia de la disciplina en la recogida de basura y la eliminación de vertederos.</p> <p>- Realizar trabajos sobre la importancia de rescatar la disciplina laboral en todos los centros. Refrescar Res 187 y 188 del MTSS.</p>	<p>26 abril</p> <p>Cuarta semana</p> <p>Tercera semana</p> <p>6 abril</p> <p>Tercera semana</p> <p>Primera semana</p> <p>T/M</p> <p>23 abril</p>	<p>Reportaje</p> <p>Reportaje</p> <p>Reportaje</p> <p>Comentario</p> <p>Reportaje</p> <p>Entrevista</p> <p>Comentario, reportajes.</p> <p>Entrevista</p>	<p>Dunia</p> <p>Dunaikis</p> <p>Noelis</p> <p>Noelis</p> <p>Yarislay</p> <p>Noelis</p> <p>Giselle, Arlene y Nereyda</p> <p>Yovana</p>	<p>T/E y Web</p>	
18	<p>EDUCACIÓN, PREVENCIÓN Y SEGURIDAD VIAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> Continuar (y lograr estabilizar) la sección del tránsito. Insistir en el uso del cinturón de seguridad. Continuar promoviendo el Concurso de Adultos "Tránsito 2013" Informar sobre prevalencia de accidentes en la provincia y otros temas vinculados a la Ley 109. 	T/M	Entrevista	Sergio, Ailene	T/E y Web	
19	<p>EFEMÉRIDES</p> <p>2 - Día Mundial de conciencia sobre el autismo.</p> <p>4 de abril - Aniversario 51 de la UJC y 52 de la OPJM</p> <p>5 de abril de 1958- Es asesinado en Matanzas, Juan Ávila Acosta, integrante del MR-26-7. Nació en Pedro Betancourt.</p>	<p>2- abril</p> <p>3,4 y 5- abril</p> <p>5- abril</p>	<p>Crónica o entrevista</p> <p>Información, entrevista</p>	<p>Giselle</p> <p>Dunia Ailene, Dunaikis</p> <p>Nereyda</p>	<p>T/E y Web</p> <p>T/E y Web</p> <p>T/E y</p>	

6 - Día Mundial de la Actividad Física.	6- abril	Reseña		Web
6- abril de 1863- Se inaugura el Teatro Esteban, conocido posteriormente como Sauto.	6- abril de 2013	Comentario	Guillermo	T/E y Web
7 - Día Mundial de la Salud. (Contrastar salud en Cuba con el mundo)	7- abril	Reportaje	Jessica Gicel	T/E y Web
8 Día del Pescador Cubano.	8- abril	Información	Giselle	T/E y Web
9- Aniversario 55 de la Huelga del 9 de abril.	9- abril	Comentario	Yovana Noelis	T/E y Web
10 - Aniversario 52 de los Círculos Infantiles en Cuba.	10- abril	Información Crónica	Roberto	NP Y ÓRBITA
11 - Día Mundial del Parkinson.	11- abril	Comentario	Dunaikis, Arlene	T/E y Web
11- abril- 1958- A consecuencia de la represión desatada por la tiranía batistiana después de la Huelga del 9 de Abril es asesinado en Los Arabos José María Duarte Oquendo.	11- abril	Información, Reportaje, Entrevista	Giselle	T/E y Web
12 - Día del cosmonauta. (Resaltar a través de una crónica aquella vez cuando Arnaldo Tamayo voló al cosmos. Buscar curiosidades asociadas a ese evento).	12- abril	Información	Jessica	T/E y Web
13 - Día del psicólogo cubano. (Entrevistar a psicólogo, entrevista profesional...)	13- abril	Entrevista o Crónica	Barbarita	T/E y Web
16 - Día del Miliciano.	16- abril	Entrevista o Crónica	Giselle	T/E y Web
16 de abril - Aniversario 52 de la proclamación del carácter socialista de la Revolución	16- abril	Entrevista o Crónica	Giselle	T/E y Web
17 - Día de la DAAFAR.	17 y 16	Crónica	Marta	T/E y Web
17 - Día Internacional del circo.	17- abril	Entrevista	Roberto	T/E y Web
18 - Día del tanquista.	18- abril	Entrevista	Marta	T/E y Web
18 - Día Internacional de los Monumentos.	18- abril	Entrevista	Roberto	T/E y Web
19 de abril- Aniversario 52 de la Victoria de Playa Girón	19- abril	Reportaje	Jessica Gicel	NP Y ÓRBITA
21 de abril - Aniversario 55 de la explosión de Villa Gloria en Versalles, Matanzas	21- abril	Entrevista	Jessica Gicel	T/E y Web
23 - Día del Idioma. ¿Cómo hablamos los cubanos?	23- abril	Comentario	Marta	T/E y Web
25- de abril de 1928- Nace en Limonar Horacio Rodríguez Hernández, dirigente obrero, integrante del MR- 26-7 y del Ejército Rebelde, caído en combate en Manzanillo.	25- abril	Información	Dianelis	T/E y Web
28 - Día Mundial de la seguridad y salud en el trabajo.	28- abril	Crónica	Marta Noelis	T/E y Web
	19- abril	Información	T/P	

<p>29 - Día Internacional de la Danza. (Entrevista a Liliam Padrón sobre su proyecto).</p> <p>29 de abril - Aniversario 57 del ataque al Cuartel Goicurúa. (Coordinar con nietos y familia de Reynold García para hacer trabajo sobre la figura de Reynold)</p>		Información	Anita	T/E y Web
	21-abril	Información	Idania	T/E y Web
	23-abril	Comentario	Tirse	
	25-abril	Entrevista	Yovana	T/E y Web
	18-abril	Reportaje	Gicel	T/E y Web
	29-abril	Reportaje	Ailene y Dianelis	T/E y Web
	29-abril	Comentario		T/E y Web
		Reseña		T/E y Web
	Información		T/E y Web	
	Entrevista			
	Entrevista			
	Información			
	Reportaje			