



TRABAJO DE DIPLOMA

Para Optar por el Título de:

Licenciada en Estudios Socioculturales

Título: Nivel de audiencia del “Noticiero Actualidades” de Moa TV en el reparto Caribe.

Autora: Yarina Leyva Durán

Tutora: Lic. Iris Domínguez Matos

Moa, 2015

“Año 57 de la Revolución”

Creado con



nitro PDF

professional

descargue la prueba gratuita online en nitropdf.com/professional

download the free trial online at nitropdf.com/professional

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Declaro que soy la única autora de la tesis titulada: Nivel de audiencia del “Noticiero Actualidades” de Moa TV en el reparto Caribe y autorizo al Instituto Superior Minero Metalúrgico de Moa “Dr. Antonio Núñez Jiménez” a hacer uso del mismo en su beneficio.

Para que así conste, firmo la presente a los ____ días del mes de _____ del año 2015.

Yarina Leyva Durán

Lic. Iris Domínguez Matos

Firma del autor

Firma de la tutora

PENSAMIENTO

“La televisión es una conquista de nuestra civilización y aún en ciernes, despunta hacia mejores logros, hacia mayores realizaciones. Después ya, como arte de nuestro tiempo, en características definidas que se afinquen a las esencias de la sociedad actual”

Humberto Bravo Alcántara

DEDICATORIA

Son muchas las personas a las que les dedicaría este trabajo por su amistad y por ayudarme durante este período tan difícil. Pero no alcanzarían las hojas para agradecerles, en resumen se lo dedico a:

A mi pequeña Melany y a mi esposo Leandro por todo su amor y ayudarme tanto. Porque no hay nada más importante para mí que tenerlos a mi lado.

A mis padres, por todos estos años dedicados y ser amigos y responsables de tantos sueños.

A mi suegra, a mi suegro y a mi cuñada, a mis hermanos, por su infinito apoyo. En fin a toda la familia.

A Iris Domínguez Matos, por ser guía imprescindible de esta investigación.

A Gelin Guaspe Breff, por sus consejos siempre tan oportunos y su apoyo.

A los entrevistados y al pueblo de Moa que también hicieron posible esta investigación.

A Dios guiarme por el buen camino y por darme fuerzas para lograr mi sueño.

AGRADECIMIENTO

Un trabajo como este no lo hubiera realizado sin la atención y la ayuda de muchas personas que de una forma u otra aportaron su granito de arena y me ayudaron a salir adelante, a todos ellos muchas gracias y mi afectuoso agradecimiento.

A mis padres, mi niña, mi esposo, mi suegra, mi cuñada, mis hermanos, que los adoro por ser tan especiales en mi vida.

A mi tutora la Lic. Iris Domínguez Matos, que con su ayuda incondicional y su entrega me permitió la realización de este trabajo.

A todos mis compañeros de trabajo y en especial a Gelin, Ela, Yanixa, Jesús, Lexi, Yulieska, Lisset, Vladimir, Raúl por citar algunos. Gracias por su gran ayuda y servicio.

A Yarisel y a su familia por su atención.

A todos los profesores de la carrera, por contribuir con mi formación.

En fin, a todos aquellos que de manera simple me ayudaron mucho.

RESUMEN

Los estudios de audiencia en el contexto de los medios de comunicación masiva constituyen una necesidad en los momentos actuales. Las nuevas alternativas tecnológicas ponen a prueba el uso de la televisión y la eficacia de sus contenidos, fundamentalmente noticiosos, en sus consumidores.

Las investigaciones relacionadas con este tema, constituyen en campo poco explorado en el contexto cubano, resultando contraproducente para el logro de los objetivos de la política de programación vigente.

El presente trabajo centra su análisis en determinar el nivel de audiencia del “Noticiero Actualidades” del canal Moa TV en el reparto Caribe de este municipio, por el interés que reviste para este medio conocer cómo se comporta este indicador. Por otra parte, la investigación ofrece las fundamentaciones teóricas que lo sustentan, la relación entre los noticieros de televisión y la audiencia, y la metodología utilizada, que permitieron conocer que existe insatisfacción en los televidentes con respecto a la calidad del programa, lo que resulta en su audiencia media. El trabajo finaliza con las conclusiones, donde se refleja el cumplimiento de los objetivos trazados.

ABSTRACT

Studies audience in the media's context massive they constitute a need in the present-day moments. The alternative technological news put to test the use of the television and the efficacy of their contentses, fundamentally newsworthy, in his consumers. The investigations related with this theme, they constitute at field little explored in the context Cuban, counter-productive clause for the achievement of the objectives of the policy of programming in use. The present work centers his analysis in determining audience's level of the News Bulletin Actualidades of the canal Moa TV in the delivery Carib Language of this municipality for the interest that you coat for this means, knowing like behaves this indicator. On the other hand, the investigation offers the theoretic foundations than hold it the relation between the television news bulletins and the audience, and the utilized methodology allowed knowing that dissatisfaction in the viewers regarding the quality of the program exists, that results in its half an audience. The work finalizes with the findings, where the fulfillment of the drawn objectives is reflected.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	- 1 -
CAPITULO I: NEXOS TEÓRICOS DE LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN Y SU RELACIÓN CON LA AUDIENCIA	- 6 -
1.1 La televisión en Cuba: perspectivas de desarrollo	- 6 -
1.2 Antecedentes y perspectivas de los noticieros en la televisión cubana	- 10 -
1.3 Los estudios de recepción.....	- 13 -
1.4 La investigación sobre el nivel de audiencia: su urgencia en la programación televisiva	- 15 -
1.5 De los telecentros provinciales a los canales municipales: el necesario vínculo con la comunidad	- 20 -
CAPITULO II METODOLOGÍA UTILIZADA EN LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	- 26 -
2.1 El reparto Caribe. Caracterización.....	- 26 -
2.2 El “Noticiero Actualidades”: un programa informativo para el pueblo moense, desde el telecentro Moa TV	- 27 -
2.2.1 Características del “Noticiero Actualidades” y habilitación de sus realizadores	- 30 -
2.2.2 El proceso de realización del “Noticiero Actualidades”	- 34 -
2.3 Métodos, técnicas y análisis de la muestra	- 35 -
2.3.1 Operacionalización de las variables investigadas: Conceptualización, dimensiones e indicadores	- 37 -
2.4 Análisis de los resultados.....	- 38 -
CONCLUSIONES.....	- 48 -
RECOMENDACIONES	- 49 -
BIBLIOGRAFÍA.....	- 50 -

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación masiva cada vez adquieren mayor protagonismo en la sociedad actual. Debido a su impacto sociocultural, ocupan un rol protagónico en los distintos procesos que se generan en las comunidades. Dentro de estos medios, la televisión tiene un importante rol, y las personas hacen cada vez mayor uso de sus productos informativos, con sus variados mensajes y propuestas.

La novedosa aparición de la televisión hacia los años 50 del pasado siglo XX, cambió el panorama comunicativo de la isla de Cuba. Más tarde, con el triunfo de la revolución, se convirtió en la “gran pantalla” de la realidad de la Isla y uno de los medios más demandado por la población. En la actualidad, es el resultado de un largo proceso de descentralización y territorialización, que privilegia su presencia en más de 100 municipios cubanos con telecentros, corresponsalías y canales que juntos integran el Sistema de la Televisión Cubana (STVC).

Dentro de las funciones del mismo está la de desarrollar una propuesta estético-televisiva y cultural, que se convierta en el principal sustento de legitimidad en el seno de la comunidad. Para ello, urge satisfacer los deseos y expectativas de una audiencia crítica y comprometida con su tiempo.

En los últimos años han surgido muchas experiencias, a partir del desarrollo de los canales locales, algunos incluso, se han apoyado en iniciativas creadoras para desarrollar sus programaciones, dentro de las que se incluyen los espacios informativos o noticiosos. Estos han marcando la identidad y el trabajo de la prensa en los diferentes territorios. En todos estos procesos, la labor del Centro de Investigaciones Sociales de la Radio y la TV ha sido decisiva en las estrategias de trabajo general de la programación, como en la evaluación particular de proyectos y en la toma de decisiones de carácter colectivas y la atención de los públicos especializados.

Precisamente, durante la presentación del Informe Central al VI Congreso del Partido Comunista de Cuba (PCC), en el que se debatieron profundamente los Lineamientos del Nuevo Modelo Económico; el comandante Raúl Castro Ruz llamó la atención en relación con los productos informativos y sobre “la calidad de la prensa cubana”,

destacando la “necesidad de dejar atrás el hábito del triunfalismo, la estridencia y el formalismo, para generar materiales que por su estilo capturen la atención y estimulen el debate en la opinión pública”. <http://www.cubadebate.cu/congreso-del-partido-comunista-de-cuba/informe-central-al-vi-congreso-del-partido-comunista-de-cuba-iii/>

La cultura de la información y de la transparencia constituyó el eje central de las sesiones del IX Congreso de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC), desarrollado en abril de 2013, cuyos debates se generaron a partir de las ponencias “El periodismo que requiere el socialismo cubano en el escenario mediático actual”, y “La prensa como sistema, profesionalidad y gestión de la calidad”. <http://cubasi.cu/cubasi-noticias-cuba-mundo-ultima-hora/item/19299-congreso-de-la-upec-por-una-cultura-de-la-informacion-y-de-la-transparencia>

La calidad de las programaciones informativas, del trabajo de la prensa, y la necesidad de conocer a la audiencia para la que se trabaja, ha sido objeto de análisis en diferentes reuniones y citas nacionales convocadas por el Instituto Cubano de Radio y Televisión y la UPEC. En la actualidad, constituyen líneas de trabajo del Centro de Estudios de la Radio y la Televisión, como eje transversal de la estrategia implementada por la Presidencia Nacional de la UPEC, que contempla los talleres de creación en las delegaciones de base, así como la discusión y aprobación del documento “Un periodismo en tiempo real”, encabezado por la interrogante ¿Qué periodismo necesita el socialismo cubano del siglo XXI?

La investigación que se presenta se desarrolla en Moa, uno de los pocos municipios del país que cuenta con un canal local de televisión, fundado el 7 de noviembre del 2006, como parte de una estrategia oficial para llevar la televisión a comunidades costeras y así, enfrentar la guerra ideológica y electrónica contra el país. El nombre de esta televisora fue decidido por convocatoria popular, donde Moa TV fue el más votado. A partir de entonces, la programación inició con aciertos y desaciertos propios en el surgimiento de proyectos de este tipo.

Desde su creación Moa TV ha tenido varios momentos significativos. Si bien en sus primeros momentos el canal despertó la expectativa y llegó a calar en el gusto de la audiencia, en la actualidad no ocurre lo mismo, lo que puede estar relacionado con la calidad de sus programas. Uno de estos espacios es el “Noticiero Actualidades”, que

Creado con

surgió casi a la par de la salida al aire del canal; con el objetivo de divulgar noticias, géneros periodísticos e informaciones de todo tipo relacionadas con el acontecer, político, social y económicos del rojo territorio.

Lo anterior se complementa con contenidos educativos, históricos, científicos-técnicos, deportivos y culturales que contribuyan a la educación en valores, la formación de la cultura general integral y el gusto estético de la audiencia. De manera general, y de acuerdo con lo reflejado en “La política de programación de la radio y la televisión cubana”, los canales locales deben transmitir una programación que se acople a los intereses, gustos, hábitos, nivel cultural y estilos de vida de la población donde está situado.

El análisis de las complejas variables que caracterizan el universo televisivo en general, y de los espacios informativos en particular, constituye una prioridad investigativa dentro del Sistema Nacional de Televisión. El Primer encuentro en 2015 del Grupo de Trabajo de la Presidencia de la UPEC, contempla dentro de sus 26 proyecciones de trabajo desde el año 2013 hasta el 2018, la calidad del trabajo de la prensa y su relación mediática con la audiencia.

En los casi nueve años de creado el canal no se han realizado estudios que muestren el nivel de audiencia de la programación, y fundamentalmente de su espacio informativo, el “Noticiero Actualidades”. Debido a las crecientes preocupaciones que existen relacionadas con la capacitación de los recursos humanos, deterioro tecnológico, competencia de los horarios de transmisión con las programaciones de los canales nacionales de televisión, entre otras, es necesario realizar una investigación que permita conocer el nivel de audiencia de espacio informativo, por ser el lente por el que se asoma la población moense a través de la noticia.

El **problema de investigación** radica en conocer:

¿Cuál es el nivel de audiencia del “Noticiero Actualidades” del canal Moa TV en el reparto Caribe, entre los meses de abril y mayo del año 2015?

Como objeto de estudio se tiene: los noticieros de televisión; y como campo de acción, la audiencia de los noticieros de los canales locales de televisión.

Objetivo general de la investigación:

Evaluar el nivel de audiencia del “Noticiero Actualidades” del canal Moa TV en el reparto Caribe entre los meses de abril y mayo del año 2015.

Los objetivos específicos se expresan de la siguiente forma:

- Establecer los nexos teóricos de los noticieros de televisión y su relación con la audiencia.
- Caracterizar el “Noticiero Actualidades” del canal Moa TV.
- Determinar el nivel de audiencia del “Noticiero Actualidades” del canal Moa TV en el reparto Caribe entre los meses de abril y mayo del año 2015.

La idea a defender: La evaluación del nivel de audiencia del “Noticiero Actualidades” del canal Moa TV en el reparto Caribe entre los meses de abril y mayo del año 2015, puede incidir de forma positiva en la calidad de sus productos periodísticos.

Las categorías que se analizan son las siguientes: nivel de audiencia y noticiero de televisión.

La investigación se realiza bajo los postulados de la triangulación de **métodos**: se utilizan métodos y técnicas propios de la investigación cualitativa, combinados con otros procedimientos del paradigma cuantitativo, lo que permite un análisis más completo y pormenorizado del tema investigado.

Métodos científicos: histórico-lógico, inducción-deducción, análisis-síntesis, etnográfico y fenomenológico.

Técnicas: Encuesta, entrevista estandarizada abierta y observación científica.

Procedimiento estadístico: sondeo y el cálculo porcentual.

El proceso de investigación cumple con las diez etapas propuestas por Sampier (2005, p. 20), desde el planteamiento de las nuevas ideas hasta la obtención de nuevos conocimientos. Lo anterior, posibilita la viabilidad y factibilidad del estudio.

Se considera un estudio exploratorio-descriptivo que intenta, a partir del proceso de indagación de lo desconocido, exponer los análisis sobre el tema que se investiga, profundizando en los gustos y preferencia de los públicos, su percepción sobre la

programación de Moa TV, particularmente del “Noticiero Actualidades”.

El informe de investigación cumple con los requisitos asignados a un estudio de este tipo y se estructura de la siguiente forma:

Capítulo I: Se refiere a los antecedentes históricos de los noticieros de televisión y su relación con la audiencia, uno de los principios fundamentales de los programas televisivos.

Capítulo II: En el mismo se expone una caracterización de la comunidad donde se realiza el estudio. Se detalla la metodología utilizada durante el proceso de investigación y los resultados del nivel de audiencia del “Noticiero Actualidades”, de Moa TV, entre abril y mayo del año 2015.

El aporte de la investigación incide en el conocimiento del nivel de audiencia del “Noticiero Actualidades” del telecentro municipal Moa TV en el reparto Caribe, constituyendo además, el primer estudio sobre los telerreceptores del telecentro moense, por lo que reviste un valor social. Con el estudio, se proporcionan valiosos elementos que contribuyen a resolver problemas prácticos en el proceso de realización del “Noticiero Actualidades” y de la programación de Moa TV en general.

CAPITULO I: NEXOS TEÓRICOS DE LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN Y SU RELACIÓN CON LA AUDIENCIA

“La televisión es el instrumento fundamental mediante el cual la vida nacional e internacional penetra en el seno del hogar articulándolas con la vida doméstica”.

J.R. Vidal.

El presente capítulo realiza un recorrido por diferentes momentos de la televisión en Cuba, aproximando sus reflexiones a los antecedentes y perspectivas de los noticieros. Además, se esbozan algunas generalidades sobre el conocimiento de la audiencia, algunos elementos que caracterizan el proceso de recepción y la aceptación de estos espacios televisivos.

1.1 La televisión en Cuba: perspectivas de desarrollo

La aparición del disco de Nipkow de Paul Nipkow, en 1884, representa un gran avance para hacer de la televisión un medio comunicacional relevante. Las primeras emisiones públicas de televisión las realizaron la BBC en Inglaterra en 1927, y la CBS y NBC, en Estados Unidos en 1930. En ambos casos se utilizaron sistemas mecánicos y los programas no se emitían con un horario regular. Luego, se expandiría a todo el universo ganando espacios cada vez mayores.

Cuba fue uno de los pioneros en América Latina en contar con el medio televisivo (Barreto, 2006). Su inicio oficial se realiza en 1950, siendo el tercer país del hemisferio en introducir este medio. El 24 de Octubre de este propio año, se inaugura el primer canal de televisión que estableció las operaciones regulares de transmisión de señales televisivas en la isla.

El 12 de octubre comenzó el ciclo de transmisión de prueba con vistas fijas y entrevistas, presentaciones que se mantuvieron hasta el día de la inauguración en el Palacio Presidencial, actual Museo de la Revolución. La ceremonia fue transmitida por una unidad móvil de control remoto que envió la señal a la planta y de ahí a los receptores de televisión ya existentes en Ciudad de La Habana.

La publicidad y el patrocinio caracterizaron el período pre-revolucionario de la televisión en Cuba. Contra todos los pronósticos, no fue CMQ el emporio más poderoso que

Creado con



lograra la primacía en su audiencia, sino un pequeño canal con solo tres años de creado, que inusitadamente, acopió los mínimos recursos financieros y tecnológicos para acometer la producción de programas televisivos y la difusión de una programación regular.

Los primeros programas televisivos fueron los partidos de béisbol y los espectáculos realizados desde teatros arrendados, que se conjugaron con un número reducido de programas de los géneros musicales, humorísticos y cuñas comerciales producidos en los propios set. Gracias a esta solución operativa se rompieron los moldes tradicionales en los espacios de televisión. Estas iniciativas facilitaron el sustento de la programación en algunos de los canales existentes.

Durante estos años, prevalece el apoyo integral de las firmas estadounidenses del Sector de la Electrónica y las Telecomunicaciones para propiciar el desarrollo acelerado de otros canales, bajo la firma electrónica estadounidense RCA Víctor, que buscaba posicionarse en el mercado cubano con sus receptores de TV, desplazando así a la marca Dumont.

El surgimiento de nuevos canales se produjo de manera rápida, que en menos de tres meses ya operaba un segundo canal desde La Habana, la CMQ ,TV (Canal 6). El canal fundador tuvo como Director General a Gaspar Pumarejo Such, hasta entonces Director General de Unión Radio, emisora capitalina que brindó su personal técnico y artístico, la mayoría del capital humano necesario para acometer la producción y difusión a corto plazo.

El resto de los trabajadores se captó entre personas con algunos conocimientos técnicos, y un fuerte núcleo con tradición en la dramaturgia teatral, literaria, radial y publicitaria. Estas especialidades brindaron el resto de los nutrientes básicos para la futura programación. De esa forma Unión Radio TV (Canal 4) inaugura este medio en Cuba.

Luego vendrían otros canales y en menos de tres años, cinco televisoras operaban desde la capital; pero Unión Radio TV (Canal 4), no solo se llevó las palmas de ser el pionero, sino que asumió los retos de los fundadores, al aprender a hacer y a crear televisión sobre la marcha, incursionando en los diversos géneros de programas, el diseño de la programación y en un mercado para programas, mensajes comerciales

equipos receptores de TV, agencias publicitarias, anunciantes y productores de bienes de consumo. Así se fueron conformando día a día las rutinas productivas, los métodos de gestión comercial y la afección de las personas por los productos comunicativos que generaron progresivamente el aumento de la tenencia de equipos receptores y los hábitos de teleaudiencia.

El triunfo de la revolución cubana, el primero de enero de 1959, acabaría para siempre con el monopolio televisivo que imperaba en la Isla caribeña. El medio se transforma así, en un abanderado de la cultura y la educación de las nuevas circunstancias que vive la sociedad cubana. Su poder catalizador y reproductor de la realidad, desde finales del siglo XX y hasta principios del XXI, convierte a la televisión en el medio por excelencia de los receptores. Con ella se informan del acontecer nacional e internacional.

La preocupación del estado cubano por llevar la información actualizada e inmediata a las comunidades, aparece desde los primeros momentos de la Revolución. El 30 junio de 1961 el primer ministro Fidel Castro Ruz dirige “Palabras a los intelectuales”, donde quedan expresados los principios de la política cultural del gobierno revolucionario, y que guardan relación con la Tesis y Resolución del Partido Comunista de Cuba (Arias y Astiasarán, 2008). Entre las cuestiones más apremiantes, está la formación del “hombre nuevo”, premisa en la que los medios de comunicación, fundamentalmente la televisión, tendrá un papel protagónico.

El 30 junio de 1961 el primer ministro Fidel Castro Ruz dirige “Palabras a los intelectuales”, donde quedan expresados los principios de la política cultural del gobierno revolucionario, y que guardan relación con la Tesis y Resolución del Partido Comunista de Cuba (Arias y Astiasarán, 2008). Entre las cuestiones culturales más apremiantes se contempla el estudio de las raíces culturales, el reconocimiento de sus valores y su desarrollo y todo vestigio del pasado imperial, en el que la TV mantenía el dominio de su audiencia bajo la hegemonía de la información.

El guerrillero heroico Ernesto Guevara, en *El socialismo y el hombre en Cuba*, texto dirigido a Carlos Quijano, periodista de semanario “Marcha”, de Montevideo, Uruguay, el 12 de marzo de 1965, expresa: “*La nueva sociedad en formación tiene que competir muy duramente con el pasado . Esto se hace sentir no solo en la conciencia individual*

en la que pesan los residuos de una educación sistemáticamente orientada al aislamiento del individuo, sino también por el carácter mismo de este periodo de transición con persistencia de las relaciones mercantiles”.(Guevara, 1965, p.16))

La televisión ha acompañado a la Revolución Cubana en sus trascendentales momentos, manifestando su apego a los principios más sólidos conquistados en frente de combate y consolidados a partir de 1959. Lo anterior, queda expresado dentro del documento que recoge la Política de Programación de la Radio y la Televisión Cubanas, el principal instrumento de trabajo que rige la actividad creativa para ambos medios en el país. (Documento Rector)

De modo que si en el mundo los medios con su alta capacidad tecnológica son un problema que enajenan y aniquilan el pensamiento crítico, en Cuba es un instrumento para la solución y una herramienta de liberación. Las perspectivas de desarrollo de la televisión cubana actual, como en toda la sociedad, avanza hacia las transformaciones que demandan los Lineamientos Económicos Sociales que fueron aprobados en consulta popular con la celebración del VI Congreso y la Primera Conferencia del Partido Comunista de Cuba. (Gaceta Oficial de la República de Cuba, 2010)

Particularmente se trabaja en el perfeccionamiento de sus estructuras y funcionamiento para lograr una mejor organización de su sistema en el orden ético, participativo, eficaz y eficiente, que cree superiores contribuciones a la sociedad cubana y superar los niveles alcanzados de reconocimiento social.

Según el Dr. Julio García Luis, en el contexto cubano, política editorial, es la traducción de la agenda del sistema político a la prensa. Esta agenda no necesariamente está formalizada, o sea, no tiene que existir un documento, modelo o acontecimiento que se pueda tomar como punto de referencia para fijar la política informativa, sino que muchas veces es resultado de la práctica, de la interacción constante entre estos dos entes de poder. “Se puede decir que existe una estrategia editorial planteada en grandes líneas, pero la experiencia y creatividad profesional —de periodistas y directivos en decisiones unilaterales o conjuntas—, indican cómo debe ser el seguimiento de cualquiera de estos tópicos.” (García Luis, 2004, p. 32).

Uno de los temas más acuciantes en estos momentos dentro del trabajo del medio es el regreso a la televisión en vivo, muy especialmente en la programación musical. Las

revistas y los programas de participación. Otro espacio para reflexionar con profundidad, es sobre el impacto de programación informativa en las audiencias, cada vez con mayor conocimiento sobre los problemas que marcan su vida, influenciada profundamente por las nuevas tecnologías y con una preparación cultural que la convocan a realizar análisis valiosos sobre la televisión informativa que se requiere en estos tiempos.

En la actualidad, la TV es el mejor medio de expresión para la cultura y ha de ser el mejor medio hacedor de la misma. Cada vez más, los espacios y las prácticas comunicativas son espacios de producción cultural y a su vez, el estudio de la cultura, pasa cada vez más por el análisis de los procesos comunicativos. En este sentido, la televisión cubana ha ido pasando de la palabra a la acción, de puros documentos a acciones concretas, para de conjunto con el Ministerio de Cultura y sus instituciones, ir haciendo realidad los anhelos de todos los que luchan por una televisión pública que cumpla sus funciones sociales.

Los tiempos, más que nunca, exigen el respeto a lo que opina nuestro público de millones. Esto solo se logra con estudios profundos de los criterios de la audiencia, que permita ir encauzando los esfuerzos hacia una mayor atracción de la misma, sin menoscabo de las esencias del quehacer televisivo. En este caso, los espacios estelares informativos desempeñan un importante papel. Cuba posee una tradición noticieril, que combina con el protagonismo del pueblo. Los espacios informativos tienen ante sí un reto importante: la veracidad, actualidad e inmediatez, sin improvisación. La calidad de la información que generan estos espacios, debe ser una bandera para las redacciones informativas.

1.2 Antecedentes y perspectivas de los noticieros en la televisión cubana

Cuba tiene una vasta experiencia en las creaciones televisivas de corte informativo. La historia de estos espacios es significativa y en ese ámbito, un antecedente importante se encuentra en el Noticiero ICAIC. Cuando se crean las Organizaciones Revolucionarias Integradas, existían el noticiero Revolución, en el antiguo Telemundo, ubicado en P y 23, y el Noticiero CMQ –TV que radicaba en Radiocentro. Eran dos noticieros con una gran rivalidad, existían ciertas diferencias por competencias profesionales entre el personal. En un momento determinado se decidió fundirlos en

Creado con



nitro PDF

professional

descargue la prueba gratuita online en nitropdf.com/professional

uno solo y eliminar esa dualidad. Se funda así el Noticiero Nacional de Televisión (NTV) el 2 de noviembre de 1961.

El primer director del Noticiero Nacional de Televisión fue José Rodríguez Méndez y entre los fundadores del espacio se encontraban Freddy Moros, Renaldo Infante Uribazo, Manolo Ortega, Antonio Pera, Teresita Segarra, Antonio Gómez, Tomás Olivero y Ángel Ferrer Sarmientos. Otros integrantes han sido, Edel Morales, Antonio Nápoles, Laritza Ulloa, Rafael Serrano, Agnés Becerra y Héctor Martínez, uno de los actuales directores, entre otros reconocidos locutores.

El noticiero de televisión es un programa basado en la sucesión de piezas informativas que se ofrece a la audiencia, con una periodicidad definida, un resumen de los acontecimientos que, para el equipo de profesionales que firman el espacio, resultan los más relevantes de la actualidad. Los noticieros de televisión se convierten, igualmente, en el principal nutriente informativo de las programaciones televisivas contemporáneas. Su consolidación a lo largo de la historia de este medio de comunicación ha sido uno de los procesos más evidentes.

El Noticiero Nacional de Televisión, fundado el 2 de noviembre de 1961 mediante la unificación del Noticiero Revolución del Canal 2 y el antiguo Noticiero CMQ, es el principal espacio informativo de la Televisión Cubana con transmisión diaria. Con solo 27 minutos en pantalla sale al aire los siete días de la semana solo por Cubavisión, al igual que el Suplemento Dominical, en el cual se brinda un resumen de los hechos más importantes acontecidos durante la semana en Cuba y en el resto del mundo, haciendo especial énfasis en el acontecer cultural del país. Desde el 2001 este espacio es conducido por Isabel Fernández.

Está conformado por varias unidades que integran un gran bloque informativo en la televisión cubana. En este caso se encuentran el “Noticiero del mediodía”, que se transmite de lunes a sábados, entre la una y dos de la tarde por los canales Cubavisión y Educativo, y El “Noticiero del cierre” transmitido pasado la media noche, sin embargo este no tiene una duración determinada, en él se ofrece un resumen de las principales informaciones ocurridas durante el día.

La rutina de trabajo en la realización del noticiero dominical es compleja pero los satisface, el noticiero es conducido por un periodista como eje central del programa

con un estilo y tono desenfadado, no encartonado, para dialogar con el televidente y no leer noticias. La escenografía, por tanto, intenta romper con la imagen del NTV de las 8.00PM. Utiliza además spots intercalados para hacer más ameno el espacio y anuncios, denominados “En Minutos” y “Próximo Domingo”, con avances de lo que ocurrirá más adelante a fin de mantener la atención del televidente y permitir transiciones entre las secciones.

Actualmente el elemento unificador es el logotipo del NTV, al que se añadió el Dominical. Quizás, la tipografía de las letras y los colores, pueden ser algunos de los elementos de la imagen corporativa del NTV permanentes en todos los espacios, a lo que debe añadirse la singularidad de cada uno. El Suplemento Dominical ha tenido desde su primer momento su sello distintivo, una forma de creación particular que ha respondido siempre a su razón de ser.

El Suplemento Dominical aspira a lograr una verdadera comunicación con el público receptor a través de emisiones informativas dramáticamente coherentes que aborden, de forma profunda y artísticamente lograda, complejos temas de alta sensibilidad para el público, dentro de los principios y normas de nuestro proyecto social. Está diseñado para proyectarse como un programa de televisión. Parte, según sus hacedores, del presupuesto de que los informativos también tienen su dramaturgia interna. Su alcance en la teleaudiencia depende en gran medida del logro o no de las tres verdades del arte: la social, la vital y la artística. Desde su surgimiento, marzo de 1992, el programa apareció con una imagen pre-diseñada por sus gestores espirituales y a la vez fundadores.

Al espacio lo caracteriza su contenido y forma, que lo distinguen del resto de los Noticieros. En cuanto a sus características:

- Recoge lo más significativo de la semana en Cuba y el mundo, en sendas secciones tituladas: “Esta semana en Cuba” y “Esta semana en el mundo” (con sus correspondientes identificaciones visuales)
- Analiza a fondo temas del acontecer de gran impacto, hechos por ocurrir la semana entrante o que tuvieron lugar en la recién concluida. Este gran reportaje, centro de cada emisión del “Suplemento Dominical”, aparece en el denominado Reporte Especial (con su correspondiente identificación visual)

- Incluye un comentario sobre la situación internacional, deportes, cultura, entrevistas a personalidades (esta última sección se llama ¿Quién es? ¿Qué hace?, con su correspondiente identificación visual) y pronóstico del tiempo. (al cierre del noticiero).

Ahora bien, aunque el Noticiero Nacional de Televisión se considera el espacio estelar por excelencia de los televidentes cubanos, son muchos los espacios informativos que aglutina el Sistema de Televisión. Los noticieros pueden tener varios formatos y cubrir varios contenidos, de ahí que también existan los de corte cultural, deportivo, científico técnica, estos últimos son más específicos y quizás más informales.

1.3 Los estudios de recepción

Los estudios de recepción a lo largo de toda su historia han estado centrados en tres objetos de indagación fundamentales: emisor, mensaje o receptor. En un principio, se tenía la certeza de que lo más importante en el proceso comunicativo era el papel que desempeñaba el emisor y/o el mensaje; se necesitaron varias décadas para darse cuenta de que era necesario darle al público, audiencia, receptor, el rol que le correspondía.

Con la aparición de la radio, la televisión y el cine, hubo que implementar nuevas estrategias de investigación, para estudiar el fenómeno de la recepción, dentro del complejo concepto de comunicación y cultura de masas. Fue así como comenzaron a surgir los primeros modelos teóricos de investigación sobre el público: Modelo de Efectos, Investigación sobre los Usos y Gratificaciones, Teorías Literarias, Enfoque de los Estudios Culturales y la Investigación Crítica de Audiencias.

El Modelo de los Efectos de los Medios, surgido al calor de la investigación mediológica norteamericana, se cuestionó en primerísimo lugar ¿Qué hace la televisión con la audiencia?, y le otorgó el papel protagónico a los efectos que los medios provocan en el público. Este modelo tuvo dos principales tendencias: la Teoría Hipodérmica o Bullet Theory y la Teoría de los Efectos Limitados.

La Teoría Hipodérmica fue dejada a un lado por la Corriente Empírico Experimental o de la Persuasión, que retomó, en los años cuarenta, los postulados de la Psicología de los Efectos que reconocían a la audiencia como una masa compuesta por entes

diferentes socio-psicológicos, capaces de elegir en su actividad de exposición a los medios (Alonso, 1999).

La Corriente de la Persuasión sustentaba que los destinatarios poseen características socio-psicológicas diferentes que pueden incidir en los efectos de los medios sobre ellos. Esta vez los medios perdieron el carácter omnipotente y todopoderoso que le atribuía la Teoría Hipodérmica y reconocieron su posibilidad de fracaso y la capacidad del público para seleccionar aquellos mensajes que desea percibir y memorizar.

Paralelamente a esta corriente se desarrollaron también, en un constante intercambio de influjos, los Estudios Empíricos sobre el Terreno también llamados de los Efectos Limitados, cuyo origen estuvo catalizado por la escasa presencia de los medios y el papel relevante que la comunicación interpersonal tenía por aquellos años (Medina, 2000). El adjetivo limitado indica que los efectos empiezan a ser restringidos por diferentes circunstancias, que para los seguidores de esta teoría pueden materializarse en el contexto social, los llamados líderes de opinión, las diferencias entre los públicos y sus estrategias de consumo.

Con este nuevo fundamento, la investigación metodológica se torna cada vez más cercana a la indagación de la comunicación vista como un proceso donde la sociedad y el contexto median de manera significativa; aun cuando se esté muy lejos de reconocer las capacidades decodificadoras y mediadoras de los sujetos, como entes totalmente activos y productores de significación, en ámbitos donde lo sociocultural matiza el imaginario de las personas. De ahí que varios investigadores consideren a la comunicación en unidad profunda con la cultura.

Esta última idea florece con mayor auge en la década del 40, con el enfoque inicial de la Teoría Funcionalista, conocido como Hipótesis de los Usos y Gratificaciones, donde se asumía, aunque con cierta relatividad, la posición activa de la audiencia; y que posteriormente se retoma en las décadas del 60 y 70, complementado las propuestas de las teorías semióticas de esos años.

Este es el primero de los modelos que toma en cuenta el proceso de recepción y se cuestiona ¿Qué hace la audiencia con los medios?, otorgándole mayor importancia a la manera en que las personas usan los medios. Aquí se reconoce por primera vez que el público tiene necesidades concretas que satisfacer y es en función de ellas que

selecciona los mensajes a los que se expondrá; mensajes que interpreta, disfruta y adapta a su propio contexto subjetivo de experiencias, conocimientos y motivaciones (Wolf, 2006).

La hipótesis de los usos y gratificaciones concebían que los medios tienen la función de satisfacer cinco clases de necesidades personales: necesidades cognoscitivas, necesidades afectivo-estéticas, necesidades integradoras a nivel de personalidad, necesidades integradoras a nivel social y necesidades de evasión.

Ante la multiplicidad de géneros, el televidente va realizando un proceso diacrónico de aprendizaje y tipologización de la diversidad. Este proceso de reconocimiento conduce al televidente a una relación diversificada según los géneros que se le ofrecen. La antigüedad de la TV y encasillamiento de los contenidos influyen en este aprendizaje, en la atracción de los géneros o en la saturación y cansancio. Los géneros tienen una historia social y cultural desde mucho antes de la llegada de la televisión.

Los estudios sobre la recepción, ligados al análisis de la influencia, se han convertido en los últimos veinte años en uno de los sectores clave del desarrollo de las teorías de la comunicación. En este ámbito se ha producido, además, un progresivo acercamiento a la esencia de las relaciones entre los espacio y su audiencia, independientemente de quienes la conformen.

1.4 La investigación sobre el nivel de audiencia: su urgencia en la programación televisiva

La audiencia es el principal objeto de estudio dentro de esta tesis de investigación. Por ello es importante analizar en qué consiste la audiencia como tal, aunque de antemano se sabe de la complejidad y de lo heterogénea que es la misma. Por esta misma razón, se busca clarificar todo lo relevante entorno a lo que significa la audiencia en sus distintos ámbitos.

Los medios de comunicación portan gran significado y tiene una relación estrecha con el contexto sociocultural. Un factor importante es el hecho de conocer hacia quienes dirigen los contenidos los medios de comunicación, por lo que urge conocer a fondo que motiva a los consumidores (audiencia) a atender y asimilar a un determinado mensaje emitido por parte de los medios de

comunicación. Esto se enfoca en encontrar los diferentes modos de pensar y las distintas formas de decodificar mensajes por parte de la audiencia, aunque la reconstrucción histórica de la misma siempre supone, que un individuo es más a fin a los valores propios de una cultura y pasa por encima del resto y lo justifica como una medida imprescindible para facilitar la aprehensión del conocimiento adquirido por parte de la audiencia, lo que hace que sea bastante compleja el estudio de la misma.

La llamada “americanización” de la cultura de los medios de comunicación de masas especialmente en el cine, televisión y música popular por parte de los Estados Unidos tras la Segunda Guerra Mundial influye en gran medida en otras culturas. Lo anterior generó una reacción en los investigadores principalmente de varios países, en enfocarse a estudiar diversas perspectivas teóricas y filosóficas desde las cuales evaluar de forma crítica el significado de dicha cultura importada y comercial, así como los cambios sociales y culturales que producía.

Fue entonces cuando en los años setenta y principios de los ochenta, cuando los estudiosos de los medios de comunicación se preocuparon por experimentar con métodos interpretativos y cualitativos de investigación sobre audiencia, aparecieron ciertos estudios en las dimensiones rituales de mirar televisión definiendo las implicaciones que tenía la relación contenido/acción de mirar la televisión y su impacto sociocultural.

Esta idea de representación televisiva debía acercarse lo más posible a la realidad, lo que ha motivado a un sinnúmero de representaciones o réplicas a la realidad teniendo gran influencia en los debates populares en los medios de comunicación sobre la televisión.

De esta manera y mediante estas inquietudes los estudios de audiencia y la preocupación por conocer las repercusiones que tenían los contenidos en la gente, comenzaron a darse un número importante de investigaciones, pero la dificultad por entender y segmentar a la audiencia ha sido otra problemática con la cual se han enfrentado los estudiosos.

Pero como lo señala Huertas *“La audiencia es un concepto flexible y cambiante”*, los investigadores han diferido mucho en clasificar los tipos de audiencia y la forma en

cómo calificar su evolución, y su vez el crecimiento del receptor ha ido creciendo de acuerdo a contextos y entornos sociales cambiantes y variantes. Por lo tanto los estudios culturales de una audiencia con respecto a algún mensaje, nunca van a dejar de ser obsoletos o escasos de originalidad, la audiencia nos permite enfocarnos a diferentes tópicos de estudio gracias a lo cambiante que es la misma con el paso del tiempo, y con las novedades tecnológicas, sociales, culturales y políticas. (Huertas, 2011)

La mayoría de los estudios de audiencia se encuentran enfocados a lo comercial, a las exigencias de la mercadotecnia, en un principio existía cierto valor por la sociedad por hacer investigaciones de tipo sociológicas de tal manera que se pudiera entender un poco más el comportamiento de la gente mediante investigaciones ligadas un tanto al servicio de la comunidad. Ahora bien, la mayoría de los estudios de audiencia y culturales en el mundo tienen un marcado carácter comercial. Claro, en el contexto cubano, es más una necesidad de conocer si se está cumpliendo con la expectativa de los televidentes, si los productos realmente tienen la calidad requerida y buscando gustos o preferencias, entre otros elementos.

A pesar de estas circunstancias, nunca ha decaído el interés tanto por investigadores, así como por el auditorio por seguir conociendo los diversos comportamientos del público con diversos temas relacionados a la concepción de contenidos. Es por ello que esta tesis se enfoca entre sus objetivos en estudiar los nexos teóricos entre la programación televisiva y los estudios de recepción de audiencia en los telecentros municipales.

La palabra audiencia está familiarmente ligada al término colectivo de "receptores", en el simple modelo secuencial del proceso medios de comunicación masiva. Estas constituyen un producto del contexto social (que tiene que ver con intereses culturales, información necesitada, etc.) Pero por la audiencia masiva está compuesta por un vasto, anónimo, heterogéneo grupo de individuos y que de esta forma es la manera más simple y rápida de poder clasificarla y segmentarla [(Wicks, 2001, p.11, citado por Huerta, 2011)]

La audiencia se convierte en subgrupos de audiencia masiva compuestos por personas con necesidades e intereses similares. Pero de acuerdo a Huertas la masa es

Creado con



nitro PDF

professional

descargue la prueba gratuita online en nitropdf.com/professional

download the free trial online at nitropdf.com/professional

entendida como un amplio grupo de personas, que aunque hayan perdido su identidad individual, tampoco disponen de identidad colectiva como comunidad. De modo que se habla de un grupo heterogéneo, pero tratado por la mayoría de las personas como si fuera uniforme, mas no organizado, desestructurado, sin normas que le autorregulen además de carente de un proyecto común unificador. (Huertas, 2011)

La audiencia es más bien vista como una colección de individuos heterogénea, quienes están separados uno del otro son independientes. Los miembros de esta audiencia son anónimos al mensaje producido, el cual se presume tiene una influencia uniforme y una pequeña interacción con los miembros y a diferencia de otros autores que afirman que los mensajes tienen gran repercusión en la audiencia y desde el punto de vista conceptual o teórico, permaneció como algo incuestionable hasta casi mediados de los años 80 del pasado siglo, puesto que no había sido tomada en cuenta como un factor cultural significativo. Sin embargo, Nightingale la definió “como cualquier persona que utilizase cualquiera de los medios de comunicación en cualquier circunstancia” [(Nightingale, 1999, p.34 citado por (Huerta, 2011)]

Un sinnúmero de investigadores se han preguntado a lo largo de las distintas investigaciones de audiencia de qué forma los medios contribuyen en la formación de actitudes, opiniones y creencias, también es de interés enmarcar que una de las preguntas más frecuentes para los investigadores, es como la audiencia contribuye al proceso de construcción de la realidad social al interpretar ellos los mensajes emitidos por los medios, además de cómo la audiencia usa y saca provecho a los medios de comunicación para satisfacer sus necesidades. Por esto es que se ha tornado tan importante para el campo de las ciencias de la comunicación el hecho de estudiar a las audiencias, pues por ellos viven los medios de comunicación.

De esta forma se llegó a una conclusión en que las personas por su propia cuenta utilizan a los medios para alcanzar ciertas metas y necesidades personales y alcanzar una gratificación obtenida mediante los medios de comunicación. Aquí se comienza a experimentar un apogeo de lo cualitativo en el marco de los Estudios Culturales y al mismo tiempo se detecta un mayor uso de los resultados de los sondeos estadísticos de las mediciones de audiencia para analizar el comportamiento de las mismas, se empieza a producir un importante y paralelo desarrollo de las técnicas cualitativas de

información recogida, en el que se destaca el perfeccionamiento de la llamada dinámica de grupo (focus group).

Posteriormente se manejaron teorías en donde los medios influyen en las percepciones de la audiencia como con la teoría de cultivación, la cual se refiere a que diversos contenidos tienden a cultivar en la audiencia creencias y actitudes promovidas por los medios de comunicación a los cuales está expuesta la audiencia.

El estudio de los públicos ha alcanzado un progreso favorable. En gran medida todo comenzó a ser un poco más claro y se formularon otras teorías como la de la agenda, el espiral del silencio, en donde todas han llegado a la conclusión de los contenidos de los medios tiene un alto índice de persuasión en la audiencia. Poco a poco la gente necesitaba saber los alcances entre las debilidades y las fortalezas de los medios, así como qué motiva a estos a construir esos mensajes y la manera en que son elaborados. Surge así una conciencia social entre el público el saber que era lo que les proporcionaban los medios de comunicación y qué clase de mensajes está consumiendo la audiencia.

De esta forma se comenzaron a hacer un sinnúmero de investigaciones, relacionadas con los programas televisivos y la audiencia y de qué manera estos influyen en las actitudes, creencias, percepciones del público que se expones a los diferentes programas ya sean telenovelas, comedias, dramas o espacios informativos. La relación de los grupos o comunidades con los medios de producción cultural es tan importante como las relaciones con los miembros de otros grupos.

La audiencia se puede definir en diferentes caminos, por lugar, gente, sexo, creencias políticas, o por el tipo de medio, contenido del mensaje, tiempo al aire (horario con respecto al raiking), con lo que no se puede dar cuenta de lo ambiguo y compleja que puede ser una audiencia, pero solo segmentándola se podrá estudiar de mucho mejor manera a los individuo o público objetivo y así lograr las investigaciones deseadas en cuanto a audiencia nos referimos.

En Cuba existe una constante preocupación por lo que necesitan las audiencias de radio y TV. Por la complejidad de estos estudios, no siempre se puede contar con el criterio unánime sobre los procederes a la hora de investigar a los públicos objetivos. Es muy difícil encontrar el tamaño real de la audiencia de determinado medio espacio

televisivo, aunque existen técnicas que pueden acercar a los investigadores a los objetivos que se proponen.

En las condiciones actuales, es importante acceder al conocimiento relacionado con la demanda y calidad de la información que reciben las personas, así como su posición respecto al medio de que trate. Este es un paso importante para validar los contenidos transmitidos o reflexionar en cuanto a los cambios que permitan mejorar dichos contenidos

1.5 De los telecentros provinciales a los canales municipales: el necesario vínculo con la comunidad

El surgimiento de los llamados telecentros adquiere particularidades específicas relacionadas con la cobertura informativa de las regiones del país en los noticieros nacionales y el rescate de la historia y las culturas tradicionales territoriales. La impronta de estas tele - emisoras está marcada por condiciones políticas, sociales, económicas y tecnológicas.

Es válido aclarar que existe una tendencia mundial que denomina “telecentros” a locales para el acceso a servicios de computación e informática, pero en Cuba el término se refiere a emisoras de televisión que transmiten regularmente una programación propia, en pos de reflejar los intereses culturales, económicos, políticos, sociales y la vida de los pobladores del territorio donde se encuentran ubicados.

En Cuba, con los años de revolución se fue extendiendo la televisión por todo el archipiélago, de ahí, el surgimiento de los telecentros de televisión, hecho que adquiere particularidades específicas relacionadas con la cobertura informativa de las regiones del país en los noticieros nacionales y el rescate de la historia y las culturas tradicionales territoriales. La impronta de estas tele - emisoras está marcada por condiciones políticas, sociales, económicas y tecnológicas.

Los telecentros de televisión transmiten regularmente una programación propia, en pos de reflejar los intereses culturales, económicos, políticos, sociales y la vida de los pobladores del territorio donde se encuentran ubicados reflejados a través de los noticieros, espacios con un papel preponderante dentro de las parrillas de programación de cada televisora en la Isla.

Después del triunfo revolucionario de 1959, la estrategia informativa del país fue evolucionando a partir de los intereses políticos, sociales e ideológicos y en función de la disponibilidad tecnológica de la nación. Uno de los primeros pasos supuso la ampliación de los servicios informativos a todo el país. Aunque hubo algunos intentos de crear televisoras provinciales, por ejemplo en 1966, no es sino hasta 1968 que se institucionaliza el primer canal fuera de la capital.

El 24 de julio de 1968, sale al aire por primera vez Tele Rebelde, en la antigua provincia de Oriente. Se trataba de un canal de televisión, de carácter regional, porque su área de cobertura incluía las zonas aledañas a Santiago de Cuba, Granma, Guantánamo, Las Tunas y Holguín. La programación (de 5 horas y media de duración todos los días y 10 horas los domingos) incluía dos noticieros, el primero de 15 minutos a las 7 p.m. y el otro de 12 minutos a las 10:39 p.m.

Un año más tarde, se crea una corresponsalía en Holguín, que se encargaba de cubrir las noticias y producir pequeños programas que se transmitían a través de la señal de Tele Rebelde. No es sino hasta el 5 de diciembre de 1976 (después de la nueva división político-administrativa), cuando son lanzadas al aire las primeras señales de televisión producidas en Holguín y con ellas surge Tele Cristal.

En 1981, Tele Rebelde se convierte en un canal nacional, con tres estudios: en La Habana, Santiago de Cuba y Holguín. Según refieren los fundadores, se trataba de una etapa especial, pues no existía una matriz central, desde los tres estudios se producían y transmitían las informaciones. Por ejemplo, un programa como Arte Folklore, una semana lo hacía Holguín, otra Santiago de Cuba y otra La Habana. No obstante, en Santiago de Cuba pasó a llamársele Tele Turquino al reestructurado telecentro.

Una transformación significativa en la concepción del sistema informativo nacional deviene a partir del 25 de marzo de 1982. En esa fecha el Noticiero Nacional de Televisión habilita un pequeño espacio para que las principales informaciones del territorio fueran incluidas en su programación desde la misma provincia de Holguín. Podía entonces hablarse de los primeros pasos de una producción territorial que se inserta en el sistema televisivo nacional: los telecentros.

Sin embargo, en 1983 el Canal 2 se transforma en Tele Rebelde con una programación informativa-deportiva y se orienta la creación de las corresponsalías en todas las

provincias, siendo la primera el municipio especial Isla de la Juventud, en diciembre de ese año. Además se crean nuevos espacios informativos, entre los que se destaca la Revista de la Mañana.

La dirección de Tele Rebelde y la jefatura del nuevo departamento que atendería el servicio de los corresponsales, realizó un amplio recorrido por diferentes zonas del país, donde se realizaron reuniones con el Partido, el Poder Popular y la Dirección de Radio, para organizar este nuevo trabajo. En ellas se analizó la selección del personal y se propuso un curso de camarógrafos de video-tape, luminotécnicos y técnicos de video, así como la preparación de periodistas para la televisión que procedían de otros medios con sus respectivas características.

A Ciudad de la Habana, La Habana, Pinar del Río, Villa Clara y Camagüey le fueron entregados los equipos, básicamente cámaras y grabadoras, el primer trimestre del año siguiente, y posteriormente al resto de las corresponsalías.

La producción provincial de informaciones fue aumentando progresivamente y el sistema para procesar los trabajos y transportarlos desde las provincias hasta la capital fue haciéndose cada vez más precario. Es por ello que las unidades que existían en Pinar del Río, Villa Clara y Camagüey se transforman en Centros Regionales de Información, encargados de recibir lo que hacían las corresponsalías. El proceso de producción estaba marcado por las dificultades tecnológicas: en el caso de Santiago de Cuba, allí se editaban sus propios trabajos, los de Guantánamo y los de Granma; en Holguín editaba además Las Tunas; en Camagüey se trabajaban las informaciones de Ciego de Ávila y en Villa Clara lo hacían Sancti Spíritus y Cienfuegos.

Lo que se ha podido sistematizar como una segunda etapa fundacional de los telecentros en Cuba comienza a partir de 1984 cuando estos Centros Regionales de Información se convierten en unidades presupuestadas estatalmente. Además de enviar las informaciones de las corresponsalías para la Habana, empezaron a hacer programas para sus territorios y a transmitir dos horas diarias entre las 4 y las 6 de la tarde. Surgen entonces Tele Cubanacán (1984), TV Camagüey y Tele Pinar (1985), SolVisión de Guantánamo (1986) e Isla Visión de la Isla de la Juventud (1987).

La convulsa década de los noventa fue testigo del completamiento de este sistema: en mayo de 1990 CHTV se conforma como telecentro de la capital y progresivamente se

fueron creando en cada provincia: CNC Granma (1995), TV Yumurí en Matanzas y Las Tunas (1999), hasta culminar en 2000 con Perlavisión en Cienfuegos y TV Avileña en Ciego de Ávila.

En el caso de Holguín comenzó a transmitir como televisora territorial el 16 de abril de 1986, al igual que Tele Pinar y Tele Turquino. Tele Cristal, nombre que adquirió con el cambio, se debió a dos razones fundamentales: por un lado, es en esta provincia donde se encuentra la Sierra Cristal y también, era el resultado de una encuesta realizada en el telecentro, donde la palabra “cristal” aparecía como favorita.

Con las transformaciones en la programación, surgieron también nuevos objetivos para las transmisiones de este telecentro. Las temáticas debían enfocarse en los territorios de Holguín y Las Tunas.

En los inicios se comenzó con una Revista Informativa, que se llamó “Holguín de 5 a 6”, al estilo de las que ya se habían creado, pero duró poco tiempo. Inmediatamente se produjeron programas infantiles, dramáticos, musicales. En el caso particular de estos últimos, Holguín fue la primera ciudad donde por primera vez se realizó un video clip.

Una particularidad de la provincia fue la iniciativa de cubrir acontecimientos en vivo, a través de una unidad de control remoto que contaba con una técnica muy operativa. Con el tiempo este sistema se perdió, pero con él se tuvieron experiencias muy interesantes. Al igual que a Villa Clara y Guantánamo, se les retiró el remoto y quedaron produciendo con las limitaciones de circunscribirse a la cobertura de áreas cercanas al telecentro.

Las temáticas de los programas variaban en la medida que los televidentes sugerían sus preferencias, aunque también se regían por los lineamientos del Partido y de los grupos de investigación de la tele-emisora. Actualmente estos grupos tributan sus conclusiones a los directores de programas y es el modo de diagnosticar las deficiencias de cada cual, aunque se reconoce que en muchas ocasiones no se les presta la debida atención por considerar erróneas las investigaciones realizadas.

Luego de la proliferación de estos telecentros provinciales y como parte de la Batalla de Ideas, surgieron también los canales municipales, en su mayoría durante el transcurso de 2006.

Los canales municipales son aquellos centros de producción y transmisión de señales televisivas, con emisiones originadas en la ciudad/localidad en la que se encuentran ubicados y destinadas a la misma y a sus alrededores inmediatos, en los que las temáticas prevalecientes responden a la comunidad de intereses del público local y transmiten de forma regular un elevado por ciento de producciones propias. (Herrera, 2013)

Entre los aspectos fundamentales que distinguen a la televisión local se encuentran la capacidad para producir y emitir en y para una zona determinada informaciones de interés local –contenidos netamente locales de producción propia–, el hecho de circunscribirse a un área geográfica delimitada por un municipio y poco más, y constituir un servicio público y un instrumento de participación ciudadana. (Herrera, 2013)

La existencia de canales de televisión en las provincias y municipios destaca como el hecho más significativo y de mayor trascendencia dentro del sistema de televisión nacional y es una muestra evidente de su evolución. Para los receptores este modelo de televisión facilita la participación en los ámbitos político, cultural, económico y tecnológico, toda vez que permite la circulación de informaciones relacionadas con la práctica y las problemáticas sociales de su entorno inmediato. Además, pone de manifiesto el importantísimo rol que la televisión juega en el mantenimiento de las identidades culturales y, muy especialmente, de aquellas consideradas como minoritarias.

Dentro de esta última clasificación y atendiendo al grado de participación de la comunidad, los por cientos de programas propios transmitidos y su vocación e intencionalidad, se encuentran las de proximidad y comunitarias. Es por ello que en respuesta a las demanda de conocimiento sobre las audiencias que forman estos contexto, se requieren investigaciones que permitan perfeccionar la programación a partir de las opiniones de los televidentes.

Actualmente el país cuenta con 17 telecentros municipales y 71 corresponsalías de Televisión, en las que se ha definido como política editorial fundamental la presencia activa de los noticiarios, incluso, para algunos de estos medios, como el bastón fundamental que rige sus transmisiones.

Por su parte el sistema de televisión en los territorios; provincias y municipios, también ha creado sus propios espacios noticiosos, destinados a dar cobertura informativa al acontecer de los lugares donde se encuentran enclavados. Es programación esencialmente comunitaria que responde a las necesidades e intereses informativos, culturales y educativos de sus televidentes. En este sentido la televisión cubana se ha trabajado intensamente, en la adecuación de las parrillas y las fichas técnicas de los programas, y la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad.

Conclusiones parciales del capítulo.

La Política de Programación de la Radio y la Televisión Cubana, está sustentada en un conjunto de Lineamientos Generales, que tienen el propósito de servir al pueblo, a los intereses del Estado, así como Lineamientos Específicos por tipos de programación y canales, que contienen funciones determinadas y constituyen objetivos permanentes del trabajo.

De acuerdo a ellos, la programación televisiva informativa tiene que ser coherente a lo planteado por el documento y deben responder prioritariamente a los intereses sociopolíticos, económicos y culturales de la población cubana, considerando las características de cada territorio y la diversidad de sectores.

Los espacios informativos deben propiciar la representatividad de los que producen y forjan la vida en las comunidades, siempre con un trabajo altruista que refleje los valores de prensa cubana y su interés por ofrecer los contenidos con la calidad que requiere la audiencia. Esta por su parte, es diversa, comprometida y en el caso de los canales municipales, la audiencia se siente parte de estos, de su quehacer y su cotidianidad. Existe por tanto la necesidad de conocer cuál es el nivel de audiencia que logramos con la información que transmitimos, ese es el verdadero termómetro de la programación televisiva.

CAPITULO II METODOLOGÍA UTILIZADA EN LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

“La televisión, como elemento avanzado de nuestra civilización debe penetrar en los hogares con mayor difusión e impacto de influencia”

Humberto Bravo Alcántara

El presente Capítulo recoge los principales elementos que caracterizan al reparto Caribe de Moa, profundizando en el espacio de televisión “Noticiero actualidades”, de Moa TV y la necesidad de investigar su audiencia. Plasma la metodología utilizada para el diagnóstico de la investigación y los resultados de la misma.

2.1 El reparto Caribe. Caracterización

El municipio de Moa se localiza en el Nordeste del municipio de Holguín. Limita al Este con el municipio Baracoa, separado por los ríos Jiguaní y Jaguaní; por el Oeste limita con los municipios “Frank País” y Sagua de Tánamo, de la provincia holguinera; por el Norte con el estrecho de las Bahamas en el Océano Atlántico y por el Sur limita con el municipio guantanamero de Yateras.

En este municipio se encuentra ubicado el reparto Caribe que ocupa una extensión superficial de 2,5 kilómetros cuadrados (km²), con una ubicación geográfica que limita al Norte con el Agromercado “El tamarindo”, al Sur con el combinado lácteo, al Este con el reparto Mariana Grajales (Las Coloradas nuevas) y al Oeste con la Terminal de Ómnibus.

Según Juan Bautista Bauta Escalona, Presidente del Consejo Popular del “Caribe”. El reparto lo conforman 72 edificios multifamiliares, incluyendo las biplantas; con un total de 3326 viviendas y una población de 12045 habitantes, de ellos 3444 son mujeres, 4200 son hombre y 4401 son niños; con una densidad de población de 4418 habitantes por kilómetros cuadrados. Según el censo realizado de población y viviendas en el reparto hay 132 asistenciados, 24 postrados e inválidos y 721 jubilados. El consejo Popular está integrado por 9 zonas o circunscripciones y 117 Comités de Defensa de la Revolución (CDR). Los habitantes están representados por otras organizaciones políticas y de masas están como la Federación de Mujeres Cubanas, delegado de las

circunscripciones, militantes de la Unión de Jóvenes Comunistas y del Partido Comunista de Cuba.

La población predominante es joven, con un nivel cultural entre 12 grado y nivel superior. Las principales fuentes de empleo son: educación, salud, comercio, INDER, medios de comunicación, empresas del níquel, entre otras. Otros trabajadores ejercen la función de trabajadores por cuenta propia en actividades como: zapateros, reparadores de sombrillas, elaboradores de alimentos, vendedores de productos agropecuarios, cocheros, motoristas, carretilleros ambulantes, etcétera.

La infraestructura del reparto es la siguiente: área de atención militar, dos escuela primaria, La Dominador Fuentes Correa y el Seminternado Amistad Cuba-Holanda, un círculo infantil “Dulces Caricias”, y un programa educa a tu hijo que radica en el círculo infantil “Dulces Caricias”, cuenta con cuatros bodegas de víveres, cuatros mercado industriales, tres centros gastronómicos, una panadería, la Policía Nacional Revolucionaria (PNR), el Hospital Guillermo Luis Hernández Fernández Vaquero, una farmacia, diez consultorios médicos, y las enfermedades predominantes son: diabetes mellitus, asma bronquial y la hipertensión arterial. En este reparto se cuenta también con dos kiosco de TRD Caribe, 1 cafetería gastronómica, un organopónico, dos medios de comunicación masivos, La emisora La voz del Níquel y el Telecentro Moa TV, el Grupo Empresarial Cubaníquel, las empresas el cárnico, el lácteo y acopio.

Este contexto sociocultural se encuentra en las proximidades del canal local Moa TV, por lo que tiene una implicación casi directa en el mismo, pues una gran parte de sus trabajadores son moradores de la comunidad. Las personas que habitan el reparto Caribe, desde el punto de vista de recepción televisivas se caracterizan por ser muy dinámicas, se dirigen con periodicidad al canal local y colaboran en la actividades que se generan directamente en la comunidad: grabaciones de programa, trabajos periodísticos, escenas para los programas de la parrilla y otras actividades.

2.2 El “Noticiero Actualidades”: un programa informativo para el pueblo moense, desde el telecentro Moa TV

El canal Moa TV, como corresponde a su condición de canal de televisión local, direcciones su trabajo de acuerdo con los formulados en el documento rector de la Política de Programación del Instituto Cubano de Radio y Televisión. Son ellos:

Creado con

- Realizar una programación informativa variada, que refleje el acontecer económico, político y social del territorio.
- Cumplir con las orientaciones establecidas por el Partido provincial y municipal con respecto a la política informativa, propaganda, educación, arte y cultura.
- Participar activamente en la preparación para la defensa, y en el cumplimiento de sus misiones en tiempo de guerra.
- Cumplir lo establecido en la política de programación de la Televisión Cubana.
- Influir activamente en la formación de valores refrendados por la Batalla de ideas.
- Participar y divulgar la constante superación educacional, histórica, científico-técnico, artístico y cultural. Intervenir en la creación de hábitos y gustos de educación formal, deporte, vida sana, comportamiento social y elevado rigor estético.
- Ser un instrumento político ideológico y de orientación revolucionaria en el municipio.

También aparecen las funciones y deberes de este tipo de canal:

- Debe transmitir una programación que se acople a los intereses, gustos, hábitos, nivel cultural y estilos de vida de la población territorial.
- Se subordina a los telecentros provinciales y a la dirección de telecentros del ICRT, en todo lo relacionado en su funcionamiento interno y la programación a realizar y transmitir.
- Debe articular estrategias y necesidades de su programación en correspondencia de su objetivo social y la política de programación vigente.
- Retransmitirá programas informativos, recreativos, culturales, educativos y variados, enviados por la Televisión Cubana y los telecentros provinciales.
- El telecentro municipal buscará su diseño de imagen institucional: idiosincrasia y los rasgos característicos de su tradición histórico- cultural.
- Debe convertirse en un eficaz medio con que cuente el Partido Comunista de Cuba (PCC), la Unión de Jóvenes Comunistas (UJC), y demás organizaciones de

Creado con

masas, la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) y la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (UNEA).

- Tendrá un horario de transmisión que decida el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) y las instancias partidistas de dirección.
- Mantendrá una constante elevación del nivel político ideológico, cultural profesional y técnico del personal que labora en el centro.

Los noticieros son asimilados por un amplio sector de la audiencia como citas que, en la medida en que coinciden con el momento dedicado a la convivencia familiar, acaban siendo inevitables. Tal estabilidad en la parrilla de programación responde al establecimiento de una serie de hábitos de recepción televisiva, que conducen a una organización cronológica específica. Lamentablemente, en los cortos años de vida que tiene la programación del telecentro local Moa TV, esta ha sufrido varias transformaciones en su programación, la que han tenido repercusión igualmente, en el “Noticiero Actualidades”.

Al crearse la parrilla de programación del canal municipal, en 2006, se concibió el Noticiero Actualidades como un noticiero que en sus inicios duraba 12 minutos y se insertaba dentro de la antigua revista “Ventana Moa”. Salía al aire los tres días concebidos para la programación y sus primeras realizadoras fueron Iris Domínguez Matos, Yanixa Almaguer Gómez y Nancy Almaguer Laurencio, unidas al equipo de realización y las periodistas

Con el tiempo, el “Noticiero Actualidades” fue separado de la revista, y salía al aire entre las 6:45 p.m. y las 7:00 p.m. En septiembre de 2009 la transmisión del canal pasó a ser de 8:30 a 11:00 p.m., y el noticiero ocupó entonces el horario de 8:45 a 9:15 p.m., esta vez con 27 minutos de duración, pues el volumen de información era enorme. Como dato curioso, resulta interesante destacar que Moa TV es el único telecentro municipal cubano, que cuenta con un noticiero de tanto tiempo, sin que se repitan informaciones durante la emisión o de un día a otro.

Con la nueva programación en vivo, en el 2010, el espacio informativo se transmitía dentro de la revista “Buenas Noches”, con horario desde las 9:00 y hasta las 9:27 p.m.

Desde abril del año 2012, se transmite desde las 6:00 hasta las 6.27, viernes, sábado y domingo.

2.2.1 Características del Noticiero Actualidades y habilitación de sus realizadores

Ficha Técnica del “Noticiero Actualidades”:

Nombre: Actualidades

Tiempo al aire: 27 minutos

Función: Informativa

Frecuencia: Tres veces por semana (viernes, sábados y domingos)

Hora de transmisión: 9:00 p.m. – 9:27 p.m

Destinatario: General.

Origen: Propio

Especificación: Programación del telecentro Moa TV

Temas: Informaciones del acontecer de la comunidad moense.

Forma: En vivo y con materiales grabados.

Superobjetivo: Reflejar los intereses económicos, sociopolíticos y culturales del territorio moense, según la diversidad de estos.

Objetivos:

- Mantener informado al televidente del acontecer social, económico, político y cultural de Moa.
- Fomentar un estado de opinión favorable en el televidente acorde con el proceso social, cultural, económico y político del territorio.
- Fortalecer la credibilidad del medio a través de los trabajos de opinión.
- Propiciar un mayor conocimiento de los esfuerzos que realiza el país en Moa para llevar adelante el desarrollo económico.
- Estimular en la población el interés por participar activamente en los programas

de la revolución.

Perfil:

- Miniprograma con una conductora que presenta los titulares en off, y en cámara, los segmentos habituales, los pies de las informaciones periodísticas o noticias escritas.
- Informaciones del ámbito deportivo dadas por un comentarista deportivo.
- Informaciones del acontecer cultural del territorio.

Características formales:

- Programa en vivo con escenografía propia para dos personas, elaborada a partir de conceptos gráficos de la imagen audiovisual, con logo del programa.
- Programa para el que se realiza edición previa de materiales a utilizar como trabajos de géneros periodísticos, imágenes para graficar informaciones, comentarios, mensajes de propaganda, grabación a especialistas, grabación de la sección del parte meteorológico y otros.

Equipo de realización actual:

Jefa del departamento de programación informativa en MOATV:

- Lisset Montero García, Licenciada en Estudios Socio - Culturales. (Es la encargada de determinar que producto periodístico se publica o no).

Guionistas:

- Ela Aurora Sánchez López, licenciada en Lengua Francesa, Lisset Montero García, Licenciada en Estudios Socio - Culturales.

Locutora:

- Yaneris Jannie Zaldívar Molina, Licenciada en Estudios Socioculturales.
- Comentarista deportivo: Rafael Milián Labañino.

Periodistas:

- Yulieska Hernández García, Licenciada en Periodismo. Ocho años de experiencia como periodista.
- Mailed Gómez Sanamé, Licenciada en Estudios Socioculturales (reorientada). Con seis años de experiencia en el ejercicio de la profesión.
- Yaquelín Leyva Silva, Licenciada en Comunicación Social (reorientada). Con Ocho años de experiencia como periodista.
- Gelin Guaspe Breff, Licenciada en Periodismo. Con cuatro años de experiencia como periodista.

Camarógrafos:

- Alexudis Leyet Ramírez, abandonó la carrera de Comunicación Social en 4to año. Habilitado y evaluado como Camarógrafo en tercer nivel.
- Kegnar Pereira Matos, también renunció a la carrera de Comunicación Social. Habilitado y evaluado como camarógrafo de tercer nivel.
- Hoilán Ramos Revé, Licenciado en Comunicación Social. Habilitado y evaluado como Camarógrafo en tercer nivel.

Editores:

- Yarina Leyva Durán, 6to año de Estudios Socioculturales. Habilitada y evaluada como Editora de TV en tercer nivel.
- Leandro Labañino, 6to año de Estudios Socioculturales. Habilitado y evaluado como editor de TV en tercer nivel.

Informático:

- Eriexi Rojas Vega, Licenciado en Informática.

Sonidista:

- Daniel Leyva Domínguez. Habilitado y evaluado como Grabador de TV en tercer nivel.

Luminotécnicos:

- Alexudis Leyet Ramírez y Kegnar Pereira Matos, ambos habilitados como

luminotécnico.

Fuentes que atienden las periodistasas:

Es importante destacar que el sector del níquel, por ser tan amplio, está distribuido entre todas las periodistasas del telecentro.

Yulieska Hernández García: fábrica Ernesto Che Guevara, el Combinado Mecánico, el Centro de Investigaciones del Níquel (CEINNIQ), la Construcción, Hidrología, Cultura, Sistema de la Vivienda, Agricultura, FERRONÍQUEL, el Comité Municipal de Partido Comunista de Cuba (PCC), Defensa, las Fuerzas Armadas Revolucionaria, Poder Popular-CAM, Ciencia Tecnología y Medio Ambiente (CITMA).

Mailed Gómez Sanamé: Grupo Empresarial CUBANÍQUEL, Empresa Constructora y Reparadora del Níquel, Servicios de Comunicación y Electrónica del Níquel (SERCONI), Empresa Puerto Moa, Empresa Geominera Salud Pública, Asociación de Combatientes de la Revolución Cubana, Comité Municipal de la Central de Trabajadores de Cuba, Ministerio del Interior, Transporte y tránsito, Islazul, la Pesca, Banco Popular de Ahorro y Organización Básica Eléctrica.

Yaquelín Leyva Silva: fábrica Pedro Sotto Alba, Empresa de Servicios a la Unión del Níquel (ESUNI), Comités de Defensa de la Revolución, Federación de Mujeres Cubana, Justicia, Asociación de Economistas de Cuba, Empresa de telecomunicaciones de Cuba SA, Radio Cuba, Servicios Especializados de Protección (SEPSA), Servicios de Protección (SEPRO), Industrias locales, la Dirección Municipal del INDER, Asociación Nacional de Sordos e Hipoacúsicos (ANSOC), Asociación Nacional del Ciego (ANCI), Asociación Cubana de Limitados Físico Motores (ACLIFIM), Comunales, Dirección del Trabajo, Comercializadora, TRD-CIMEX, Comercio y Gastronomía, Trabajadores Sociales, Productora de Alimentos, Cárnico, Acueducto y Alcantarillado, Planificación Física, Lácteo, Oficina de Estadística, Sociedad Cubana de Geología.

Gelin Guaspe Breff: COPEXTEL, Servicios Técnicos y Personales, Importadora, Camariocas, Empresa Empleadora del Níquel (EMPLENI), Educación, Educación Superior y las organizaciones estudiantiles (FEU, FEMM, OPJM, UJC), Rehabilitación Minera y Centro de Proyectos de Níquel (CEPRONÍQUEL)

Como todo medio de comunicación en el país, Moa TV, debe lograr un perfil editorial propio, de acuerdo con el universo poblacional al cual se dirige, el territorio que cubre y el momento histórico en el que se enmarca, de total acuerdo con la Política Informativa de la Radio y la Televisión.

Moa TV tiene una política editorial con una línea central. La misma se caracteriza por la información que genera el propio individuo de la comunidad, con su participación activa y no pasiva, donde este se convierte en el centro de atención. De ahí que la información que se genere sea desde la comunidad, por la comunidad y para la comunidad. Reflejar los intereses económicos, sociopolíticos y culturales del territorio moense y su gente, es una tarea necesaria que se incluye en la política editorial de este medio de difusión masiva.

Contexto actual

Aunque el Noticiero Actualidades ha sido merecedor varios premios en los festivales Municipales de televisión, el mayor logro es el esfuerzo de su equipo de realización y del colectivo de Moa TV. A través del mismo se han generado trabajos periodísticos de óptima calidad, que han tributado a los espacios noticiosos provinciales y nacionales, fundamentalmente aquellos que se relaciona con el Plan de Desarrollo Integral del municipio y el impulso de desarrollo niquelífero.

Pese a los esfuerzos realizados hasta la actualidad para perfeccionar este espacio estelar de la programación del canal de televisión, persisten algunas deficiencias que repercuten en la calidad integral del programa. Un paso importante para la búsqueda de alternativas que propicien la satisfacción de los televidentes que forman su audiencia, lo constituye la presente investigación.

2.2.2 El proceso de realización del “Noticiero Actualidades”

El proceso de producción del “Noticiero Actualidades” comienza con el plan de géneros de cada periodista, lo que no se hace con regularidad.

El lunes en la tarde se realiza la conciliación donde se reúnen todas las periodistas con la jefa del departamento de programación y la dirección del centro, ahí se valoran las afectaciones que llegan por orientación Comité Municipal de PCC, de empresas e instituciones y las propuestas de cada periodista. Con ello se tiene noción de cómo

quedarán las tres emisiones y los posibles trabajos a incluir. Siempre el día antes de la salida al aire a las 12:00m se debe de hacer el cierre con las hojas de corte.

Durante la semana la producción debe de verificar el cumplimiento en la edición de trabajos informativos y su inserción en carpetas por días de transmisión, cada uno de los trabajos debe de ser revisados por la directora general del espacio, la jefa del informativo y programación, y la directora general del medio.

A las 3:00pm del día de transmisión comienza el trabajo de mesa con ensayo en seco, cámaras y luces. En edición se editan los titulares y créditos y se procede a montar la lista de reproducción. A las 5:00pm se realiza el pre-colectivo para dar las instrucciones y orientaciones sobre el noticiero, a las 5:45pm se da el “Listo Estudio” y a las 6:00pm es la salida al aire del programa Noticiero Actualidades.

Las periodistas deben entregar las hojas de corte el día antes de la salida al aire del Noticiero, a las 12:00 del mediodía para la realización del guión y así la guionista puede tener tiempo para la organización de dicho guión con un balance de género y de voces como está en la Carta de Estilo.

2.3 Métodos, técnicas y análisis de la muestra

En el proceso de indagación, científica se requiere el uso de métodos y técnicas que permitan un análisis pormenorizado del tema investigado y por tanto, las respuestas al problema de investigación. En este caso se utilizan los presupuestos de Borroto (2008), Hernández Sampier (2003), Rodríguez, Gil & García (2002), de Urrutia y González (2003),

En este caso, se utilizan métodos y técnicas que facilitan el estudio:

Histórico-lógico: permitió hacer una evaluación histórica de los telecentros en Cuba y en particular del canal local Moa TV. Así, a partir de su utilización, se pudo hacer un recorrido analítico por los diferentes momentos en la historia de los noticieros de televisión y principalmente de los estudios de audiencia.

Inducción-deducción: se partió de elementos particulares conocidos acerca de los noticieros de televisión en Cuba, contrastándolos con los aspectos más significativos del proceso de realización del “Noticiero Actualidades” del canal Moa TV, para concebir propuestas que transformen la realidad del programa en la actualidad.

Creado con

Análisis – síntesis: fue mucha utilidad para analizar el concepto genérico la audiencia y nivel de audiencia. También permitió el análisis de las informaciones recogidas, en relación con la perspectiva de la audiencia sobre el “Noticiero Actualidades”.

Cómo método de investigación social, se emplea la fenomenología, la que trata de explicar los significados en los que están inmersas las personas en la cotidianidad. La fenomenología “es el estudio de las esencias” (Rodríguez Gil García, 40: 2002) por lo que fue muy útil en esta investigación ya que permite explicar la relación oyente programa, el significado que tiene el proceso de comunicación que genera el espacio con la audiencia y otros componentes del proceso de mediación.

Y el método etnográfico, que se emplea para brindar una visión de la realidad humana desde la cultura. Con el mismo, persigue la descripción o reconstrucción analítica de carácter interpretativo de la cultura. “Con este método se aprende el modelo de vida de una unidad social concreta...” (Rodríguez, Gil & García, 2002, p. 40). Resulta útil para analizar y describir cómo las personas asumen los contenidos generados por el programa objeto de estudio, como los incorporan a sus experiencias culturales, los contenidos que reciben con el espacio, el uso y destino que le da a esos nuevos aprendizajes.

Observación científica: Se utilizó durante el proceso de investigación, como recurso científico de partida. Permitted observar la realidad del proceso de realización del Noticiero Actualidades, su organización, balance de géneros y otras cuestiones afines al espacio televisivo.

Encuesta: A partir de su aplicación, se pudo recoger de forma rápida y masiva informaciones valiosas, relacionadas con la audiencia del programa, los temas que más le impactan, gustos, preferencias y otros datos de interés, como las recomendaciones al canal y la programación en general.

Entrevistas estandariza abierta: Se aplicó a periodistas, directivos y realizadores del Noticiero Actualidades, con el objetivo de conocer sus motivaciones, criterios, enfoques y competencias para proceso de creación del Noticiero Actualidades.

Como procedimientos estadísticos se emplean el cálculo porcentual y el sondeo telefónico. Este último consiste en seleccionar una porción representativa del universo

que se investiga, lo que se denomina muestra, aplicando ciertos parámetros que inevitablemente benefician la representatividad de los grupos y comportamientos mayoritarios frente a determinados productos.

De la muestra seleccionada:

- Se seleccionó una primera muestra intencional no probabilística de 150 personas habitantes del reparto Caribe, la que manifestaron ser televidentes del Noticiero Actualidades de Moa TV habituales y no habituales. A estas personas se les realizó la encuesta. **(Anexo 1)**
- Se seleccionó otra una muestra de 375 suscriptores del servicio telefónico en el reparto Caribe, que permitieron la realización del sondeo telefónico a la audiencia construida, para ofrecer datos representativos de la población que se analiza.

2.3.1 Operacionalización de las variables investigadas: Conceptualización, dimensiones e indicadores

No es posible el trabajo científico sin dar el tratamiento adecuado a las variables que se estudian. En el caso de esta investigación, se requiere de la operacionalización de noticiero de televisión y nivel de audiencia. **(Anexo 2)**

El **noticiero de televisión** es un programa basado en la sucesión de piezas informativas que se ofrece a la audiencia, con una periodicidad definida, un resumen de los acontecimientos que, para el equipo de profesionales que firman el espacio, resultan los más relevantes de la actualidad. Los noticieros de televisión se convierten, igualmente, en el principal nutriente informativo de las programaciones televisivas contemporáneas. Su consolidación a lo largo de la historia de este medio de comunicación ha sido uno de los procesos más evidentes.

- Nivel de Audiencia.

La audiencia se puede definir en diferentes caminos, por lugar, gente, sexo, creencias políticas, o por el tipo de medio, contenido del mensaje, tiempo al aire (horario con respecto al rating), con lo que no se puede dar cuenta de lo ambiguo y compleja que puede ser una audiencia. Es más bien vista como una colección de individuos heterogénea, quienes están separados uno del otro son independientes. Los miembros

Creado con

de esta audiencia son anónimos al mensaje producido. Sin embargo, Nightingale la definió “como cualquier persona que utilizase cualquiera de los medios de comunicación en cualquier circunstancia”[(Nightingale, 1999, p.34 citado por (Huerta, 2011)]. Tomando en consideración lo anterior, el nivel de audiencia implica el por ciento de personas que integran la audiencia real y que constituyen la audiencia potencial de los espacios televisivos.

Se deben resaltar los problemas propios de los estudios relacionados con la medición de audiencia: se consideran investigaciones de las más costosas que se realizan en la actualidad, por la cantidad de recursos que se invierten para asegurar la calidad de los resultados: Al desconocerse la audiencia real de los productos televisivos, siempre se corre el riesgo de no objetivos en los resultados obtenidos, de ahí que se trabaje con una audiencia construida, es decir

2.4 Análisis de los resultados

La utilización de los métodos y técnicas de investigación permitieron acceder al conocimiento que requiere el estudio realizado. Las **encuestas** se aplicaron a una muestra intencional no pirobalística de 150 personas del reparto Caribe (**Anexo 3**). En el primer ítem, relacionado con la percepción sobre la calidad del Noticiero Actualidades, **95** de los encuestados califican al programa de bueno, lo que significa el **(63,3%) (Anexo 4, gráfico 1)**

50 personas la califican de **regular**, para un **33,3%** de la muestra escogida. De ellos **26 (52%)** coinciden que en el Noticiero Actualidades **le falta variedad de géneros**. 20 opinan que la realización del programa incide también en la calidad, para un **(40%)**. Otras **12(24%)** persona expresan que las principales causas está se relacionan con calidad de la señal y solo tres personas consideran que no responde a los intereses del televidente de Moa por el horario en que se transmite. Por otra parte, **9(18%)** creen que las causas inciden en los problemas audio, poca variedad en las temáticas de los trabajos y la falta de creatividad de los realizadores.

Solo **cinco** personas manifiestan que existe **mala** calidad en el “Noticiero Actualidades”, coincidiendo con a la deficiente calidad de la señal, la falta de variedad de géneros, la poca profundidad en su realización, problema en su extensión, es decir, se hacen trabajos periodísticos muy extensos y aburridos.

Creado con

Según el criterio de los encuestados las acciones que mejorarían la calidad del programa Noticiero Actualidades son: profundizar más en temáticas de interés de los televidentes (**105** personas opinan que deben realizar trabajos periodísticos donde se refleje más la realidad de la vida y costumbres de los moenses, para un **70%**). Sugieren además mayor simpatía y empatía por parte de la locutora, dinamismo en la realización, incluir un segmento de noticias internacionales, y que se promocionen más las actividades juveniles y deportivas, argumentando la necesidad de recrear las secciones del deportivas y culturales con imágenes, donde también se incluya noticias del ámbito internacional.

Con relación a la pregunta dos de la encuesta, estas fueron muy productivas en sus opiniones, con respecto a sus recomendaciones para mejorar la calidad del programa. Otras **70** personas consideran que se tiene que profundizar más en el periodismo investigativo, lo que equivale al (**46,7%**). También **38(25.3%)** personas piensan que se superar técnicamente a los trabajadores, lo que perfeccionaría la calidad del Noticiero Actualidades. Para **33(22%)** encuestados, el horario de transmisión del programa debería ser otro y así mantenerse informado durante el transcurso de la semana.

Que las tomas sean más versátiles, mejorar las imágenes que salgan con más calidad que se profundicen en temas de aún más interés a la población. Hacer énfasis en el periodismo crítico, fundamentalmente de aquellos servicios que tienen mala calidad en el municipio como la dulcerías, donde he observado ciertas malas costumbres, además las ferias agropecuarias que no siempre son tan buenas en cuanto a variedad y otros problemas. La crítica que se hace, se queda en la superficie de asuntos que deben de tocarse con mayor profundidad.

También se refieren a la necesidad de mejorar la escenografía, a la poca variedad de voces en el noticiero (la presentadora del Noticiero es la dice las noticias culturales y todo el contenido del mismo), crear un segmento donde se hable de los intereses de los estudiantes de la secundaria, preuniversitario y universidad, incluir un segmento con las opiniones de las personas de la comunidad.

En opinión de los encuestados, se necesita reflejar más la realidad del vida y costumbres del moense, y no limitarse solo al mundo empresarial- estatal; ir a los barrios, investigar la historias de vida y las tradiciones. Hay que lograr una sección

Creado con

económica especializada. Las personas recomiendan además la revisión de los horarios de transmisión para mejorar la calidad del Noticiero Actualidades, pues así la noticia no caducaría tanto. Varios encuestados expresan que es mejor que se transmita durante la semana, aunque se transmita media hora diaria, o días alternos y así se mantenga a la población informada durante la semana.

El cálculo porcentual permitió conocer el nivel de satisfacción de las personas que fueron encuestas, con respecto al Noticiero Actualidades. 13 personas lo consideran **bajo**, para un **8,7%**; 84 declaran que es **intermedio (56%)**, 44 **alto**, para **(29,3%)** y solo 9 personas, lo perciben **muy alto (6%)**. (**Anexo 5, gráfico 2**)

En cuanto a si el noticiero el “Noticiero Actualidades” responde a los intereses comunitarios, 101 personas consideran que el programa “Noticiero Actualidades” si responde a los intereses de su público objetivo porque mantiene informado del acontecer del municipio y de los municipios cercanos.

Entre las cuestiones que más se resaltan:

- Da conocer las noticias políticas, sociales y culturales de la localidad. Abordan también temas de mucho interés para el pueblo moense.
- Por el trabajo que realizan las periodistas en el “Noticiero Actualidades” se dan a conocer los avances y problemas del ámbito político, social y cultural del municipio y es una vía de hacer llegar las noticias del territorio a todos los moenses.

En la encuesta aplicada, 29 personas declaran que aunque responde a los intereses comunitarios, se debe profundizar más en los temas sociales, reflejar más al campesino de la zona, ama de casa, desde el trabajador de nivel más bajo hasta del nivel más alto y en temas de interés del televidente. Por otro lado, 14 personas consideran que el “Noticiero Actualidades” no siempre responde los intereses comunitarios porque no siempre habla de temas que realmente le afecta a la población moense.

Según la escala de preferencia del “Noticiero Actualidades”, con respecto al resto de los espacios de la programación (Mientras llega la noche, Punto común, Interactivo y

Rincón de los peques) la investigación detectó que el espacio ocupa el primer en la preferencia de la audiencia del reparto Caribe. **(Anexo 6, gráfico 3)**

De la muestra investigada, 73 personas reflejaron otros criterios con relación a la programación en general

- Que transmitieran también musicales internacionales uno en cada emisión.
- Recuperar programas como Contigo en el barrio, para que haya mayor interactividad con los moenses y que el televidente se vea reflejado.
- Explotar más el talento local pues en Moa se realizan varios tele-play, dramatizados y videos clip que podrían transmitirse.
- Que en el programa juvenil no sean los mismos locutores que de otros que programas, que busquen opiniones de diferentes enseñanzas e instituciones. Deben hablar mucho más sobre los jóvenes su que hacer, así como divulgar las actividades de sus diferentes centros de estudios.
- Incluir periodistas y locutores del sexo masculino.
- Mejorar los problemas técnicos y la definición en la calidad de la imagen, la calidad de sus programas para que el pueblo se interese aún más y se sienta satisfecho.
- Superar profesionalmente a los profesionales del medio para así brindar un mejor producto televisivo, con la calidad y realización que la audiencia necesita.
- Profundizar más en los temas que se tratan en la programación y apoyarse en los especialistas del municipio.
- Prolongar el tiempo en pantalla de las informaciones escritas, para que las personas de cualquiera edad puedan leerlo.
- Transmitir programas más atractivos, ejemplos películas, novelas, documentales, deportivos y que recuperen el programa que tanto le gustaba a la comunidad contigo en el barrio.
- Mejorar el ritmo y calidad de las presentaciones, transiciones y spot televisivos.
- Mejorar la calidad de las entrevista, la mayoría aburren.

Creado con

- Mejorar la imagen de las locutoras en pantalla, su porte y aspecto.
- Realizar investigaciones para evaluar gustos y preferencias en los públicos conocer sus gustos y preferencias en la pantalla para que puedan trabajar con el objetivo de satisfacer a la población en general y aumentar un poco más el tiempo de salida al aire.
- Buscar otras alternativas en los horarios de transmisión que incluyan la extensión el tiempo de la transmisión.

Con el objetivo de orientar la investigación hacia el conocimiento del nivel de audiencia del “Noticiero Actualidades” en el reparto Caribe de Moa, entre los meses de abril y mayo de 2015, se realizó un sondeo telefónico que incluyó a 375 usuarios de, una muestra significativa, teniendo en cuenta los 687, sumados los teléfonos particulares y estatales, que existen en reparto.

Resultado del sondeo por jornada:

Mes de abril del año 2015 (Anexo 7) y (Anexo 8, gráfico 4)

- El viernes 3 de abril de 2015, se les realizó el sondeo telefónico a un total de 40 personas de ellos, 19 estaban observando el “Noticiero Actualidades”, que representa el (47,5%) y 21 personas no lo estaban viendo para un (52,5%)
- El sábado 4 de abril de 2015 se les realizó el sondeo telefónico a un total de 40 personas de ellos, 32 estaban observando el “Noticiero Actualidades” que representa el (80,0 %) y 8 personas no lo estaban viendo para un (20,0%)
- El domingo 5 de abril de 2015 se les realizó el sondeo telefónico a un total de 30 personas de ellos, 9 estaban observando el “Noticiero Actualidades” que representa el (30,0 %) y 21 personas no lo estaban viendo, significando el (70,0%)
- El viernes 17 de abril de 2015, se les realizó el sondeo telefónico a un total de 35 personas de ellos, 13 estaban observando el “Noticiero Actualidades” que representa el (51,42%) y 22 personas no lo estaban viendo, lo representa el (62,85%)

- El sábado 18 de abril de 2015 se les realizó el sondeo telefónico a un total de 40 personas de ellos, 26 estaban observando el “Noticiero Actualidades” que representa el (65,0 %) y 14 personas no lo estaban viendo para un (35,0%)
- El domingo 19 de abril de 2015 se les realizó el sondeo telefónico a un total de 30 personas de ellos, 14 estaban observando el “Noticiero Actualidades” que representa el (46,6 %) y 16 no para un (53,3%)

Mes de mayo (Anexo 9, gráfico 5)

- El viernes 1 de mayo de 2015, se les realizó el sondeo telefónico a un total de 35 personas de ellos, 20 estaban observando el “Noticiero Actualidades” para un (57,14%) y 15 personas no lo estaban viendo (42,85%)
- El sábado 2 de mayo de 2015 se les realizó el sondeo telefónico a un total de 27 personas de ellos, 17 estaban observando el “Noticiero Actualidades” (62,96 %) y 10 personas no lo estaban viendo, para un (37,03%)
- El domingo 3 de mayo de 2015 se les realizó el sondeo telefónico a un total de 26 personas de ellos, 12 estaban observando el espacio, lo que implica el (46,15 %) de la muestra y 14 personas no lo estaban viendo, que representa el (53,84%)
- El viernes 8 de mayo de 2015, se les realizó el sondeo telefónico a un total de 40 personas de ellos, 17 estaban observando el “Noticiero Actualidades”, para un (42,5 %) y 23 personas no lo estaban viendo que representa el (57,5%)
- El sábado 9 de mayo de 2015 se les realizó el sondeo telefónico a un total de 18 personas de ellos, 3 estaban observando el “Noticiero Actualidades” (16,66 %) y 15 personas no lo estaban viendo para un (83,33%)
- El domingo 10 de mayo de 2015 se les realizó el sondeo telefónico a un total de 14 personas de ellos, 4 estaban observando el “Noticiero Actualidades” que representa el (28,57 %) y 10 personas no lo estaban viendo que representa el (71,42%)

Teniendo en cuenta los riesgos propios de los estudios de audiencia, y la necesidad de aproximarse al nivel de audiencia del “Noticiero Actualidades” en el reparto Caribe de Moa, entre los meses de abril y mayo de 2015, fue necesario realizar el cálculo porcentual para determinar el nivel de audiencia total por días de la semana durante los sondeos de (viernes, sábado y domingo en total (**Anexo 10, gráfico 6**)

- Durante las transmisiones de los viernes, en los meses de abril y mayo, el sondeo incluyó telefónico incluyó 15 llamadas. Durante la salida al aire del “Noticiero Actualidades”, 69 personas, estaban conectadas con el programa, para (**46%**). Las otras 81 personas, no lo observaban, lo que implica el (**54%**)
- En las transmisiones del sábado, en los meses de abril, el sondeo telefónico incluyó a 125 personas, de ellas 78 estaban viendo el “Noticiero Actualidades”, significando (**62,4%**), y no lo estaban viendo **47(37,6%)**
- Los domingo, el sondeo telefónico se realizó a 100 usuarios telefónicos, de ellos, **39(39%)** lo estaban viendo y el resto no (**61%**)

Al sumar las muestras del sondeo de los meses de abril y mayo de 2015, se determinó que de 375 llamadas que se realizaron en los seleccionados para el estudio, **186** personas estaban mirando el “Noticiero Actualidades”, que representa el (**49,6%**) y **189**, no, para un (**50.4%**) (**Anexo 11 gráfico 7**)

Para determinar el nivel de audiencia se elaboró una escala cualitativa de valores: muy baja, baja, media, alta y muy alta. De esta forma se pudo determinar que el nivel de audiencia del “Noticiero Actualidades” en el reparto Caribe, entre los meses de abril a mayo de 2015 es del (**49,6%**), y se considera, según el estudio realizado, en un nivel de audiencia media. (**Anexo 12, gráfico 8**)

La entrevista estandariza abierta se le aplicó a tres periodistas, un camarógrafo una locutora, la directora del espacio y la jefa de programación de Moa TV. Todos ellos, participan de una forma u otra, en el proceso de realización del “Noticiero Actualidades”. Lo anterior permitió contrastar las opiniones de las personas de la comunidad, con la realidad del programa (**Anexo 13**)

En relación con los problemas tecnológicos considera que inciden en la calidad del “Noticiero Actualidades”, el **entrevistado No.1**, argumenta:

Creado con

“Actualmente Moa TV carece de diferentes recursos materiales que no permiten que el Noticiero Actualidades salga al aire con la calidad requerida por ejemplo, existe déficit con las cámaras. Inicialmente existían dos cámaras para exteriores, hoy solo se cuenta con una. Hay también problemas con los casetes, en este caso, proceden de una tecnología obsoleta, caduca. Hasta tanto no se realice la digitalización en todos los telecentros, se seguirá trabajando con estos casete que están demostrando que no están siendo efectivos, porque se ensucian, ensucian las cámaras, muchas veces se grava y la entrevista no se puede aprovechar correctamente, la imágenes no se ven o el audio no se oye”

El entrevistado No. 3 considera *“que existe carencia de técnica, faltan máquinas con capacidad suficiente para poder tener software de edición y que enriquezcan el programa, faltan espacios y materiales para hacer una buena escenografía, mucho más grande donde se puedan hacer muchas más cosas con el set, la falta de cámaras equipo fundamental para producir informativos y junto con la cámara los equipos de audio, equipo para edición casete. En la calidad afecta también que es muy poco el personal para el trabajo informativo. Un periodista atiende mucha fuente y se hace complicada cumplir con todas las que se pueden generar en el municipio”*

En el caso de los **entrevistados No. 1 y No. 2**, estos declaran *“que no existe una planificación adecuada para la semana, falta el equilibrio con los géneros periodísticos (no nos proponemos realmente un balance de género que puede resultar atractivo para el noticiero para el televidente, para el público que nos ve), muchas se llega al telecentro y no hay un plan de trabajo para la semana, hay problemas también con las fuentes, existe un exceso de la información de algunas fuentes y de otras se carece totalmente a otras fuentes”*

Entrevistado No. 2 *“Se produce un embotellamiento en el trabajo de edición que incide mucho en la calidad del trabajo”*. **Entrevistado No. 1** *“se habla muchas veces de las reorganización de las fuentes y es algo que no se concreta, también decir que tener un noticiero de 27 minutos constituye un reto para nosotros porque con estas cantidades de recursos que no tenemos en las manos y además 4 reporteras en función de un noticiero de 27 minutos y que al mismo tiempo dos de estas personas están en función totalmente de la programación y una tercera en ocasiones que apoya*

o colabora. Esto hace que merme la calidad del trabajo la atención a ese noticiero. Falta también el apoyo de un asesor porque las plazas que existen no están cubiertas.

Entrevistado No. 3 *“hay ideas que se están organizando, se está trabajando por ejemplo para garantizar ese noticiero de 27 minutos, estamos proponiendo una sección donde un periodista valla al set y haga en vivo junto con el locutor un comentario con temas económicos y en ese proceso de buscar alternativas que lleguen, tanto cubrir un espacio que hace falta en el noticiero por su contenido, como por el tiempo total del espacio”.*

Con respecto a la organización del trabajo y las estrategia a seguir, **el entrevistado No. 1** *“opina que la reunión de los lunes, que es el encuentro de los periodistas con la dirección dar a conocer las afectaciones para la semana y ya, no se hace un análisis serio del noticiero que salió mal muchas veces. Se dice que después que ocurrió el hecho ya no tiene sentido de analizar. Cuando existe un problema, hay que analizarlo para evitar que se repita eso, que se deje el paternalismo, que se exija el trabajo de todos por igual parejo. Muchas veces se dice se dice y al final no se ha hecho nada. No existe una estrategia de comunicación, existe una política informativa trazada y no todos los trabajadores saben de esta política. Los periodistas no la han tenido en sus manos para saber cómo direccionar mejor su trabajo. Solamente se habla de la carta de estilo del medio y no solamente es eso, sino que el problema va más allá.”*

En cuanto al proceso de observación al trabajo de organización del programa se realizó de forma periódica. Se corroboraron las dificultades con la variedad de los géneros periodísticos, la poca organización de las rutinas productivas, problemas técnicos que afectan la calidad del espacio y con la locución, el poco dinamismo y atractivo en la realización, sobre utilización de recursos que no resultan idóneos para la realización televisiva como imágenes de archivo, fotografías y grabaciones de aficionados, entre otros. **(Anexo 14)**

Conclusiones parciales al capítulo

A pesar de las limitaciones que se presentan en la actualidad con respecto a los estudios de audiencia y su poca realización en el contexto cubano, la metodología utilizada en la investigación resulta adecuada para darle curso al tema que se investiga.

Existen problemas objetivos y subjetivos que afectan en el proceso de realización de “Noticiero Actualidades”. Los mismos influyen en la calidad de este espacio informativo al cual le corresponde mostrar la realidad de los moenses, su historia, costumbres y experiencias cotidianas de los hombres y mujeres que la habitan.

La audiencia del reparto Caribe se caracteriza por su espontaneidad y relación mediática con el “Noticiero Actualidades”, lo que posibilita que el universo investigado resulte significativo para detectar los problemas que inciden en la calidad del programa objeto de estudio. Existen insatisfacciones en la audiencia que afectan considerablemente el comportamiento de los niveles de audiencia. De este modo quedó demostrado que el nivel de audiencia del programa es **(49,6%)**

CONCLUSIONES

- Las principales posiciones teóricas relacionadas con el tema investigado, realzan la necesidad de un estrecho vínculo entre los noticieros de televisión y la audiencia. Esta relación mediática debe establecer una dinámica, que propicie la calidad de las emisiones informativa en los canales de televisión ubicados en las comunidades cubanas, y estimule, de forma mancomunada, la búsqueda de alternativas que contribuyan a fortalecer la producción informativa y el diseño integral del programa.
- Aunque existen fortalezas que propician la salida al aire del “Noticiero Actualidades, de Moa TV”, como la disposición de su colectivo realizador para visibilizar la información que se genera en el municipio, las condiciones actuales del mismo, no permiten un nivel de aceptación por parte de la audiencia. Los resultados de la investigación realizada detectó entre otras características, poca inmediatez en la noticia, falta de variedad en los géneros periodísticos, falta de organización en las rutinas productivas, poco atractivo en el diseño integral del programa y escasa relación mediática, entre otros factores. Todo ello incide contra la calidad del espacio y por tanto, en el gusto de la audiencia.
- Durante los sondeos telefónicos realizados en la salida al aire de 12 emisiones del “Noticiero Actualidades de Moa TV”, entre los meses de abril y mayo del año 2015, se determinó que el nivel de audiencia del programa es de **(49,6%)**, por lo que se considera un nivel de audiencia **medio**.

RECOMENDACIONES

- A la Facultad de Humanidades del Instituto Superior Dr. Antonio Núñez Jiménez, tomar la presente investigación como punto de partida para la realización de investigaciones posteriores, en el contexto de los medios de comunicación masiva de la comunidad, con énfasis en el diagnóstico de gustos y preferencia, nivel de aceptación de los productos informativos y de las programaciones por parte de la audiencia.
- Al telecentro Moa TV, considerar los resultados de la presente investigación para superar los problemas objetivos y subjetivos que afectan la calidad integral del “Noticiero Actualidades”, de manera que se fortalezca su producción televisiva y se proporcionen emisiones que alcancen una mayor relación mediática con la audiencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Aboites, H. (1990): *Medios de comunicación y organizaciones populares: Hacia una propuesta de recepción crítica a partir de los movimientos sociales*. En M. Charles y G. Orozco (Eds.), Educación para la recepción (pp. 227-240). México: Trillas.
- Alonso, Margarita y Saladrigas, Hilda. (2005): *La investigación en Comunicación*. En Saladrigas Medina, H.(Comp) Introducción a la teoría y la investigación en comunicación. Selección de lecturas. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Anaya Cadena, V. (1984): *El Impacto de la televisión en cinco comunidades vírgenes de México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)
- Arias Curbelo, Sonia y Astiasarán Arias, Lisandra. (2008): *La cultura revolucionaria cubana, el desarrollo entre lo global y lo local*. Sánchez Medina, Mayra (Comp).Estética. Enfoques actuales. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Aróstica Toledo, Bárbara. (2012): *Propuesta de actividades para la elaboración de guiones de radio y televisión en la asignatura Comunicación audiovisual*. Centro Universitario de Sancti Spiritus, José Martí Pérez
- Arriaga Jordan, P. A. (s/f): *Efectos de la televisión en la conducta verbal de infantes de casa cuna*. México: Universidad Anáhuac, Centro de Investigación de la Comunicación.
- Borroto Carmona, G. (Comp) (2008): *Metodología de la investigación científica. Selección de lecturas*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Búevas, L. (1979): *Las relaciones sociales y la comunicación*. URSS: Revista Ciencias Sociales Contemporáneas, No 48, (p.159)
- Bracero Torres, Josefa. (2002): *Voces que se escuchan*. La Habana. Letras Cubanas
- Britto García, Luis. (2003): *Conciencia de América Latina. Intelectuales, medios de comunicación y poder*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales
- _____ (2013): *Congreso de la UPEC: Por una cultura de la información y la transparencia*. Cuba periodista. <http://cubasi.cu/cubasi-noticias-cuba-mundo->

[ultima-hora/item/19299-congreso-de-la-upec-por-una-cultura-de-la-informacion-y-de-la-transparencia](#) [Consulta 10 de abril de 2015]

Fuentes, Írian (2013): *Influencia socio-comunitaria de la Redacción Cultural de La Voz del Níquel, en el reparto Caribe de Moa*. Tesis de Licenciatura en Estudios Socioculturales. ISMMM

García Luis, Julio. (2009): *Ética periodística*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

Gargurevich, Juan. (2006): *Géneros periodísticos*. La Habana: Editorial Félix Varela.

González Castro, Vicente.(1989): *Profesión comunicador*. La Habana. Editorial Pablo de la Torriente.

González García, L. M. (2012): *La Actualización del modelo en la prensa: el periodismo cubano en tiempos de cambio*. Disponible en URL http://www.temas.cult.cu/revistas/72/020-027_Luisa.pdf [Consulta 10 de abril de 2015]

Guevara, Ernesto.(1965): *El socialismo y el hombre en Cuba*. En Portal, R. y Recio, M. de (Comp) *Lecturas de Comunicación en la comunidad*. La Habana. Editorial pablo de la Torriente. (pp.15-23)

Guevara, Frank. (1984): *La locución en Cuba*. Santiago de Cuba: Editorial Oriente

Hart Dávalos. Armando.(2009): *Ética, cultura y política*. La Habana: Centro de Estudios Martianos.

Herrera Barreda, Dagmar. (2013): *Apuntes para el estudio de la televisión local en Cuba*. Conferencia. Festival Internacional de Televisión. Disponible en URL <http://mesadetrabajo.blogia.com/2013/092109-apuntes-para-el-estudio-de-la-television-local-en-cuba.php> [Consulta 10 de abril de 2015]

Hernández Sampier, Roberto. (2003): *Metodología de Investigación I y II*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Huerta, Amparo (2011): *De la medición de la audiencia, al conocimiento de los públicos*. Portal Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. España.

Disponible en URL http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/22_esp.pdf

[Consulta 10 de abril de 2015]

Ibarra Martín, Francisco. (2001): *Metodología de la investigación social*. La Habana: Editorial Félix Varela.

_____ (2011): *Informe central al VI congreso del PCC*, disponible <http://www.cubadebate.cu/congreso-del-partido-comunista-de-cuba/informe-central-al-vi-congreso-del-partido-comunista-de-cuba-iii/> [Consulta 10 de abril de 2015]

Isla, S., Echevarría, L. y Venegas, G. (1989): *El análisis dramaturgicos en los medios de difusión masiva. Método sistémico-histórico*. Colección "Cuadernos de periodismo". La Habana. Editorial Pablo de Torriente.

Jauset, Jordi. (2000): *La Investigación de Audiencias en Televisión fundamentos estadísticos*. Paidós: España

Jensen, Klaus Bruhn (1992): *La política del multi-significado: Noticias en la televisión, conciencia cotidiana y acción política*, in Guillermo Orozco (comp.): *Hablan los televidentes: Estudios de recepción en varios países, México*, Universidad Iberoamericana, pág. 97-129.

Jiménez Jiménez, Lidia. (2013): *Nivel de aceptación del programa carita de sueño de la emisora la Voz del Níquel*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social. ISMMM

Kotler, Philip. (2006): *Marketing Social. Estrategias para cambiar la conducta pública*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Landaburo Castrillón, M. I. (2008): *Reflexiones sobre la política cultural cubana*. En Sánchez Medina, Mayra (Cord). *Estética. Enfoques actuales*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Legrá Rodríguez, L. M. (2012): *Influencia del Programa informativo Antena Matinal en la satisfacción de los oyentes del Consejo Popular Moa centro*. Tesis en opción al título de Licenciado en Comunicación Social: ISMM Dr. Antonio Núñez Jiménez.

- Luis Frometa, Y. (2005): *Evaluación de la calidad periodística de los servicios informativos de La Voz del Níquel de Moa*. Tesis en Opción al título de Licenciado en Periodismo: Universidad de Oriente.
- Martínez Llantada, M. (2008): *Los componentes del diseño teórico de investigación*. En Borroto, G. (Comp) *Metodología de la investigación científica*. Selección de lecturas. La Habana: Editorial Félix Varela. (pp. 48-59)
- Molano, Olga L. (s/f): *Identidad cultural, un concepto que evoluciona*. Copyright de OPERA, Observatorio de Política, Ejecución y Resultados de la Administración Pública, Universidad Externado de Colombia y el Centro de Investigaciones y Proyectos Especiales (CIPED). Disponible en URL eb.a.ebscohost.com. [Consulta 3 abril de 2015]
- Morfa Hernández, G. & Sol Garabito I. (2012): *Medios y desarrollo, un reto desde lo comunitario*. Contribuciones a las ciencias sociales. Disponible en URL: <http://www.eumed.net/rev/cccss/20> [Consulta 10 de abril de 2015]
- Orozco Gómez, Guillermo y Viveros Ballesteros, Frank (1997): [La Investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina: Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios](#). Universidad Nacional de La Plata. pp. 239 páginas.
- Orozco, Guillermo (1996): [Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo](#). Ediciones de la Torre. Universidad Iberoamericana. [ISBN 978-84-7960-452-3](#).
- Orozco, Guillermo (1997): *El reto de conocer para transformar medios, audiencias y mediaciones*. Revista Comunicar (Andalucía) 2 (8): 25 – 30. [ISSN 1134-3478](#).
- Placencia Pons, A. (2006): *La comunicación social en la gestión de proyectos comunitarios: reflexiones sobre el tema*. En (CA) *Selección de lecturas de promoción cultural*. La Habana: Centro Internacional de Superación para la Cultura.
- Portal Moreno, Raisa. (2003): *Comunicación y sociedad*. Selección de lecturas. La Habana. Editorial Félix Varela.

Portal, Raisa y Trujillo, Amaya H. (2005): *Comunicación y sociedad cubana*. Selección de Lecturas. La Habana: Editorial Félix Varela.

_____ (2010): *Proyecto de Lineamientos de la Política Económica y Social*. VI Congreso del Partido Comunista de Cuba. Gaceta Oficial.

Ramonet, Ignacio. (2006): *Propagandas silenciosas. Masas, televisión y cine*. La Habana: Fondo cultural del ALBA.

Ramos Suyo, Juan A. (1989): *Tecnología de la comunicación alternativa y periodismo interpretativo*. La Habana. Pablo de la Torriente.

Ruiz Aguilera, A. (2008): *Metodología de la investigación*. En Borroto, G. (Comp) *Metodología de la investigación científica*. Selección de lecturas. La Habana: Editorial Félix Varela.(p. 3-36)

Saladrigas Medina, H. (Comp) (2005): *Introducción a la teoría y la investigación en comunicación. Selección de lecturas*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Saladrigas Medina, H. (2006): *La epistemología, un terreno de urgentes reflexiones y necesarias aportaciones en el campo de la comunicación*. En (CA) *Comunicología, temas actuales*. La Habana: Félix Varela.(p.12)

Sánchez Medina, Mayra y otros. (2008): *Estética. Enfoques actuales*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Sexto, Luis. (2006): *Periodismo y literatura*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente

Suárez Breff, Yennis.(2013): *El tratamiento al patrimonio geológico minero en noticiero estelar En tiempo, de la emisora La Voz del Níquel*. Tesis en opción al título de Licenciado en Comunicación Social: ISMM Dr. Antonio Núñez Jiménez

_____ (2013): *Talleres Creativos por un periodismo en tiempo real. Cubaperiodista*. Disponible en URL <http://www.enlace.cu/index.php/2013/talleres-creativos-por-un-periodismo-en-tiempo-real/>[Consulta 10 de abril de 2015]

Valdés Menocal, C. (Comp) (2005): *Ecología y sociedad*. Selección de lectura. La Habana: Editorial Félix Varela.

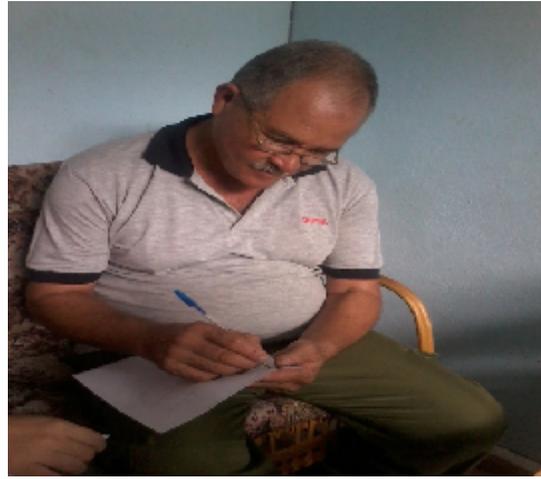
Vega Suñol, J. (2012): *Región e identidad*. Segunda Edición. Holguín: Ediciones Holguín (p. 10)

Villalón Caballero, Lorena. (2015): *La gestión de la información para la construcción de la noticia en la redacción informativa de La voz del Níquel*. Tesis de Licenciatura en Ciencia de la Información. ISMMM

Wolf, Mario. (2006): *La investigación de la comunicación de masas*. La Habana: Editorial Félix Varela



ANEXO 1: GALERÍA DE FOTOS DURANTE LA REALIZACIÓN DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS





ANEXO 2: TABLA 1. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

No.	Variable	Dimensiones	Indicadores
1	Noticiero de Televisión (Noticiero Actualidades)	Proceso producción	Balance de géneros Problemas tecnológicos Estrategias periodísticas
2	Nivel de audiencia	Comunitaria	Nivel de aceptación Nivel de satisfacción Preferencias



ANEXO 3: MODELO ENCUESTA

Encuesta

Su participación será de gran utilidad y ayuda para obtener los resultados de la investigación que se está efectuando con el fin de conocer el estado de opinión de uno de los programas del canal comunitario Moa TV. Gracias por su colaboración.

Edad_____ Sexo____ Ocupación_____

Nivel escolar _____

1. Considera usted que la calidad del Noticiero Actualidades de Moa TV es:
Buena____ Regular____ Mala____

Si los califica de mala o regular, marque cuáles de las siguientes causas.

Justifican su respuesta.

____ No responde a los intereses del televidente de Moa

____ Calidad de la señal

____ Falta de variedad de géneros

____ Falta de calidad en su realización

____ Otras ¿Cuáles?

2. Según su criterio, ¿cuáles son las acciones que mejorarían la calidad del Noticiero Actualidades?

____ Superar técnicamente a los trabajadores.

____ Cambiar el horario del programa.

____ Profundizar en temáticas de interés del televidente.

____ Profundizar en el trabajo periodístico investigativo.

____ Otras. ¿Cuáles?



3. Su nivel de satisfacción con respecto a este programa es:

___ Muy bajo

___ Bajo

___ Intermedio

___ Alto

___ Muy alto

4. ¿Considera que el Noticiero de Moa TV responde a los intereses comunitarios? ¿Por qué?

5. Enumere desde el número 1 hasta el número 5 según su preferencia los programas de Moa TV.

___ El rincón de los peques.

___ Mientras llega la noche.

___ Interactivo.

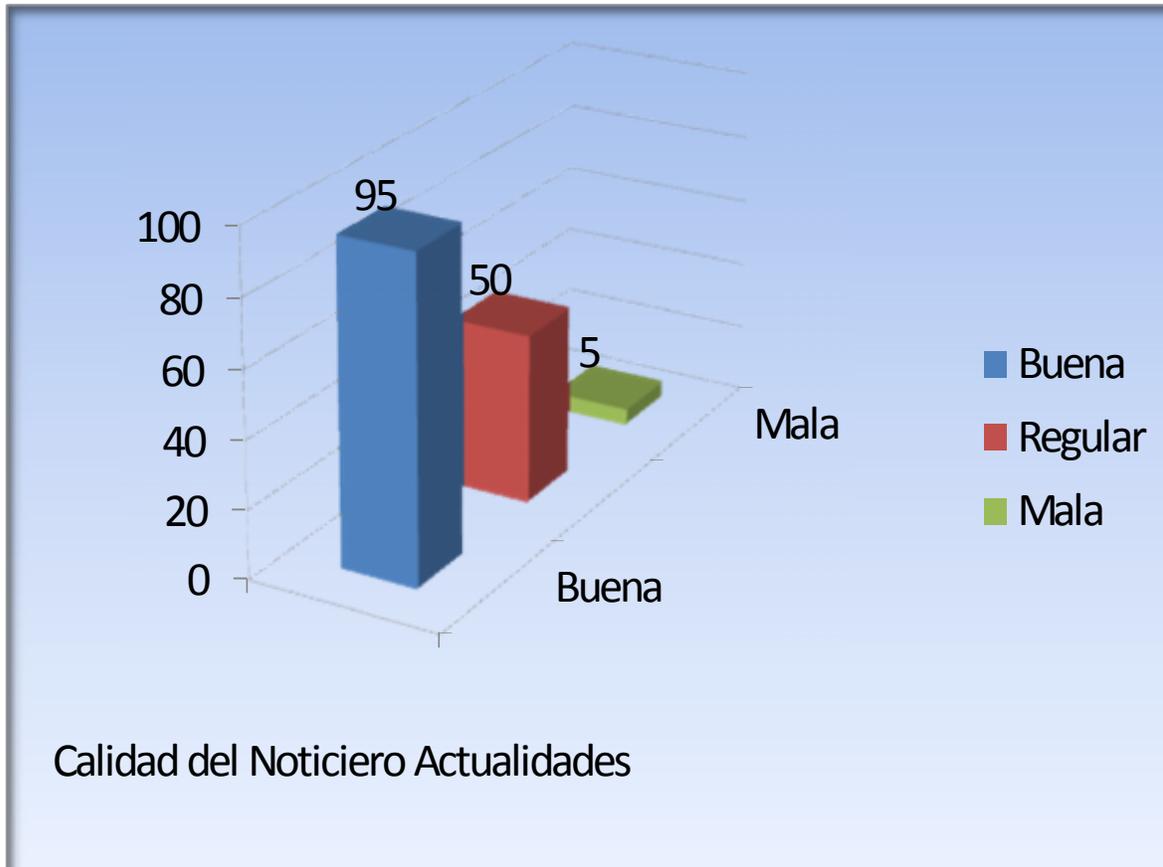
___ Punto común.

___ Noticiero Actualidades.

6. Añada cualquier otro criterio que desee.

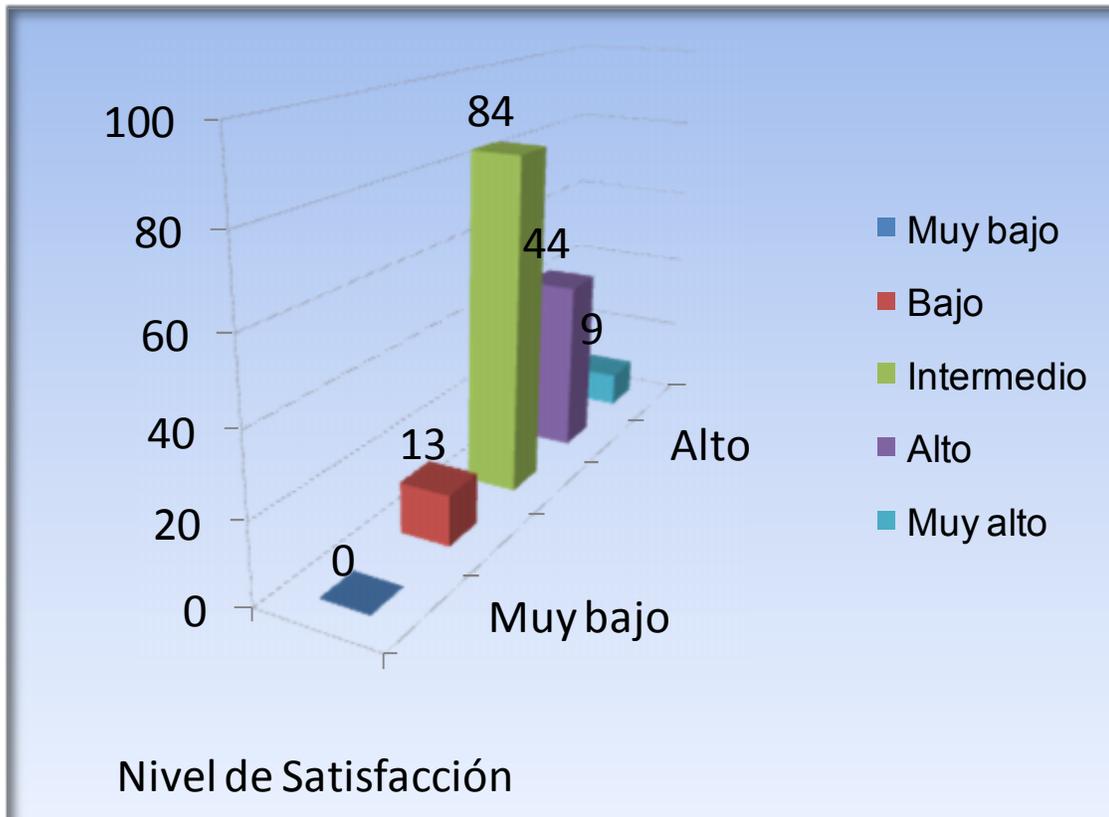


ANEXO 4: GRÁFICO 1. CALIDAD DEL NOTICIERO ACTUALIDADES

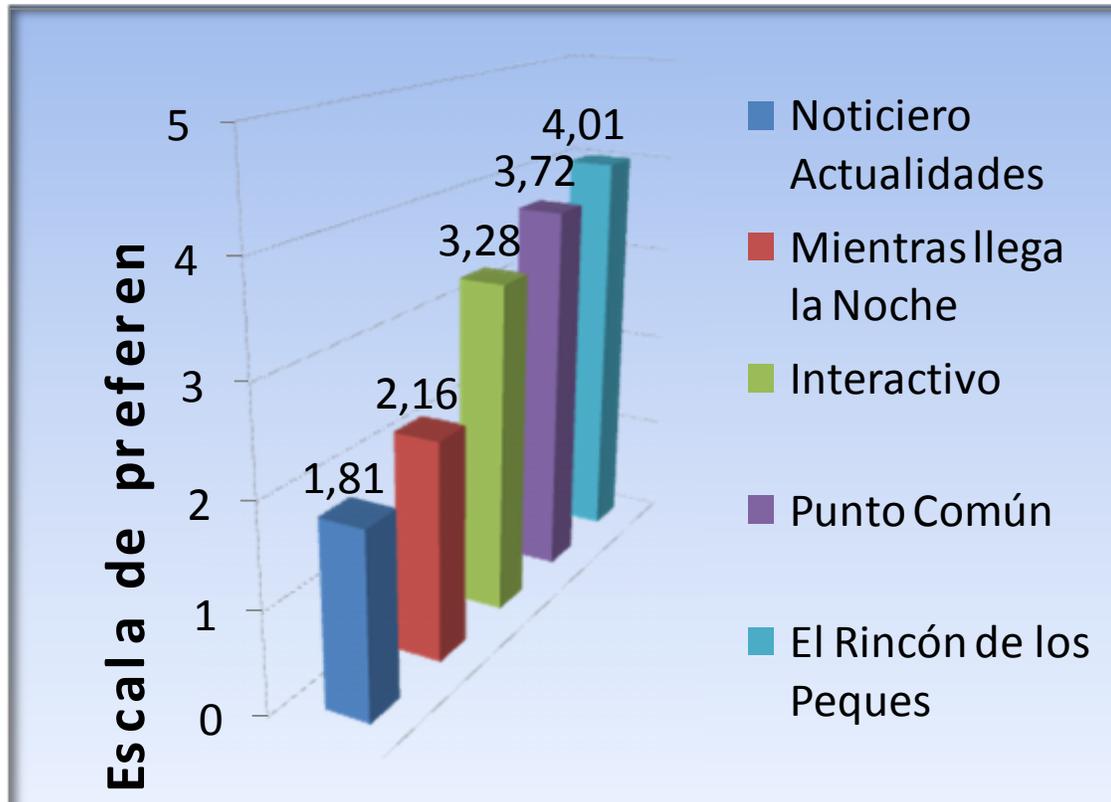




ANEXO 5: GRÁFICO 2. NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS CON RESPECTO AL NOTICIERO ACTUALIDADES



ANEXO 6: GRÁFICO 3. ESCALA DE PREFERENCIA DEL NOTICIERO ACTUALIDADES, CON RESPECTO AL RESTO DE LOS ESPACIOS DE LA PROGRAMACIÓN (MIENTRAS LLEGA LA NOCHE, PUNTO COMÚN, INTERACTIVO Y RINCÓN DE LOS PEQUES)





ANEXO 7: SONDEO TELEFÓNICO

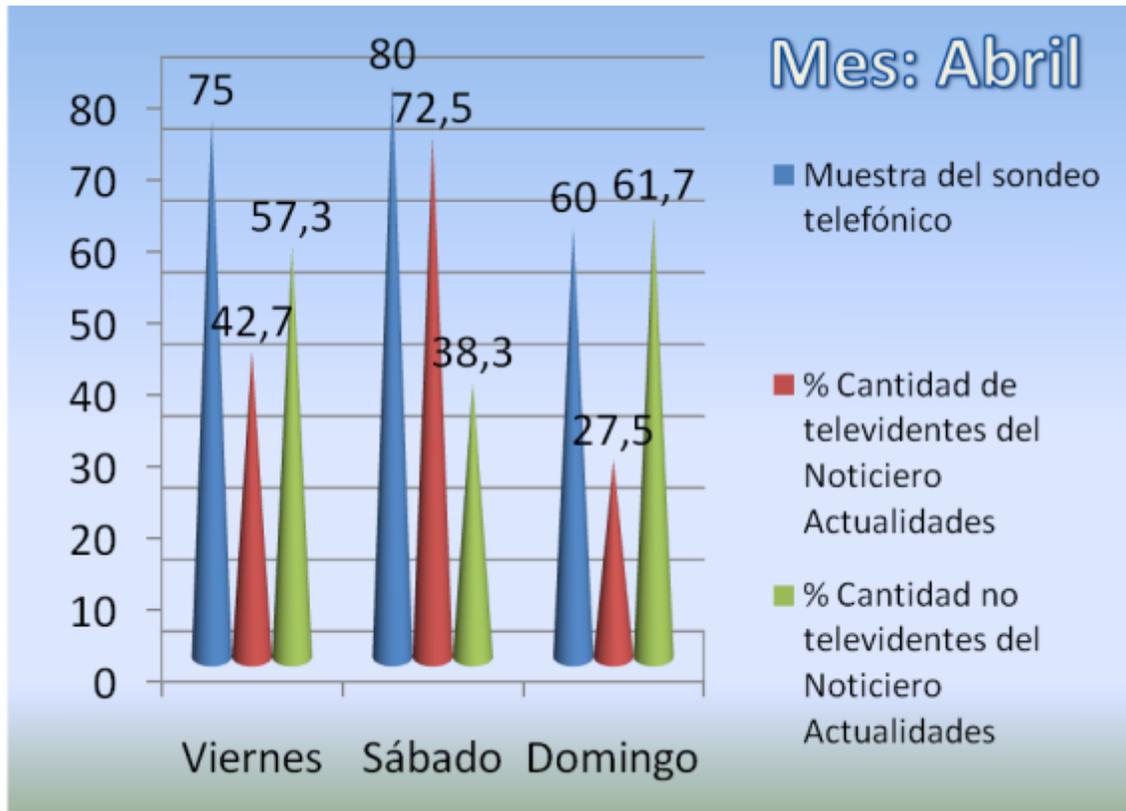
Fecha_____

Hora_____

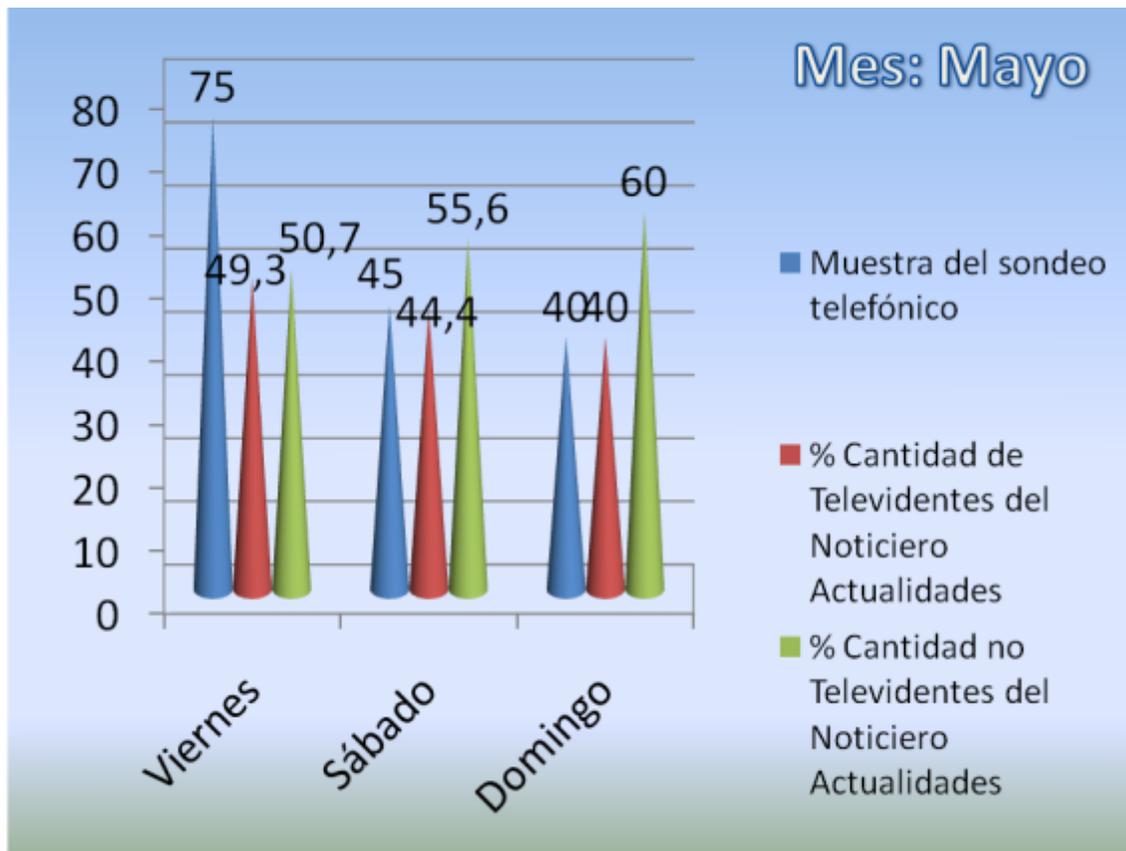
Cantidad de llamadas_____

Objetivos del sondeo: Evaluar el comportamiento de la audiencia durante la salida al aire del Noticiero Actualidades, de Moa TV.

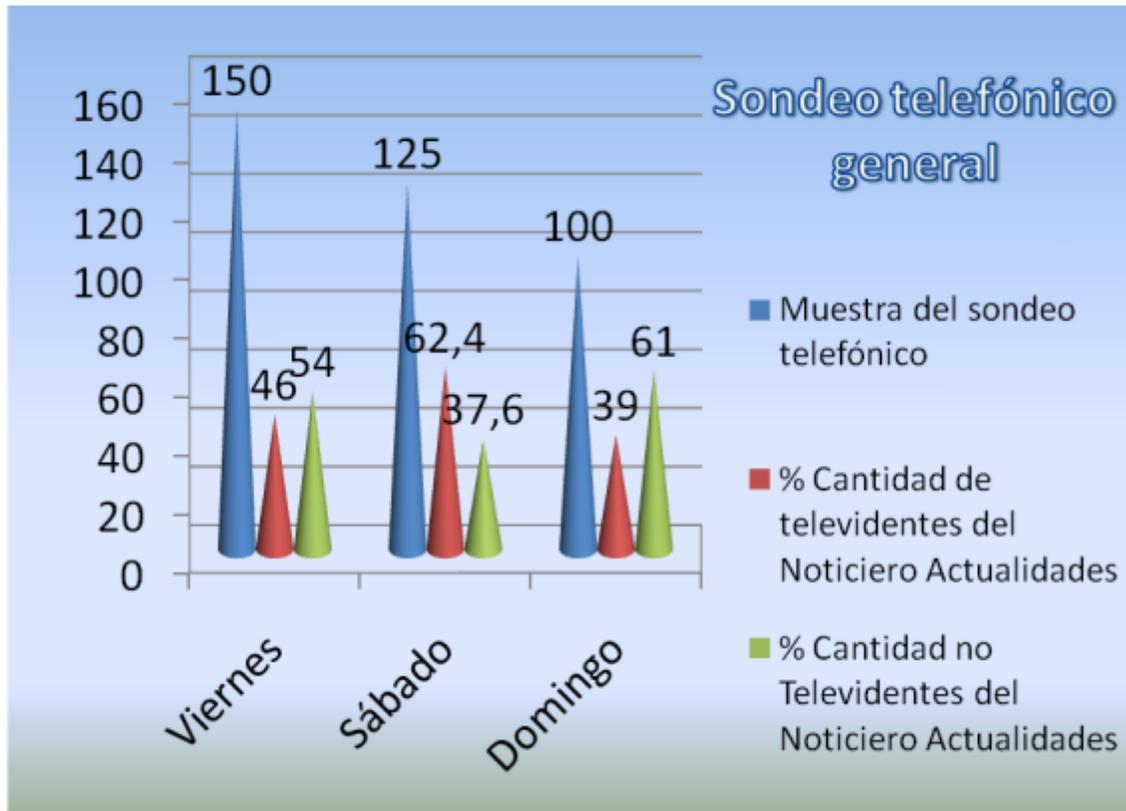
ANEXO 8: GRÁFICO 4. RESULTADOS DEL SONDEO TELEFÓNICO EN EL MES DE ABRIL DE 2015



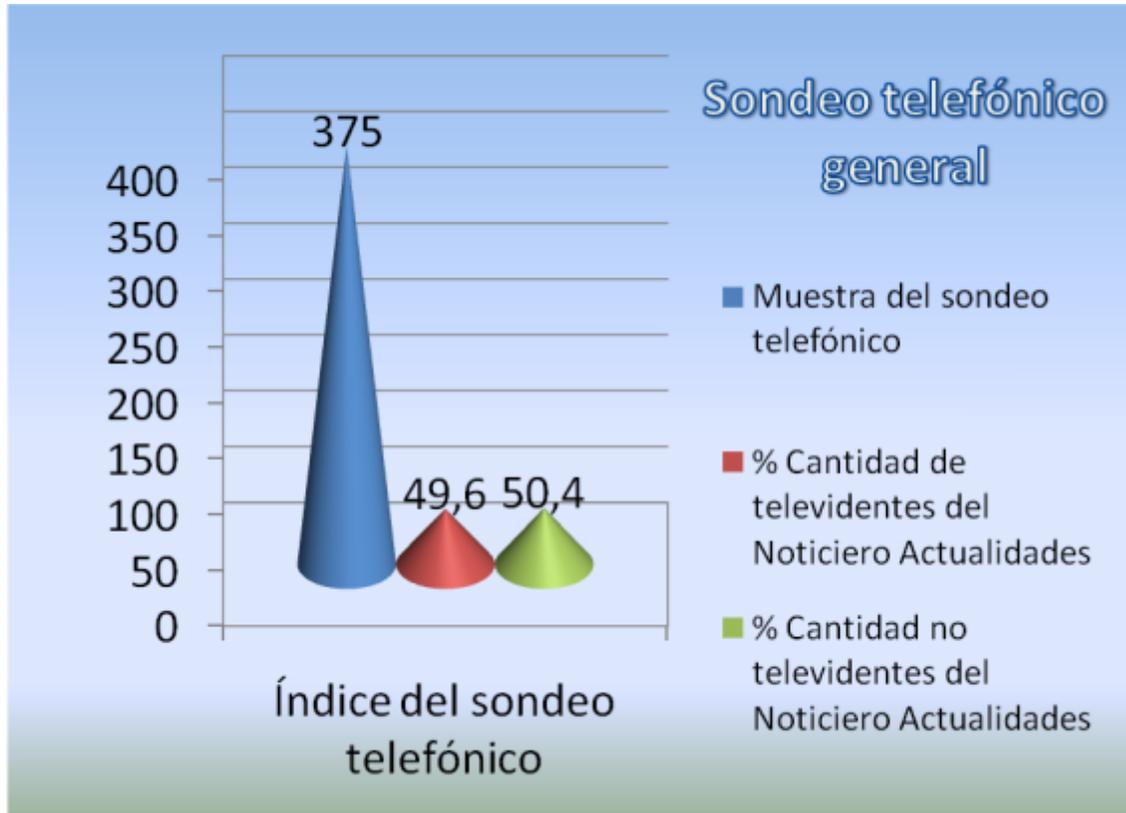
ANEXO 9: GRÁFICO 5. RESULTADOS DEL SONDEO TELEFÓNICO EN EL MES DE MAYO DE 2015



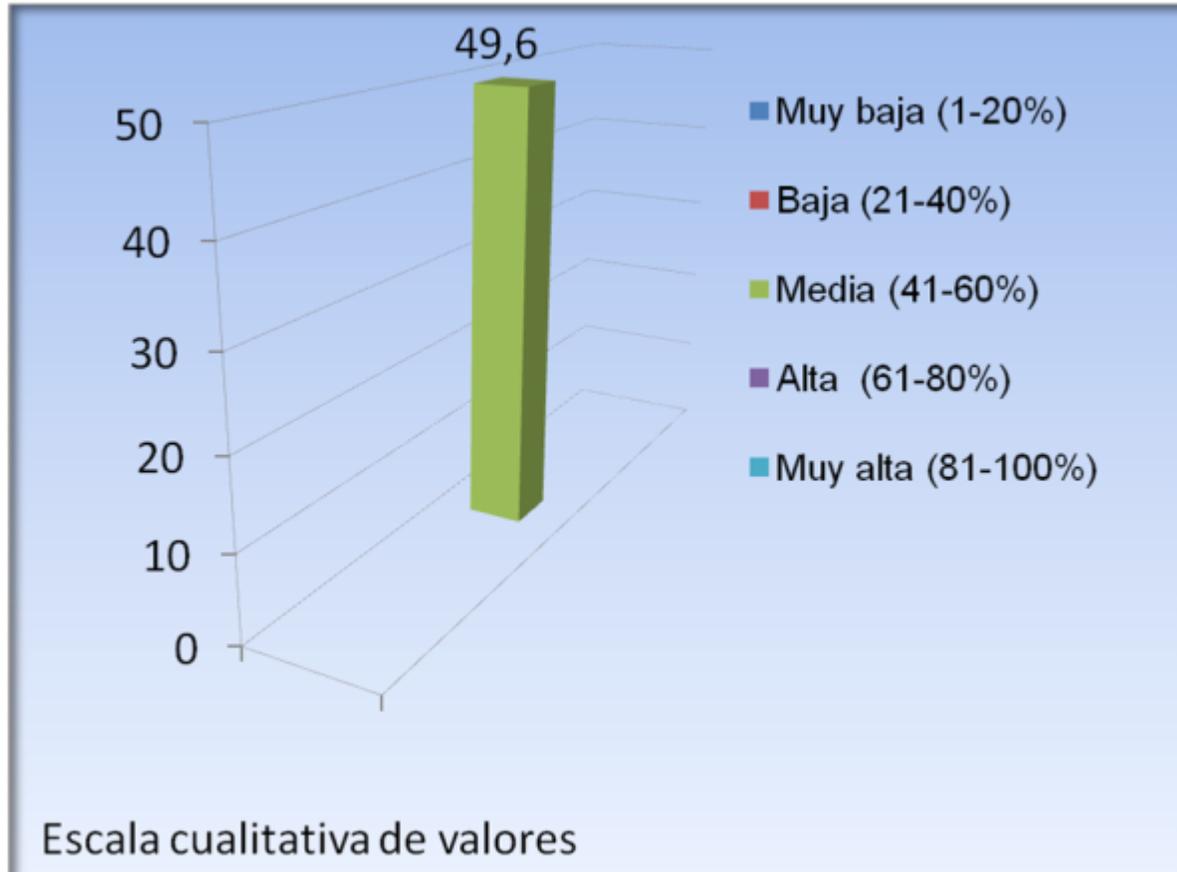
ANEXO 10: GRÁFICO 6. RESULTADOS DEL SONDEO TELEFÓNICO TOTAL VIERNES, SÁBADO Y DOMINGO ENTRE LOS MESES DE ABRIL Y MAYO DE 2015



ANEXO 11: GRÁFICO 7. RESULTADOS DEL SONDEO TELEFÓNICO GENERAL



ANEXO 12: GRÁFICO 8. ESCALA CUALITATIVA DE VALORES: MUY BAJA, BAJA, MEDIA, ALTA Y MUY ALTA





ANEXO 13: MODELO DE LA ENTREVISTA ESTANDARIZADA ABIERTA

Se está realizando la investigación para identificar aquellas problemáticas que pueden estar afectando la calidad del Noticiero Actualidades y en su nivel de audiencia, por lo que les solicitamos su cooperación para la realización de la siguiente entrevista

¿Qué problemas tecnológicos considera que inciden en la calidad del noticiero actualidades?

¿Qué estrategia crees que desarrollan periodistas y la dirección del medio para mejorar la calidad en el noticiero actualidades?

¿Crees que con los recursos materiales con los que se cuentan en el telecentro realizadores del Noticiero Actualidades están en condiciones de realizar un espacio de 27 minutos de noticiero?

¿Existen suficientes soportes para garantizar un efectivo archivo de los materiales de notable impacto que se emiten en el Noticiero?



ANEXO 14: GUÍA DE OBSERVACIÓN

Actividad que se observa _____

Fecha _____ Hora _____

Lugar _____

Objetivo de la observación. Evaluar el comportamiento de los procesos de organización y producción del Noticiero Actualidades.

- Planificación de las actividades
- Trabajo de mesa
- Balance de géneros
- Proceso de edición



ANEXO 15: GALERÍA DE FOTOS DURANTE LA PRODUCCIÓN Y LA REALIZACIÓN DE VARIAS DE LAS EMISIONES DEL PROGRAMA NOTICIERO ACTUALIDADES

