

Universidad Central Marta Abreu de Las Villas

Tema: “La Radio como producto comunicativo institucional.”

Título: “El producto comunicativo reproducido por la institución
Stereocentro FM 93.5.”

Autora: Lisandra Rodríguez Almaguer

Tutora: Maylen Villamañan Alba

Consultante: Eloy Montenegro

RADIO CUABANA

Dedicatoria

A mis padres.

*Como una forma de mostrarles el inmenso placer que siento al ser
su hija...*

Agradecimientos especiales:

A mi tutora, a quien

Admiro, por su juventud y marcada inteligencia...

Gracias, por tu dedicación (e implicación simbólica), hasta rayar en lo imposible

Y sobre todo, por ser, además de tutora, confidente, incluso Amiga

Agradecimientos

A mi esposo, sostén de todas mis emociones, por estar ahí.....siempre, a pesar de todo.

A Ly (mi hermanita) por embriagarme con esa sensibilidad e inocencia... tan necesarias hoy.

A Yadira, que cambió el tono gris de mi inicio en la UCLV

También a Yadira P., Dione, Yilena; por incrementar mi privado espacio de la amistad.

A mis suegros, por su apoyo, cada vez que lo he necesitado.

A Maité, Yeny, por ayudarme a materializar mi Tesis.

Y de forma general, a la Facultad (y sus profesores), por haberme proporcionado el andamiaje cognoscitivo, en aras, de mi futuro desempeño como profesional.

INDICE

RESUMEN -----	6
INTRODUCCIÓN -----	7
CAPÍTULO 1	
<i>Epígrafe 1: Comunicación y reproducción social.</i> -----	11
<i>Epígrafe 2: Institucionalización de los procesos comunicativos: Medios de Comunicación de Masas e Industria Cultural.</i> -----	17
<i>Epígrafe 3: Institucionalización de la Radio como producto comunicativo.</i> -----	22
CAPÍTULO 2	
<i>Epígrafe 1 Metodología</i> -----	31
<i>Epígrafe 2: Selección de la muestra</i> -----	38
<i>Epígrafe 3: Análisis de los resultados</i> -----	40
<i>3.1 Caracterización de la Emisora</i> -----	40
<i>3.2 Análisis de los programas</i> -----	41
<i>3.3 Análisis Institucional</i> -----	49
CONCLUSIONES -----	55
RECOMENDACIONES -----	56
BIBLIOGRAFÍA -----	57
ANEXOS -----	58

RESUMEN

El presente trabajo aborda el funcionamiento institucional de la Emisora Stéreo centro FM 93.5, siguiendo la lógica y los indicadores del Análisis Institucional. Conjuntamente, se busca delimitar el producto comunicativo reproducido por la Emisora en tanto pauta de socialización que reproduce. La aplicación del estudio de contenido, la entrevista semi -estructurada deviene a comprender como se vinculan los conceptos de **reproducción social, institución y producto comunicativo**. A partir del análisis de la segmentaridad, la implicación simbólica y la transversalidad así como de la locución y la producción musical se mostrará la Emisora Stéreo centro FM 93.5 como producto comunicativo integral o contradictorio en su constitución.

INTRODUCCIÓN

A pesar del surgimiento y uso, de las técnicas más modernas en la producción de realidades virtuales, el uso de la Radio aún tiene adeptos. Su posibilidad de poder generar imágenes auditivas, infinitamente enriquecidas luego en la mente del oyente, sigue siendo una virtud propia del medio. Es corriente oír decir que una “imagen enseña más que mil palabras”; lo que apoya ese culto a lo visual que se ha venido gestando en los últimos años. Sin embargo, un estudio más minucioso pondría en evidencia que la imagen visual favorece un tipo de percepción sensorial, dirigida más a los sentidos que al pensamiento y a la razón. Además, la Radio tiene un papel reservado en la reproducción social; dadas las ventajas que como vehículo masivo posee: amplia difusión popular, simultaneidad, instantaneidad, largo alcance, bajo costo per-cápita y el acceso directo a los hogares.

En estos tiempos, donde se intenta homogenizar política y culturalmente el mundo, penetrando en nuestra ideología, son muchos los mecanismos que se emplean. Los Medios de Comunicación de Masas, como fuerza distintiva y dominante de nuestra era, conducen a la sociedad a un mundo donde predomina el consumo, imponiendo estilos de vida, moda, patrones a seguir. Resumiendo, ofrecen una relación relativamente restringida para una variedad de intereses y de público de una amplitud inmensa, donde lo más popular tiende a reflejar o fomentar ideologías culturales dominantes. Esto conlleva a que su contenido, dependa de los intereses de la clase dominante o clase de poder.

De ahí, la necesidad de que el diseño control y aplicación de la política cultural, en nuestro país, preste especial atención a los contenidos implícitos en los mensajes emitidos por los medios. Lo anterior explica nuestro interés en la StéreoCentro, pues por su condición de Emisora joven, adolece de estudios, tanto de su programación como del público que la recepciona. Precisamente en ello radica la importancia del trabajo de diploma, ya que el estudio de contenido a su programación, no permitirá solamente conocer que tipo de mensajes se están

emitiendo y de qué forma se hacen, sino que permitirá además, inferir el grado en que el emisor tuvo en cuenta, o no, en la elaboración del mensaje, digamos, la política cultural de nuestro país y más específicamente la política del ICRT. Por ello se definen tres categorías centrales:

Reproducción social: ***“un proceso consustancial al hombre, que se genera a través de la actividad, por lo que representa un requisito imprescindible en la legitimación de las prácticas sociales en la cotidianidad o institucionalmente”*** (Lumpuy, L; 2008).

Producto comunicativo: *constituye un producto comunicativo, ya que posee un determinado sentido sobre la realidad que manifiesta, contiene y es en sí mismo una generalización de las prácticas sociales significadas, así como sirve o refiere al intercambio colectivo. Como producto comunicativo expone, su condición de experiencia cultural, inserta en una trama textual y contextual (discursiva e histórica) que lo constituye, pero a la vez modela.*

Institución: *sistema, que debe ser analizando, considerando todos los niveles de la estructura social (micro-meso-macro) y la correlación entre ellos. Además, se basa en la dinámica de la dialéctica de lo instituido-instituyente y en la combinación de componentes funcionales, culturales y simbólicos.*

Los elementos anteriores estipulan el siguiente diseño metodológico:

Tema:

La Radio como producto comunicativo institucional.

Problema científico:

¿Cuál es el producto comunicativo reproducido por la institución StéreoCentro FM-93.5?

Objetivo General:

Diagnosticar la institución, como producto comunicativo reproducido.

Objetivos Específicos:

1. Caracterizar la Stéreocentro FM-93.5 como institución.
2. Identificar las líneas distintivas (tendencias temáticas) reproducidas por los programas de la Stéreocentro FM-93.5.
3. Caracterizar el producto comunicativo generado en la articulación de las líneas distintivas (tendencias temáticas) reproducidas por los programas de la Stéreocentro FM-93.5.

Hipótesis:

La institución Stéreocentro, en su funcionamiento, reproduce pautas de socialidad antagónicas, reflejadas en un producto comunicativo dicotómico.

Debido al objeto de estudio, el presente trabajo de Diploma, tiene un enfoque cualitativo. Las categorías teóricas a operacionalizar son: reproducción social, institución y producto comunicativo. Los métodos teóricos utilizados son: histórico-lógico, analítico –sintético y el inductivo-deductivo. Además, se hace uso de la revisión de documento y de las técnicas empíricas del análisis de contenido y la entrevista semi-estructurada. La toma de la muestra ha sido intencional, a partir de los datos arrojados por un estudio de audiencia realizado en el período junio a julio del pasado año, que, además de una serie de datos socio-demográficos referente al público, identificó los programas de mayor y menor audiencia y preferencia.

Selección de la muestra de la programación.

1. Se debe precisar que la tira de programación de la Emisora, está dividida por tres espacios: la programación de lunes a viernes, la de sábados y la de domingos.

De la programación semanal: Latidos de mi ciudad/ En frecuencia.

De la programación sabatina: autopista.com/De una forma diferente.

De los domingos: Todo mezclado/Con buen punto.

2. Tendencias temáticas de su programación.

Período: 1ro de mayo- 12 de junio

Selección de informantes claves.

- Integrantes del consejo de dirección de la Planta.

El trabajo de diploma está compuesto por dos capítulos:

- I. Referente al tratamiento teórico del tema.
- II. Destinado a la metodología empleada en la investigación y el análisis de los resultados.

CAPÍTULO 1

Epígrafe 1: Comunicación y reproducción social.

Se hace oportuno destacar que toda faceta de la práctica social está mediada por la comunicación. El desarrollo del pensamiento verbal, como la unión del pensamiento y la palabra, está precedido por la estrecha relación entre pensamiento y lenguaje. El principal elemento para la articulación del lenguaje - la comunicación- es *el signo, considerado el registro material del significado*. Para Vigotsky: **“El significado de la palabra es una generalización o concepto. Si estos innegablemente son actos del pensamiento podemos considerar al significado como un fenómeno inherente al pensamiento”** (Vigotsky, L.S; 1981). Los signos comunican significados, porque el modo en que están internamente organizados, dentro de un sistema lingüístico o serie de códigos específicos, articula el modo en que las cosas se relacionan dentro del mundo social objetivo.

Como proceso, la comunicación¹ se caracteriza por ser una herramienta mediadora que transversaliza lo social. **“La comunicación, es la realización de todo el sistema de relaciones del hombre, siendo además la condición más importante de asimilación por el individuo del desarrollo histórico de la humanidad”** (Villamañan, M; 2008). La comunicación tiene su origen en la actividad². Para Andreeva: **“La comunicación es una realidad de las relaciones**

¹ La caracterización de la estructura de la comunicación se divide en tres aspectos: el comunicativo, e interactivo y el perceptivo (Andreeva; 1980). EL aspecto comunicativo, se refleja como intercambio de información, este aspecto implica la integración de la sociedad como una generalización de la realidad; el interactivo como encargado de la interacción, es decir, además de ideas se intercambian acciones y de esta forma se designan las características de los componentes comunicativos presentes en la interacción de las personas, en la organización de la actividad conjunta. Andreeva, reconoce tres funciones elementales de la comunicación: informativa, reguladora y afectiva. La función informativa está relacionada con la transmisión de información, para cumplir lo establecido, actualizarse técnicamente, recibir información, obtener conocimiento; la reguladora, se refiere a la transformación, control (o no) del comportamiento humano; y la afectiva se encuentra ligada a la transmisión de estados de ánimo, y a la generación de emociones, pues la comunicación posibilita que se pueda conversar sobre problemas personales, arte, cine, dar opiniones personales acerca de algo, ofrecer frases o acciones de apoyo, que muestren nuestra aceptación para con los otros.

² El análisis psicológico muestra que la actividad interior teórica posee la misma estructura que la actividad práctica.” (...) Es la comunidad de estructura de la actividad interior teórica y la actividad exterior práctica la

humanas, la cual supone que cualquier forma de comunicación es una forma específica de actividad conjunta de las personas: estas personas no se comunican simplemente en el proceso de realización de las distintas funciones sociales, sino que se comunican en cierta actividad con motivo de ella” (Andreeva; 1980).

Por tanto, la comunicación es una forma de actividad, ya que constituye aquello común de los individuos que realizan una acción conjunta. La actividad de un individuo siempre va a interactuar con la de otros, creando así nuevos vínculos de este, no solo con el objeto de actividad, sino con otros individuos. A partir de la actividad conjunta, donde se agrupan más los hombres, aparece la cooperación e intercambio mutuo, dando lugar a la necesidad de compartir ideas, propiciando así el nacimiento de la comunicación.

El hombre es producto de los vínculos sociales y a la vez fundador de ellos. La actividad humana constituye acción y reflexión mediata conjuntamente; lo cual explica el carácter regulador de los procesos del pensamiento³. **“La vida humana se sobreentiende como la relación de los hombres en la naturaleza y sobre ella”** (Villamañan, M; 2008); lo cual se traduce en que la construcción de la sociedad, se logra a través de los vínculos y relaciones de los hombres. Consecuentemente con ello, debemos aclarar que la actividad por sí misma no es solamente acción productiva, pues va más allá si la entendemos como comunicación durante el proceso de trabajo. Dicho de otra forma, la actividad tiene función comunicativa, porque ejerce acción sobre otros hombres. El trabajo implica una acción en colectivo, ya sea en la determinación de los objetivos o en la realización de los mismos. **“Esta coordinación de las actividades de algunos participantes se puede realizar gracias a la función de influencia, inherente a**

que permite los diferentes elementos estructurales pasar (...) de unos a otros; de este modo la actividad interior incluye siempre unas acciones y operaciones exteriores de pensamiento”. (Leóntiev; 1981)

³ El pensamiento es definido como “el proceso de reflejo consciente de la realidad, con sus propiedades, asociaciones y relaciones objetivas, incluyendo los objetos inaccesibles a la percepción sensible inmediata” (Leóntiev; 1981).

la comunicación, en la cual se manifiesta el vínculo de la comunicación con la actividad” (Andreeva; 1980).

La actividad, además de organizarse (o desorganizarse), a través de la comunicación, también se enriquece, pues a partir de ella surgen nuevos vínculos y relaciones sociales. La interrelación entra la actividad y la comunicación, propicia que esta participe en el proceso de socialización⁴ de pautas de socialidad⁵, que legitiman determinados principios, reguladores estos, de la vida de un individuo o la sociedad en general. La socialización se caracteriza por ser un proceso bilateral, que media la internalización por el individuo del sistema de las relaciones sociales a través de su ingreso al medio social, (de la experiencia social y el proceso de reproducción activa del sistema, de los vínculos sociales por el individuo a cuenta de su actividad). Además es el proceso mediante el cual, los individuos comprenden a los propios semejantes y aprehenden al mundo en cuanto a realidad significativa y social.

El proceso de socialización –internalización garantiza la reproducción de lo social. La reproducción social es ***“un proceso consustancial al hombre, que se genera a través de la actividad, por lo que representa un requisito imprescindible en la legitimación de las prácticas sociales en la cotidianidad o institucionalmente”*** (Lumpuy, L; 2008). En la producción de la vida se evidencia una doble relación interdependiente; por una parte como relación natural, que sería el vínculo de los hombres con la naturaleza, y por otro lado como relación social sustentada por las relaciones materiales, derivadas de la correlación con otros hombres (Marx, Engels; 1973). La actividad, permite la interacción entre los hombres, condición esta vital para su supervivencia. Durante este proceso pueden

⁴ Socialización Primaria: primer proceso que se efectúa en la infancia. Este proceso se genera por figuras claves (otro significativo) que mediante la identificación (o el distanciamiento) se internalizan roles, actitudes, normas, etc.

Socialización Secundaria: proceso que se gesta posteriormente, basado en las instituciones o grupos/clases sociales, determinados por la división social del trabajo y distribución concomitante del conocimiento (su legitimación o rechazo, se produce en relación con la socialización)

⁵ Las pautas de socialidad son aquellas pautas de socialización contenidos en la práctica social que reproducen elementos formalizados de un tipo de estructura social y regulan la actividad cotidiana.

producir y reproducir las condiciones esenciales para lograr satisfacer sus necesidades⁶. **“El primer hecho histórico es, por consiguiente, la producción de los medios indispensables para la satisfacción de estas necesidades, es decir, la producción de la vida material misma...”** (Marx, Engels; 1973).

Existe un estrecho vínculo entre la reproducción de la sociedad humana, en formas crecientes, complejas y extendidas, y la reproducción de la vida material (Villamañan; 2008). Los hombres se reproducen a sí mismos como individuos sociales, a través de las formas que asumen sus producciones materiales. La producción de las ideas, representaciones, significados y sentidos sociales- pautas de socialidad- se entrelazan con la actividad material (Marx, Engels; 1973). Precisamente, estos elementos son los que conforman la **cultura**, entendida como: **“el proceso ideal de carácter objetivo, resultado y contenido en toda actividad humana. Siendo toda la práctica social, significativa, esta debe ser distinguida como práctica propiamente significativa (lenguaje verbal, musical, visual, gestual, señales, códigos cifrados, etc.), o como práctica indirectamente significativa de actividad general. Entendida la cultura como el contenido y significado de toda actividad, esta última puede entonces considerarse como su significativa o su forma”** (Lumpuy, L; 2008).

Por consiguiente, en una sociedad determinada la clase que posee el control o supremacía material, tendrá además, el poder ideal -cultural-. **“Las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes en cada época;..., la clase que ejerce el poder material dominante en la sociedad es, al mismo tiempo, su poder espiritual dominante”** (Marx, Engels; 1973). Por lo que la clase dominante tiene a su disposición, además de los medios de producción material, posee también los medios de producción intelectual. Por consiguiente, la reproducción ideológica se realiza mediante la hegemonía, donde la clase dominante tiene poder absoluto. Para alcanzar sus metas, esta clase debe lograr legitimidad y

⁶ Los hombres, para poder vivir necesitan comer, beber, tener donde alojarse, vestirse y algunas cosas más. (Marx, Engels; 1973)

consentimiento ante la clase dominada, pues de esta forma, pueden utilizar la ideología⁷ para construir la hegemonía⁸.

Esto se traduce en la conformación de la *Ilusión de Comunidad*, que consiste en la reorganización de opiniones ideas y poderes separados, en una coherencia ilusoria en la unidad, en la que los individuos poseen espontaneidad, hacia un consenso que legitima el ejercicio del poder. En este proceso *la clase élite es obligada a exponer sus propios intereses, como interés común a todos los sectores de la sociedad, haciendo invisibles las operaciones de una clase sobre otra*. La Ilusión de Comunidad, *manifiesta como se produce la cohesión de una sociedad fragmentada, dividida en clases, a partir de la unidad de intereses, donde la clase dominada hace suyo el interés particular de un grupo*. Esta estructuración, modificación del conocimiento y el consenso, representan la otra cara de la hegemonía, uno de los trabajos más importantes de las ideologías dominantes (Halls; 1981). Con el desarrollo histórico, sus métodos se han perfeccionado, tanto que, pueden llegar a ser recepcionadas por la clase dominada, como formas naturales y necesarias.

Existen tres tipologías de reproducción ideológica (William, R; 2004), pues además de la dominante, se reproduce en formas residuales y emergentes. Las formas residuales están asociadas al pasado, es decir, con hechos ocurridos en épocas anteriores, que en la actualidad son significativas. Las nuevas prácticas, significados y valores antagónicos a la cultura dominante, constituyen las formas emergentes. Existe la posibilidad de que tanto las formas residuales, como las emergentes puedan integrarse parcialmente a la estructura dominante, o pueden quedar como una desviación del énfasis central, sin amenazarlo. ***“De hecho un sistema es más eficaz e la medida que logra refuncionalizar e incorporar dichos elementos a su dinámica”*** (Lumpuy, L; 2008)

⁷ La ideología se considera como falsa conciencia, sistema de creencias, forma del pensamiento social asociado al tipo de relaciones de producción y clase social perteneciente.

⁸ La hegemonía es la forma de dominación ideológica sustentada en el control social y la subordinación de los dominados. Es la complicidad con el dominio operado como coerción física y cultural. La forma invisible de lo comunitario ilusorio.

La reproducción social desempeña un papel fundamental en la legitimación de las ideas y representaciones, por mediación de las instituciones del estado como influencia efectiva en el proceso de reproducción. A partir de la institucionalización como paso fundamental para la reproducción de una socialidad dada, la sociedad se compone de tres momentos de un proceso dialéctico entre el hombre productor y el mundo social como su producto: externalización, objetivación e internalización (Villamañan, M; 2007).

La externalización de las pautas sociales refleja a estas como independientes del individuo, ubicadas por encima y fuera de él, legitimadas institucionalmente y en los procesos de interacción social. La reproducción social se muestra persistente en la sociedad como realidad externa e inmutable a las que el individuo accede mediante el proceso de socialización.

El proceso mediante el cual acceden a ellas se le denomina objetivación y posibilita una comprensión de los productos externalizados de la actividad humana. La reproducción social adquiere un carácter objetivo mediante el cual los significados se materializan, permitiendo que el sujeto sea capaz de dominar, usar e insertarles en la práctica cotidiana. Este proceso es el paso intermedio en el cual el individuo comienza a objetivar sus concepciones e ideas y no solo a operar con ellos, sino que se inicia en la comprensión y dominio total y real de estos.

Finalmente, la internalización es el proceso mediante el cual ese mundo social objetivado es interiorizado. Se entiende como la aprehensión de un acontecimiento objetivo durante la interacción con el otro significativo, experimentado como experiencia y de la cual se apropia el individuo (identificación o negación). Constituye no solo el dominio total del proceso, generalización o herramienta, sino que abre la posibilidad de la transformación por el individuo a partir de su comprensión y análisis: la autodeterminación de lo determinado socialmente. De esta manera, el individuo concientiza totalmente las instancias sociales que le determinan y que habrá de reproducir.

A partir del proceso de internalización, los individuos participan en la sociedad mediante una situación heredada de patrones de pensamiento legitimados-reproducidos socialmente-, a la vez que deciden su reelaboración o sustitución con el fin de manejar o recrear más adecuadamente los nuevos retos o las nuevas situaciones que surgen, incluso aquellas que permiten una comprensión del mundo en su totalidad.

Actualmente, el nivel macroestructural del proceso comunicativo se identifica con los denominados Medios de Comunicación de Masas (MCM)⁹. Los MCM, son caracterizados como agentes socializadores, debido al lugar reservado que tienen en la reproducción social- normas jurídicas y morales, valores espirituales-correspondientes a la ideología de un sistema determinado. El implacable desarrollo de los Medios de Comunicación de Masas, ha hecho impostergable los estudios, tanto de los efectos que ejercen, así como a los contenidos implícitos en sus mensajes. Incluso, a decir de Paul Lazarsfeld (1972): ***“un problema que interesa a muchos, y que para algunos es fuente de preocupación, es el papel social que han asumido la Radio, la Prensa y las películas...”***

Epígrafe 2: Institucionalización de los procesos comunicativos: Medios de Comunicación de Masas e Industria Cultural.

Como resultado de la revolución social operada en lo socio-económico, las relaciones preestablecidas desde las instituciones, alcanzaron un lugar predominante en el proceso de socialización. En este contexto los MCM, contribuyeron a la formación y conformación de la Sociedad de Masas¹⁰. El uso de este término, está ligado a la época de la Revolución Industrial, debido al desarrollo desenfrenado de la industrialización y el incremento de las protestas, ante la explotación laboral. Varios teóricos la asocian con la desintegración de las élites; pues se debilitaron los vínculos sociales tradicionales (familia, religión),

⁹ Existe gran polémica en torno a esta denominación, no es nuestro interés disentir en cual es o no el correcto, lo tomaremos como: Medios de Comunicación Masiva (MCM).

¹⁰ ‘...todos los que se encuentran expuestos al contenido de los mensajes, de determinado medio de comunicación, destinado a la masa...’ (Mills; 1963, pp.155)

propiciando así el aislamiento y alienación de las masas. Existen rasgos comunes que caracterizan la estructura de las masas y su comportamiento y es que, a pesar de estar constituidas por una agrupación homogénea de individuos procedentes de lugares distintos, son esencialmente iguales (Wolf; 1986, pp. 11).

En una Sociedad de Masas, los públicos se convierten en simples mercados para los MCM. Por consiguiente no requieren de un público común, sino más bien de la conformación de diversos estratos de públicos, que difieran en gustos, intereses; condicionados por la lógica de la segmentación y estandarización¹¹. Los productores, velan primeramente por las ganancias y, a razón de ello, confeccionan un mercado lo más heterogéneo posible, de ahí la necesidad de encontrar un denominador común a la mercancía que ofrecen. De esta forma los individuos quedan expuestos a contenidos, mensajes por encima de su experiencia individual, que se relacionan con un universo de significados que no les pertenece. La influencia de la comunicación de masas, reside en suministrar aquella parte del conocimiento de la realidad social, que rebasa los límites reducidos de la experiencia personal. Su atención está centrada en lo novedoso, lo que impide la formación de una vanguardia. **“La modernidad debilita a la vanguardia, al aceptarla con rapidez, igual que acepta con la misma flexibilidad, elementos del pasado occidental, del pasado bizantino, también del pasado y presente oriental, en medio de una indiscriminada recolección de culturas”** (Lumpuy, L; 2008, pp.16). Esto nos conduce al sincretismo homogenizado¹², que funciona borrando las huellas de la diferencia, de la pluralidad de origen, de la diversidad de la procedencia cultural. Lo masivo toma lo popular venido de todas partes, lo mixtifica, lo neutraliza, lo combina, lo saca de contexto; pero en el fondo, se pueden descubrir aquellas mismas lógicas, que animaron los relatos en distintos lugares y tiempos.

¹¹ Cada individuo es un átomo aislado que reacciona por separado a las órdenes y sugerencias de los MCM (Mills; 1963, pp. 203).

¹² Este concepto está directamente asociado al concepto de hibridación aportado por Néstor García Canclini (1982): **“la cultura de masas en su afán de innovación constante ha tomado de lo popular, de lo culto y de lo folklórico para su sincretismo”**.

El sincretismo homogenizado, se logra a través de diversas estrategias centradas en la reducción de la forma a la fórmula y la difuminación de lo real y lo imaginario; posibilitando a la conformación de la Cultura de Masas. Esta se considera como el desarrollo de un nuevo modelo que, a través de instrumentos y técnicas de mercado mejor confeccionadas, se logra incrementar las desigualdades sociales. “Es la nueva forma de cultura de la sociedad contemporánea” (Wolf, M; 2005, pp. 57), donde se instituyen esquemas predestinados, que obedecen a la racionalidad técnica de la industria y, por ende, del sistema. A partir del surgimiento de la Cultura de Masas, lo popular es lo que se vende y no lo producido espontáneamente en el pueblo¹³. “En el terreno de la cultura, la masificación consiste en el proceso de inversión de sentidos, mediante el cual pasa a llamarse popular en el siglo XIX, la cultura industrialmente para el consumo de las masas”. (Barbero, M; 1983, pp. 61). En este contexto la cultura popular tras un proceso de metamorfosis ¹⁴, se convierte en Cultura de Masas. Su interés fundamental gira en torno a la expansión del consumismo, teniendo como ley al mercado y su continuo intercambio de la producción y el consumo.

Para Edgar M (1967), la Cultura de Masas, tiene lugar a partir del desarrollo industrial, donde surgen nuevos estilos de vida que van desplazando las antiguas culturas por la llegada de nuevas necesidades¹⁵. La Cultura de Masas no es más que un producto industrial facturado bajo las leyes de la sociedad capitalista. La Industria Cultural es el sistema creado para la producción y consumo de una cultura preelaborada, subordinada a la clase de poder.

Con la definición de Industria Cultural, los críticos denunciaban los intereses de la sociedad capitalista de homogenizar a los hombres, haciéndolos idénticos, sustituibles y superfluos. La Industria Cultural realizaría de manera perfecta la igualdad represiva, fundamento del totalitarismo. Como diría T. Adorno (1969), **“EI**

¹³ “La Cultura de Masas no es la deformación de la cultura culta, sino la deformación de la cultura popular” (Barbero, M; 1983, pp. 54)

¹⁴ Se denomina de esta forma, pues la Cultura de Masas se conforma con rasgos de la identidad cultural pasada y neutralizando o desformando otros

¹⁵ Los contenidos esenciales de la Sociedad de Masas son las necesidades privadas, afectivas (felicidad, amor), imaginarias (aventura, libertad) o material (bienestar) Morin, E; 1962, pp. 161

consumidor no es soberano, como la industria desearía hacer creer, no es su sujeto, sino su objeto” [Citado por Wolf, M; 2005]; pues forma parte de una sociedad que lo manipula a su antojo. Dicha manipulación se logra, debido a la serialización de los productos de la Industria Cultural, impidiendo así, toda actividad mental del espectador, sustituyendo las emociones profundas y los destinos trágicos, por imitaciones ligeras que trivializan las fuerzas y el impacto de los sentimientos¹⁶. Esta estratificación de los productos culturales es funcional a la lógica de todo sistema productivo¹⁷.

A decir de Adorno y Horkheimer (1969), todos los productos comunicativos responden a la racionalidad técnica -“**es hoy la racionalidad del dominio mismo. Es el carácter forzado de la sociedad alienada de si misma”** (Adorno, T y Horkheimer, M; 1969). Los MCM como Industria Cultural se centran en la motivación del lucro. Los productos del espíritu, constituyen mercancías integralmente, su trascendencia radica en su valor como fetiche¹⁸

Siguiendo la lógica del mercado, la diversificación de los productos culturales se encuentra enmascarada bajo el dominio que la Industria Cultural ejerce sobre los individuos. Lo que esta ofrece como completamente nuevo no es más que la representación en formas siempre distintas, de algo siempre idéntico; el cambio enmascara con esqueleto, en el que es tan poco lo que cambia con el mismo concepto de beneficio, desde que este ha conquistado el predominio sobre la cultura. Ello se traduce en la disminución de la calidad de los programas, lo que conlleva a rebajar los requisitos vinculados a la concentración, el esfuerzo intelectual, es decir la rentabilidad económica, por encima de la rentabilidad social¹⁹.

¹⁶ Esto es definido como identificación. Los procesos de identificación suponen una entrega no conciente necesaria para la dominación medial, la aceptación de los patrones y su internalización.

¹⁷ El hecho de ofrecer al público una jerarquía de calidades en serie, solo sirve para la cuantificación más total y mayor segmentación de lo social.

¹⁸ El fetichismo es trabajo tanto por la teoría crítica alemana como por el autor Armand Mattelart (1972) del paradigma latinoamericano. Este último lo define como proceso de mitificación de la realidad que oculta las relaciones de producción burguesa.

¹⁹ En caso de existir un choque, entre los intereses económicos y los objetivos sociales, estos son sacrificados.

Otra estrategia distintiva de la Industria Cultural, es la creación de estereotipos con la finalidad de orientar, anticipar la experiencia de la realidad social del individuo. Por lo que **“Así la gente puede no solo perder la verdadera comprensión de la realidad, sino puede llegar a tener debilitada la capacidad de entender la experiencia de la vida por el uso constante de lentes ahumados** [en la medida que] **(...) más se materializa y se esclerotizan los estereotipos”** (Adorno; 1954). Por consiguiente la legitimación del poder y la apatía social son reproducidas socialmente.

Los Medios de Comunicación de Masas, funcionan además como mecanismos de control y dominación social de la Industria Cultural. Esto se evidencia a través de las funciones²⁰ que desempeñan como la concesión de estatus a las cuestiones públicas, a las personas, a las organizaciones y movimientos sociales: los MCM otorgan prestigio y autoridad a individuos y grupos, se organiza la acción social y se legitima el estatus de los personajes que protagonizan los programas mediáticos. Además, estos permiten el fortalecimiento de las normas sociales como parte integral del proceso de reproducción. Finalmente, se garantiza el control social mediante la disfunción narcotizante debido a que a los MCM(...) **“se les consideran drogas sociales, dirigidas a la alienación social, o sea funciones como diques de contención (...) al desarrollo de opiniones genuinamente críticas”** (Merton, Lazarsfeld; 1972, pp. 202-203). Los individuos están expuestos a una gigantesca cantidad de información que, en lugar de generar distanciamiento²¹, conciencia crítica y cambio social, suelen crear conductas superficiales ante los diversos problemas sociales.

Esto conduce a que los MCM tienen una influencia en la formación de las opiniones, simplificando tanto la realidad que se torna casi imposible transformar

²⁰ La literatura recoge otras funciones pero las aquí enunciadas explican el funcionamiento de la Industria de manera estructural y lógica.

²¹ El proceso de distanciamiento declarado por estos autores, concibe una ruptura del proceso de identificación de modo tal que el individuo valore críticamente la realidad cotidiana y familiar desde una visión crítica y por ende, negarla y transformarla.

esas concepciones. Para Mills (1963), lo anterior se logra a través de la siguiente fórmula:

- 1- Los MCM le dicen al hombre de la masa quién es (le brindan identidad)
- 2- Le dicen qué quiere ser (le brindan aspiraciones)
- 3- Le dicen cómo lograrlo (le brindan técnicas)
- 4- Le dicen cómo pueden sentir (le brindan evasión).

La Industria Cultural, haciendo uso de una técnica basada en la rentabilidad económica y la estandarización del producto, es capaz de confeccionar una mercancía compacta, rebosada de sueños, ilusiones, ideas, estilos de vida y comportamientos prefijados. Lo anterior se explica mediante la obediencia irreflexiva en el valor dominante y avasallador impuesto por la Industria Cultural y un sistema social cada vez más autoritario. Dentro de todo este complejo, los Medios de Comunicación de Masas representan un factor fundamental.

Los MCM legitiman aquellas prácticas sociales reproducidas por la clase dominante. Estas pautas posibilitan la existencia de una sociedad dirigida al consumo, siguiendo las huellas de la Ilusión de Comunidad. Una postura hacia el distanciamiento promovería lo comunitario real, en donde los intereses particulares coincidieran con los del grupo en tanto colectividad. Lo comunitario real privilegia el bien común sobre lo personal o lo restringido a una clase social específica. Las instituciones mediáticas se ubican en la posición de legitimar y reproducir la ideología dominante donde se privilegia la ilusión de comunidad o lo comunitario real como pauta de socialidad acorde al sistema de relaciones de producción donde se desarrollan.

Epígrafe 3: Institucionalización de la Radio como producto comunicativo.

El impacto de la Radio²² en la sociedad y su estructura, le confiere un carácter institucional. Se considera una institución, a partir de conformar conjuntos culturales y simbólicos; cultural en la medida que ofrecen una cultura (valores, normas, acciones), condicionadora de la conducta de sus integrantes, en aras de garantizar el control social; simbólicas porque a través de los mitos, creencias, dan sentido a la realidad social. Es común que el término, institución, se relaciona con un enfoque económico funcional²³, sin embargo, es importante valorar la perspectiva simbólica, dimensión que expresa la relación dialéctica de lo instituido-instituyente²⁴. De ahí la diversidad de funciones que desempeñan las instituciones; por un lado para la sociedad en general y los sectores sociales que la conforman y por otro para los individuos, que a través de sus prácticas cotidianas, las constituyen y sostienen, y que, además, las transforman. Por consiguiente, la Radio, como institución es producto y productora de hechos que se consolidan como pautas, reguladoras del comportamiento del individuo y la sociedad en general.

La naturaleza de los fenómenos institucionales, así como las funciones que ejercen estas en la sociedad, han generado gran controversia, acerca de lo que las define como tal. Lo que hace oportuno el acercamiento, a la valoración de algunos autores, en torno al tema. Ardono (1980) define las instituciones como el **“Conjunto de actos o de ideas instituidas, que los Individuos encuentran entre ellos y se les impone más o menos”**.

- Objeto introyectado por el sujeto,

²² Los antecedentes más remotos de este medio debemos situarlos a principios del siglo XIX, cuando Alessandro Volta inventa un objeto tan común para todos nosotros como la *pila*. Años después el aporte de Marconi permitió que las señales sonoras pudieran propagarse a algo menos de 20 Kilómetros de distancia. Lógicamente, el sistema tenía sus imperfecciones, porque, por ejemplo, este aparato no podía transportar ni palabras ni sonidos musicales. No será hasta ya entrado el siglo XX cuando los aportes de A. Fleming y R.A Fessenden permitieron la transmisión de la voz humana. A partir de ese momento se iniciaría la radio que hoy conocemos.(más información ver anexos)

²³ Desde esta perspectiva cumplen funciones vitales para la existencia de la sociedad.

²⁴ Lo instituido es lo tradicional mientras lo instituyente es lo novedoso, el proceso mediante el cual unos símbolos se cargan o son permeados de otras significaciones, constituyéndose entonces, como un sistema de significados.

- Dialécticamente instituido e instituyente,
- Mecanicista como producto del arte organizador, y biológica por los procesos sociales que la hacen nacer, desarrollarse y envejecer;
- Racional y aseguradora;
- Irracional y angustiada;
- Orden y desorden,
- Imaginaria simbólica;

La institución es inaprensible en todas partes y en ninguna, es la misma trama del tejido social que nunca se percibe directamente, pero que siempre está presente, es el inconsciente político de la sociedad. Castoriadis (1981) plantea que la institución es una red simbólica, socialmente sancionada, donde se combinan en proporciones variables un componente funcional y uno imaginario.

R. Barbier (1985) la concibe como una célula simbólica, la matriz de hábitos con una dinámica instituido e instituyente, con una estructura oculta y ocultante, inscrita en una temporalidad y socialmente sancionada, que busca el control de la historicidad de manera funcional e imaginaria y que es instaurada por las relaciones sociales (forzosamente conflictivas, provenientes de la actividad transformadora de los grupos humanos, siendo simultáneamente el resultado de lo global y lo específico del estado dialéctico de la relación de fuerza entre los grupos sociales que se enfrentan en un espacio y tiempo históricos de la sociedad considerada en sus niveles económicos, político e ideológico).

Lapassade (2000) afirma que una institución no puede considerarse como un nivel, porque se le encuentra presente en todos los niveles de una forma social. Es el punto de articulación entre los grupos y las formas sociales denominadas organizaciones por una parte, y por otra, las estructuras sociales del Estado, de la lucha de clases, los grupos de determinación que hacen que los hombres estén instituidos.

La analogía de las ideas anteriores, conforman el concepto a manejar, definiendo la Radio como institución a partir de ser un sistema, que debe ser analizando, considerando todos los niveles de la estructura social (macro-meso-macro) y la correlación entre ellos. Además, se basa en la dinámica de la dialéctica de lo instituido-instituyente y en la combinación de componentes funcionales, culturales y simbólicos.

El papel mediático de los MCM impone comprender estos como instituciones socializadoras y reproductoras de determinadas pautas de socialidad general. Por tanto, toda valoración acerca de su funcionamiento como producto comunicativo implica su funcionamiento institucional. Un análisis de este funcionamiento implicaría el análisis de las contradicciones existentes entre los modelos de acción posibles, las normas de acción impuestas y sancionadas y los modos de acción simplemente deseables. Resultando de gran valor por el énfasis que hace en los aspectos simbólicos, y por la integración en su objeto de estudio-acción de los niveles micro y macro-sociales. El funcionamiento institucional se articula mediante la relación de la transversalidad²⁵, segmentaridad²⁶ e implicación simbólica²⁷, pues estas (indicadores) lo condicionan. En el caso de la radio, inciden de forma decisiva en su conformación como producto comunicativo.

²⁵ Se puede definir la transversalidad como el fundamento de la acción *instituyente* de los agrupamientos, en la medida en que toda acción colectiva exige un enfoque dialéctico de la autonomía del agrupamiento y de los límites objetivos de esa autonomía. La transversalidad reside en saber y en el no saber del agrupamiento acerca de su polisegmentaridad. Es la condición indispensable para pasar del grupo-objeto al grupo-sujeto.

²⁶ *La unidad positiva* de todo agrupamiento social se apoya en un consenso o en una regla exterior al grupo, o en ambos a la vez. El consenso puede ser el del sentido común, el de la solidaridad “mecánica” u “orgánica”, el de la creencia común, etc. El reglamento puede estar más o menos interiorizado o ser vivido como coerción pura, según se trata de un reglamento elaborado por la colectividad o aceptado por ella, o también impuesto por una parte de esa colectividad. En todos los casos, la unidad positiva del agrupamiento, lo que le da a su carácter de formación social (es decir: le confiere una forma, determinaciones morfológicas observables), funciona a la manera de la ideología. Desde ese punto de vista, todo agrupamiento es una comunidad con intereses convergentes. Tiene algo de sagrado y de intocable.

²⁷ Es la implicación que más se expresa y menos se piensa. Es el lugar donde todos los materiales gracias a los cuales la sociedad se articula dicen, además de su función, otra cosa: la sociabilidad misma, el vínculo social, el hecho de vivir juntos, entenderse y enfrentarse. Uno de estos materiales privilegiados es el sistema de parentesco simbólico que rige el ordenamiento y desordenamiento de una colectividad grande o pequeña, a partir del momento en que una organización y determinadas finalidades la constituyen como tal. Otro material privilegiado de la implicación simbólica es la materialidad de la institución.

La radio, pese a los avances que han experimentado otros medios gracias a la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, sigue siendo, en la actualidad, la más rápida y la más instantánea, sobre todo a la hora de transmitir acontecimientos noticiosos de última hora. De la misma manera, la radio no ha perdido la virtud de llegar a todos los públicos, porque, entre otras cosas, sus mensajes son sencillos y fáciles de entender, además su escucha es compatible con el desarrollo de otras actividades, entretiene, no es necesario saber leer, es gratuita y porque, a diferencia de la prensa, la televisión o el cine, para algunas personas discapacitadas no interpone barreras.

La importancia de la Radio, como vehículo, es más que evidente (Garcés, R), debido a su:

Amplia difusión popular

Simultaneidad (posibilidad de llegar a muchas personas a la vez)

Instantaneidad (el medio impreso-periódico o revista- llega al lector muchas horas después de escrito y solo mediante un proceso de distribución individual; el mensaje radiofónico llega al oyente en el mismo momento en que se emite).

Largo alcance (un canal de TV tiene un radio de servicio de unos 150km, a la redonda; una emisora de radio de onda media, de buena potencia, puede cubrir un dilatado ámbito).

Bajo costo per cápita (más bajo que el de ningún otro medio de difusión colectiva).

En la radio, al igual que en los otros medios, convergen todas y cada una de las condiciones necesarias para hacer de la comunicación una realidad, ya que, entre otras cosas, tiene un lenguaje y un código específicos de los que se sirven sus profesionales para construir toda esa amalgama de mensajes/sonido que llegan a nuestros oídos a través de los aparatos receptores.

Los componentes del lenguaje radiofónico: *la voz* (o el lenguaje de los humanos), *la música* (o el lenguaje de las sensaciones), *los efectos sonoros* (o el lenguaje de las cosas) y *el silencio*. Como es lógico, el uso que se hace de estos componentes varía en función del tipo de programa y, así, mientras que en un informativo predominan las voces de aquellos redactores/locutores que relatan las noticias, en una radio-fórmula musical es precisamente la música la que tiene un papel protagonista.

El principal denominador común de los componentes del lenguaje radiofónico es, ante todo, su ilimitada riqueza expresiva y su gran poder de sugestión. Utilizando sólo la voz, o sólo la música, o la voz y la música, o la voz y el silencio, o todas los componentes a la vez, se puede lograr que el oyente se alegre o se ponga triste, que visualice en su mente un paisaje, que recree un movimiento, que sienta miedo, que se entretenga o que se aburra. *Esto es posible* a que la Radio, *tiene asignadas funciones que le permiten el mantenimiento de la estabilidad y la reproducción del orden existente, o sea, que explican su impacto en el proceso e socialización.*

La Radio entusiasma, pues las posibilidades de poder llegar a miles de personas a la vez y penetrar en la intimidad de sus hogares, es prácticamente insuperable. Este medio de difusión, *constituye un producto comunicativo, ya que posee un determinado sentido sobre la realidad que manifiesta, contiene y es en sí mismo una generalización de las prácticas sociales significadas, así como sirve o refiere al intercambio colectivo.* En otras palabras, la radio, está vinculada a las características esenciales de la comunicación como proceso. Al ser un medio de transmisión, deviene en un espacio de compleja interacción entre emisores y receptores, entre medios (instituciones) y públicos. Esa interacción es diálogo entre emisores y receptores, propuestas y necesidades, pero también de confrontación. Consecuentemente con ello, la Radio se convierte en un espacio clave (como los demás medios de comunicación) para la constitución de identidades individuales y colectivas, a través del juego de múltiples interpretaciones. *Como producto comunicativo expone, su condición de*

experiencia cultural, inserta en una trama textual y contextual (discursiva e histórica) que lo constituye, pero a la vez modela.

Cuba fue una de las pioneras en América Latina en desarrollar la radio y la televisión, pues desde 1922 y auspiciada por la Internacional Telephone and Telegraph (ITT) fue montada la primera planta radial. La primera emisora que transmitió en Cuba fue la 2LC de Luis Casas Romero, el 22 de Agosto de 1922. El 10 de Octubre de 1922, la primera transmisión de la PWX, es considerada oficialmente como el inicio de la radiodifusión, momento en el cual se transmitió – en español y en inglés - un discurso inaugural del entonces Presidente de la República Alfredo Zayas. Desde el inicio de la radiodifusión hasta la década de los años 30, la radio mantuvo una programación basada fundamentalmente en la información y el entretenimiento, y ya en los años 50, salvo contadas excepciones, tanto los servicios de radio como de la televisión pertenecían a las clases dominantes poseedoras del poder político, que los utilizaban para imponer patrones ideológicos y culturales convenientes para sus fines e intereses.

Después del triunfo revolucionario se trabajó para que la señal de radio pudiera ser captada en todo el territorio nacional y que esta estuviera al servicio del desarrollo socioeconómico, con una red de emisoras nacionales, provinciales, municipales y locales que integran el Subsistema de la Radio Cubana.

El 24 de mayo de 1962, mediante la Ley 1030 del Consejo de Ministros de Cuba, se crea el Instituto Cubano de Radiodifusión, con el objetivo de difundir y orientar las emisiones de la radio y televisión para todo el territorio nacional. En 1975 el nombre sufre un cambio y pasa a denominarse INSTITUTO CUBANO DE RADIO y TELEVISIÓN (ICRT), con las mismas atribuciones.

Desde su creación el ICRT, tiene como Misión ofrecer una programación radial y televisiva, portadora de altas virtudes políticas, ideológicas, sociales, éticas y estéticas, al servicio de los conocimientos, la cultura, la recreación y la defensa de los valores e intereses más sagrados de la Nación y de todos sus ciudadanos. Su objetivo principal se dirige a profundizar los más elevados ideales patrióticos e

internacionalistas de nuestro pueblo, en la lucha por su independencia, soberanía e identidad nacional y su amor a la construcción del socialismo en Cuba, teniendo en cuenta los intereses, necesidades y deseos del público al que va dirigida.

Por lo que su programación debe estar bajo los preceptos de **la política cultural cubana**. Se hace necesario aclarar que desde el triunfo revolucionario, estuvo **encaminada a emancipar a las masas, por lo que su finalidad fue elevar el nivel de estas y mejorar la calidad de vida del pueblo; asegurando así el comprometimiento de este con el proyecto socialista**. Esta política cultural, encargada de liberar al pueblo, convirtiéndolo en protagonista del desarrollo cultural; en la década de los 90, tuvo que enfrentar un reto aun más grande, mantener todo lo que había logrado tras un período de treinta años de Revolución. Debido a la gran crisis económica que sufría el país en aquellos tiempos, fue necesario realizar algunas medidas para lograr sobrevivir; **velando ante todo por mantener los principios, la ética y moral revolucionarios**. En esta búsqueda de alternativas, la cultura jugó un papel fundamental, pues se comenzó a evaluar las posibilidades que tenía este sector para ayudar al país a salir del llamado período especial. Todos recordamos las condiciones del país en aquellos años, la escasez total de recursos; en lo que seguramente se inspiró Abel prieto, al decir que en Cuba existía una cigarra heroica, que seguía haciendo arte y literatura, sin cuerdas de violín. En este nuevo contexto histórico **la cultura** se coloca en el centro de la sociedad, ya que **además de promover el desarrollo cultural, se buscaba preservar los valores humanos e impedir el surgimiento de una cultura mercantilista, buscadora de ingresos solamente**.

En esta etapa, como una consecuencia más de la crisis, se evidenció un severo resquebrajamiento en nuestra sociedad. Esto se debe a que tal vez, Cuba como parte del mundo que es, al verse inmersa en la amplia red de la globalización, que como proceso que incluye a todos los países y busca proporcionar iguales oportunidades, es positivo. Lo lamentable es que las leyes de mercado también están globalizadas y por la obligación de nuestro país ganar prestigio en el mercado internacional, tuvo que acatar las exigencias de este. El resultado, ha

sido más que negativo, ya que lamentablemente la cultura y las distintas manifestaciones artísticas, se convirtieron en mercancía. Esto lejos de aliviar la situación, la agravó más y todo como consecuencia del papel deshumanizador e la globalización.

En nuestro país se ha perdido la tradición musical, por el seguimiento del patrón impuesto. Este fenómeno es difícil de revertirlo, pues la penetración se ha extendido más de lo que debía y concuerda con lo que expresara Abel Prieto, como continuidad de una frase martiana: **“Una ‘prosperidad’, un desarrollo sin poesía, sin arte, sin cultura, orientada solo hacia el bienestar material, hacia el consumo no hace crecer al hombre: daña por el contrario, lo mejor de sus potencialidades”**.

A raíz de lo expuesto anteriormente, para la Radio Cubana el concepto de calidad de un programa es: la satisfacción de los gustos, preferencias, necesidades e inquietudes a quienes se destine, por las características que posea en correspondencia con los requisitos establecidos. En la actualidad se transmiten 3 938 programas, la Red Nacional de la Radio cuenta con 50 Sitios Web en Internet, 6 de ellos transmiten en audio real. El Sistema de la Radio Cubana en Internet posee 8 sitios en idioma inglés, y 13 de ellos transmiten en ese idioma de forma ocasional. Además cuenta con 91 emisoras. Una emisora internacional, 6 nacionales, 18 provinciales, 66 municipales, asimismo existen 84 estudios municipales de radio, distribuidos por todo el territorio nacional. (En los anexos se encuentra una relación más detallada).

CAPÍTULO 2

Epígrafe 1 Metodología

La presente investigación se ubica en un medio que, por sus características, resulta de gran complejidad. Debido a la gama de necesidades que esta Emisora muestra, este estudio se basa, fundamentalmente, en la metodología cualitativa. La elección de este enfoque no es aleatorio: la investigación cualitativa es multimetódica. Se pueden señalar algunos aspectos que los engloban:

1. Concepción múltiple de la realidad.
2. El principal objetivo es la comprensión de los fenómenos
3. Investigador y objeto investigado están interrelacionados.
4. Se pretende desarrollar un cuerpo de conocimiento ideográfico.

Algunos autores establecen fases en la evolución histórica de la investigación cualitativa. Por ejemplo: Bogdan y Biklen (1982) reconocen cuatro fases o períodos. Un primer período que abarca desde finales del siglo XIX hasta la década de los años treinta del siglo XX. En este período se presentan los primeros trabajos cualitativos y se utilizan diversas técnicas como la observación participante, la entrevista en profundidad y el estudio de documentos personales. Un segundo período que comprende desde la década de los treinta hasta los cincuenta en el que se produce una declinación del interés por el enfoque cualitativo y un auge del cuantitativo. Un tercer período que tiene lugar en la década de los sesenta se destaca por el cambio social y el resurgimiento de los métodos cualitativos. El cuarto período se inicia en la década de los setenta y en esta época comienzan a realizarse investigaciones cualitativas por investigadores educativos y no por antropólogos o sociólogos como era lo acostumbrado hasta ese momento. En general, los diferentes autores plantean elementos de una evolución más o menos común, que tras el recorrido por distintas fases históricas la investigación cualitativa, se caracteriza por todo un conjunto de elecciones desconcertantes y dispone de tantos paradigmas, métodos, técnicas, instrumentos

y estrategia de análisis ante los que tiene que elegir. Los investigadores se encuentran en un momento de descubrimiento y redescubrimiento con nuevas formas de ver, interpretar, argumentar y escribir y una investigación cualitativa ya no se puede contemplar desde una perspectiva positivista neutral y objetiva haciendo que la investigación sea un proceso más multicultural.²⁸

Lo que resulta en una situación donde convergen una gran diversidad de perspectivas y enfoques en la investigación cualitativa. No obstante, se dan una serie de características diferenciadoras que son compartidas por cada una de estas perspectivas. Esto significa que los investigadores cualitativos estudian la realidad en su contexto natural, a la vez que intentan asignarle sentido e interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. Para ello, se requiere la utilización de una gran variedad de materiales mediante variadas técnicas: entrevista en profundidad, historias de vida, observaciones, imágenes, sonidos, etc. ***“Algunos consideran que la investigación cualitativa es aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable” (Taylor y Bogdan, 1982)***

En la investigación cualitativa los métodos están orientados a describir e interpretar la realidad. Los métodos teóricos utilizados son el Inductivo Deductivo, que implica

²⁸ **Etapa de Inicios de la investigación cualitativa.** Según algunos autores (Bogdan y Biklen) la investigación cualitativa tiene su origen en los Estados Unidos con el interés de investigar problemas de sanidad, asistencia social, salud y educación, producto de la urbanización, la inmigración. **Etapa de consolidación:** En este período, se incorporan jóvenes formados en antropología a la recogida de información de forma directa en el campo de estudio. Malinowski proponía que una teoría de la cultura debería fundamentarse en las experiencias humanas, construidas sobre las observaciones y desarrolladas por la vía inductiva. **Etapa de la sistematización.** Después de la Segunda Guerra Mundial y hasta el inicio de la década de los 70, se sitúa esta etapa de la investigación cualitativa que es reconocida como la fase modernista. Esta es una época de creatividad en la que aparecen una serie de textos en los que se intenta formalizar los métodos cualitativos. **Etapa del pluralismo.** En esta época los investigadores cualitativos disponen de un repertorio de paradigmas, métodos y estrategias para emplear en sus investigaciones. Las corrientes van desde el interaccionismo simbólico hasta el constructivismo, la indagación naturalista, positivismo, pos-positivismo, fenomenología, etnometodología, etc. **Etapa de la doble crisis:** En la década de los 80, aparecen una serie de textos a través de los cuales se aprecia que la investigación se hace más reflexiva y se **orienta a** cuestiones de género, clases y razas. Los investigadores sociales se enfrentan a una doble crisis de representación y legitimación. **Etapa del momento actual:** La investigación cualitativa se hace multiparadigmática en su enfoque y los que la practican son sensibles al enfoque multimetódico.

el análisis de lo particular y su vínculo con lo general, en como el funcionamiento de la planta apunta a una lógica de funcionamiento general de la sociedad; el Histórico Lógico, para conocer el propio desarrollo de la Planta, desde sus inicios, como apéndice de la CMHW, hasta su condición actual de Emisora municipal y entender las pautas de funcionamiento lógico que le dan sentido a esta institución como producto comunicativo; el analítico sintético con el fin de realizar un análisis integral de la misma, lo que implica un análisis institucional, una caracterización de su programación, y la articulación de estos resultados con el fin de ofrecer una síntesis general del producto comunicativo reproducido por la FM, como objeto acabado.

Métodos empíricos utilizados son: el Análisis de documentos que constituye el punto de entrada al dominio o ámbito de investigación que se busca abordar e, incluso, es la fuente que origina en muchas ocasiones el propio tema o problema de investigación. Sin embargo, este estudio se concentra en todas las oportunidades que el método y las técnicas respectivas a él, ofrecen. Los documentos fuente pueden ser de naturaleza diversa: personales, institucionales o grupales; formales o informales o datos. Además se utiliza el análisis de contenido, que como técnica es una vía para descubrir significados o contenidos latentes, implícitos en los mensajes. Por lo que es considerado como: “la fundamentación teórica de leer entre líneas” (Ibarra, F; 2002).

De manera general se procede de la siguiente manera en el análisis de documentos cualitativos:

1. Los datos se recogen durante todo el proceso.
2. Los datos se dividen o segmentan en unidades relevantes y significativas, manteniendo conexión con un objetivo más global. El análisis no se limita al tratamiento mecánico de los datos, sino que implica a su vez una actividad reflexiva, interpretativa y teórica sobre el dato.
3. Los datos segmentados son categorizados de acuerdo a un sistema organizado, derivado a su vez de la lectura de los datos. Los datos se

interrogan para que aporten los contenidos y temas que contienen e inductivamente a partir de estos se elaboran las categorías. También las categorías se pueden elaborar de forma deductiva, recurriendo a una teoría e intentando verificar supuestos y, en ocasiones, resulta procedente combinar ambas vías, se parte de la inductiva y, después, se pasa una deductiva.

4. Las categorías son inicialmente aproximaciones que se mantienen de forma abierta, ya que deberán acomodarse a nuevos datos. Ellas se modificarán y refinarán hasta conseguir un sistema satisfactorio.
5. El procedimiento intelectual básico es la comparación constante con el objetivo de discernir similitudes conceptuales, refinar el poder discriminatorio de las categorías y descubrir patrones.
6. Existe la posibilidad de analizar los datos por más de una vía.
7. Los resultados de los análisis se traducen en síntesis de alto nivel conceptual.

Para Pilar Colás son tres las peculiaridades que distinguen en análisis cualitativo de datos:

1. *Unidades de análisis ni fijas ni predeterminadas*: El tipo de datos (textos) condiciona no contar con unidades precisas y constantes. Las unidades de análisis pueden plantearse con diferente grado o de nivel de concreción, por tanto, se opera con formas variadas en cuanto a la tipología del dato. Es decir, se puede trabajar sobre la base de términos muy concretos como verbos o adjetivos, o de unidades mucho más amplias y complejas como pueden ser secuencias narrativas con un significado teórico.
2. *Tratamiento de los datos con procedimientos propios*. Las fórmulas de tratamiento que se aplican a los datos son consecuencia de la propia idiosincrasia del dato cualitativo, es decir, a su carácter textual.
3. *Interdependencia entre datos empíricos y procesos intelectuales de teorización*.

La técnica del análisis de contenido es una vía para descubrir los significados o contenidos latentes, implícitos en el mensaje. Por ello, algunos autores lo consideran como ***“la fundamentación teórica del arte de leer entre líneas”*** (Ibarra, F; 2002). Una forma de comprensión sobre la lógica de esta metodología implica, que los análisis cualitativos consisten en el análisis de contenido de los textos. Olabuénaga (Citado por Bisquera, 2004) habla del *“método cualitativo de análisis de contenidos”* para referirse al proceso de análisis de datos cualitativos. Este autor lo define como *“una metodología que utiliza varios procedimientos para efectuar inferencias válidas de un texto que debe entenderse y tratarse como un ‘escenario de observación’ o como ‘el interlocutor de una entrevista’ del cual se extrae información para someterla a un análisis e interpretación posteriores”*. El análisis de contenido tiene sus orígenes en la Psicología social y la Sociología, aplicadas a la comprensión del campo político, las relaciones sociales; con un amplio desarrollo ulterior en los terrenos de la publicidad y los medios de difusión.

Se debe aclarar que el análisis de contenido puede ser utilizada como técnica cuantitativa o cualitativa, aunque, dadas la connotaciones que por su origen poseen, inicialmente, el análisis de contenido surgió como una estrategia cuantitativa de investigación diseñada para ser aplicada a informaciones preexistentes (artículos de prensa, publicidad, documentos diversos, etc.) y basada en la codificación que consideraba a las categorías como variables susceptibles de tratamiento cuantitativo. En cambio, los procedimientos de análisis de contenido de orden cualitativo, al que aquí se hace referencia, constituyen técnicas de análisis de datos que se aplican a los datos textuales generados por la propia investigación, contando con la participación activa del investigador. Esta comprensión no está asociada a las técnicas cuantitativas tradicionales. En ella se utilizan las categorías para organizar conceptualmente y presentar la información, más interesante por el contenido de las categorías y su interpretación que por las frecuencias de los códigos.

Ha existido una concepción positivista en estos análisis, entre la que se encuentra la de Berelson (1952), quien la consideraba *“una técnica de investigación para la*

descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación, que tiene como objetivo interpretarla.” Sin embargo, más contemporáneamente existen otras definiciones como la de R. Mayntz, K. Halm y P. Hubner (1983). Ellos consideran al estudio de datos cualitativos como aquel que “identifica y describe, de manera objetiva y sistemática, las propiedades lingüísticas de un texto con la finalidad de obtener conclusiones no lingüísticas de las personas y los agregados sociales”.

Como bien señala Álvarez, esta definición se caracteriza por su carácter flexible al plantear que el texto nos permite acceder a otras realidades, personales y sociales, no explícitas en el texto. Tomando como punto de referencia las ideas de Vigostky, se puede decir, por una parte, que el lenguaje tiene la facultad de ser usado, descontextualizadamente, en la reflexión abstracta, tal y como se hace en el razonamiento científico; y, por otra, que los textos tienen una relación directa con sus contextos y que al efectuar su interpretación, resulta imposible desconocer esa relación.

En la actualidad, la hermenéutica y la teoría de la recepción han realizado aportes significativos sobre la interpretación textual y las relaciones texto-contexto-receptor. En la relación que se produce entre significante- significado existen muchas mediaciones, de las cuales se pueden extraer inferencias diferentes. Al analizar un texto, la información no solo radica en lo que se dice, sino que es necesario también atender a lo sugerido- lo latente-, a la estructuración del mensaje, así como a la importancia que cobran los silencios.

En el análisis de los contenidos es necesario atender al significante, lo que dice, y al significado (las inferencias). Desprendido de lo anterior, se pueden determinar dos fases en el análisis del contenido:

1. Se trata de reconocer el contenido o el significado de determinadas configuraciones verbales (palabras, combinaciones de palabras, frases o argumentos enteros), así como clasificarlos adecuadamente. Para ello, el analista se apoya, irremediamente, en su propia e intuitiva comprensión

del lenguaje y debe seguir un procedimiento que asegure la rigurosidad metodológica y el respeto a la realidad de partida.

2. Los procedimientos de inferencias pueden relacionarse con:

- Los productores del texto
- Los atributos del receptor o público supuesto por el productor (nivel educativo, intereses, valores)
- Los atributos del sistema sociocultural en que se produce el texto.

Por lo es necesario que en cualquier caso, las pretensiones del investigador deben ser declaradas y fundamentadas desde el planteamiento del problema o la referencia a la realidad que será objeto de investigación, lo que le permitirá elegir las alternativas más adecuadas a sus objetivos. Todo lo anterior, lo resume de la manera siguiente:

- El análisis de contenido es una técnica de investigación que puede tener dos finalidades: la descripción de la realidad o la interpretación desde la realización de inferencias fundamentadas en constructos teóricos válidos.
- Ha sido demostrado que los procedimientos cualitativos son tan válidos como los cuantitativos y que el análisis no se limitará sólo al contenido manifiesto sino que puede extenderse al contenido latente.
- Por último, subrayar en esta presentación de generalidades de la técnica, que los resultados obtenidos a través de estos procedimientos deben someterse a pruebas de validez y fiabilidad que permitan generalizar y reproducir.

Además se utiliza la técnica de la entrevista semi-estructurada, aplicada a informantes claves del equipo de dirección. La entrevista es una vía para la observación de datos relevantes mediante la observación de los sujetos “Esta técnica permite la obtención de información de manera amplia y abierta, independencia de la relación entrevistador entrevistado. El entrevistado debe tener bien claro cuáles son los objetivos, problemas o aspectos que le interesen obtener información” (Ibarra Martín, 1988).

La entrevista es una técnica mediante la cual se solicita información a un individuo o un grupo con el fin de recoger datos sobre el proceso investigado. Está basada en la interacción verbal y precisa con la existencia al menos de dos personas. Durante la entrevista no se deben ignorar cuestiones vitales como la relación entre entrevistador- entrevistado, la formulación de preguntas el registro de la información y el cierre del contacto. La entrevista es un método más flexible que consigue crear empatía con el entrevistado, además que brinda información no solo verbal sino también extraverbal.

Desde la metodología cualitativa y en el presente trabajo investigativo se asume la entrevista semi- estructurada. Su principal meta consiste en la obtención de información sobre el objeto de estudio y la elaboración de una lista de temas focalizados hacia este. A partir de la entrevista se persigue el conocimiento y comprensión de los puntos de vista de un individuo, grupo, sector poblacional o comunidad. Contrariamente a la entrevista estructurada, la investigación se fija en la apropiación de los criterios de los sujetos escogidos más que en la exposición de hipótesis. Es decir, el objeto de estudio y su abordaje se define por las opiniones de los individuos entrevistados y no por la eventual perspectiva del investigador. En este tipo de entrevista todo es negociable se desarrolla en un ambiente flexible, abierto y provisto de libertad, aún cuando la direccionalidad de la entrevista sea manejada por el investigador.

Epígrafe 2: Selección de la muestra

Debido al enfoque asumido, la elección de la muestra es intencional el punto de partida lo constituyen los datos arrojados por un estudio de audiencia realizado en el período de junio a julio del pasado año, que, además de una serie de resultados socio-demográficos sobre los oyentes de la Emisora , identificó los programas de mayor y menor audiencia y preferencia. Además de estos datos, se tuvo en cuenta la opinión de los directivos en cuanto a los programas que definían, de una forma u otra, la imagen de la Emisora - a pesar de no estar en los primeros lugares de la preferencia y, por tanto, no contar con un nivel de audiencia elevado (tal es el caso

de *Latidos de mi ciudad* y *Con buen punto*). Dado el espectro de la audiencia, se eligieron programas de variedades pues los especializados van dirigidos a un público más restringido. Es necesario aclarar que la tira de Programación de la Emisora, se divide en tres espacios: la programación de lunes a viernes, la de sábados y la de domingos. De este modo, con el análisis a seis programas, se conforma la muestra:

Selección de informantes claves

- Equipo de dirección de la Emisora (directora, jefe de departamento de metodología, jefe de programación musical y jefe de programación general).

Selección de programas para el estudio de contenido

- De la programación semanal: *Latidos de mi ciudad/ En frecuencia*.
- De la programación sabatina: *Autopista.com/De una forma diferente*.
- De los domingos: *Todo mezclado/Con buen punto*.

Las unidades de análisis definidas son: 1) El análisis institucional vinculado a la categoría institución (y a la caracterización institucional y general de la Emisora como producto comunicativo); 2) La locución y la producción musical, relacionados con el producto comunicativo radial (centrado en la elaboración de los programas). Los indicadores a analizar son:

INSTITUCIÓN	PRODUCTO COMUNICATIVO	
Análisis institucional	Locución	Producción musical
Segmentaridad	Calidad de los diálogos	Intérprete
Transversalidad	Dicción	Género
Implicación simbólica	Nivel de improvisación	Nacionalidad
	Empatía con el público	
	Correcta entonación	

Epígrafe 3: Análisis de los resultados

3.1 Caracterización de la Emisora

La caracterización de la institución conduce, necesariamente, a la valoración y la aplicación de la Misión y Objetivos de la Emisora reflejados en el Manual de Calidad:

Misión de la Emisora:

Contribuir a la formación de valores y a la elevación de la cultura integral del pueblo, al concientizar en el trabajo cotidiano el papel que juega la Emisora en el Municipio de Santa Clara en la actual Batalla de Ideas, como a unos de los medios que vincula los contextos socioculturales políticos y económicos de la población ; mediante espacios culturales, informativas, recreativas, que cumplan con la política de programación orientada por el organismo central y en correspondencia con el trabajo político ideológico del PCC en el Municipio; para que así nuestro pueblo interiorice asuma y protagonice las transformaciones que como necesidad inevitable en el mundo contemporáneo, acomete el estado cubano para construir el socialismo.

Cuerpo de objetivos de la Emisora:

- ❖ Trabajar en los programas radiales con los distintos grupos etéreos a los que va dirigida la programación a partir de los destinatarios y en función del perfil demográfico de la ciudad de Santa Clara.
- ❖ Desarrollar y promover valores, potencialidades artísticas de la cultura santacolareña a través de la Radio como medio comunicativo, partiendo de que la investigación del entorno permite comprobar que la ciudad es una plaza cultural por excelencia.
- ❖ Difundir a través de la Radio los mensajes educativos dirigidos al pueblo en lo referente a la salud, la educación, así como los logros de la Revolución.

- ❖ Favorecer la divulgación científico-técnico y su desarrollo biotecnológico a través de espacios informativos creados con ese perfil.
- ❖ Informar de manera concreta logros y deficiencias económicas en el municipio a través de los diversos espacios de la Emisora, dadas las nuevas perspectivas de crecimiento.

Objetivos del Partido en la StéreoCentro.

- ❖ Transmitir al pueblo mediante los distintos programas, los conocimientos necesarios para comprender la realidad del mundo actual defendiendo nuestra identidad.
- ❖ Difundir los discursos de nuestro Comandante en Jefe como guía certera a seguir en la obra revolucionaria.
- ❖ Lograr la difusión de programas históricos como elemento esencial en la elevación de la conciencia patriótica.
- ❖ Contribuir a la concepción del enfoque político-ideológico de los niños y jóvenes.
- ❖ Priorizar los temas que resaltan los logros de la Revolución como son la salud, educación, deporte, la ciencia y la técnica y la colaboración internacionalista de nuestro país.

3.2 Análisis de los programas que conforman la muestra.

Para definir los tipos de programas se caracterizan el grupo, la forma y los temas. Los grupos pueden ser variados y especializados. La forma pueden ser informativos, musicales y culturales (está Emisora se centra en lo musical) y los temas varían según los contenidos o las funciones que cumple el programa.

Programa Latidos de mi Ciudad.

Latidos de mi ciudad, es un programa de corte informativo, que tiene como objetivo contribuir a ampliar el horizonte del oyente, principalmente, del acontecer santacolareño. Tiene una frecuencia semanal y está considerado, por directivos de

la Planta, el programa que define la imagen de la Emisora. La estructura de su programación es fácil de identificar, debido a su estructuración en una escaleta que organiza la secuencia lógica de la siguiente forma: presentación, despedida, los spots y la sonorización general del programa.

Se distinguen varios mementos: Sumario, ampliación de las noticias contenidas en este, trabajos periodísticos, servicio de noticias confeccionadas por la Planta en voz de los locutores y las noticias de Prensa Latina. Además, están los mensajes de promoción, los de bien público y la sesión Red de Redes. Es merecedora de especial atención la función que ejerce una sesión con informaciones de internet, en un programa de este corte²⁹, aspecto de obligatorio análisis, pues acentúa el desbalance geográfico de la información, privilegiando las noticias nacionales e internacionales. Este tiempo dedicado a la información ubicada en la Red, facilita información de corte sensacionalista (Ej.: una novia italiana huye de la boda con el amigo de su recién esposo; fallece última sobreviviente del Titanic; última producción de Disney, revela rasgos de racismo; escándalo, presidente de Italia, relación ilícita con una adolescente de 17 años; tiroteo en una secundaria norteamericana, durante una fiesta de graduación; develan estatua del llamado niño cero).

Esta sesión, jugaría un papel diferente si el resto del programa estuviera rebosado de informaciones del municipio. Caracterizándose así por la estandarización de los productos y la racionalidad comercial, explotando el recurso de técnicas impactantes (violencia, sexualidad, marginalidad) siempre que no impliquen- generalmente- un cuestionamiento social. Por tanto, se convierte a través de los mensajes implícitos en sus programación, en un producto mercantil, que utiliza mecanismos de control mediático que desplazan los contenidos críticos, a partir de su refuncionalización, hasta hacerlos acordes al sistema social general. Por otra parte el sensacionalismo expresa el solapamiento de lo realmente esencial, por lo superficial y lo novedoso. Es cierto que, existen espacios fijos destinados a Santa

²⁹ Informativo, pero además supuesto vocero de la realidad santaclareña.

Clara (estado del tiempo, servicio eléctrico y acueducto), con algunas informaciones culturales. Santa Clara es una ciudad que presenta una socialidad muy dinámica, convirtiéndola en un público exigente, que, evidentemente, por los datos arrojados en el estudio de audiencia realizado el pasado año (ubicándolo en el séptimo lugar de audiencia y preferencia), no se siente identificada con el programa. Según su perfil, reflejado en la ficha técnica (anexos), para su realización se utilizan todos los recursos del medio, propaganda directa y variedad de géneros periodísticos; predominando de estos últimos las entrevistas in situ y la descripción del reportero. Sería de gran utilidad que estos trabajos periodísticos, se destinaran, ocasionalmente, a evaluar el impacto del programa y así encaminarlo de una forma más acertada, a satisfacer las necesidades informativas de los santclareños. Se utiliza la música, como técnica alternativa a su programación, o sea, como una especie de gancho para lograr audiencia. Un aspecto positivo a destacar es el espacio reservado que tiene la música de creadores santclareños. Se ha evidenciado que en el programa, existen rasgos de transversalidad aparente, en cuanto a la interiorización de las orientaciones de la dirección general, referente a la modificación de los programas; sin embargo, a partir de los resultados arrojados en las audiciones realizadas se detecta un bajo nivel de implicación simbólica, pues la transformación es superficial y los resultados de una revista informativa no se explotan al máximo.

La locución, por otro lado, se caracteriza por dificultades en la dicción de la voz femenina quien comete muchos errores en la lectura (sobre todo, en la sesión Red de Redes). Son disímiles los ejemplos de equivocaciones, ya sea por problemas de enfermedad de ella, como por razones que no se han justificado. Incluso, el jefe del equipo metodológico, en monitoreos realizados, requirió señalar el mismo problema en la locución del programa.

Programa: “En Frecuencia.”

El programa en frecuencia salió al aire por primera vez el 4 de octubre del 2004, en el horario de 4 a 6 de la tarde. Nace como revista de corte informativo musical

por la necesidad de incrementar los servicios de información a la comunidad, luego de diseñar el objeto social de la Emisora. Es una revista de variedades que procura un acercamiento a Santa Clara, por lo que tiene un privilegio las informaciones culturales.

El programa tiene espacios fijos, con invitados que dialogan de temas jurídicos, cine, música, proyectos comunitarios, efemérides de Santa Clara, la cartelera cultural de la semana, además de la sesión de deportes. Como otra estrategia crea el espacio de la pregunta del mes³⁰, que pretende filtrar informaciones de Santa Clara y a su vez interactuar con el oyente. Además hay lugar para la información mundial y mensajes de bien público. Para su director, la suma de todas las sesiones, conforman un producto comunicativo enfocado a reflejar la realidad santaclareña.

Un aspecto a destacar, es que a consecuencia de las leyes globalizadas de mercado, musicalmente, se privilegian los géneros del Reguetón y el Pop. No obstante, se trata de un programa donde se expone lo cotidiano de la ciudad con mayor naturalidad, el director ha buscado otras alternativas en la inserción de sesiones, el uso de entrevistas a artistas, instituciones de forma diáfana. La lógica de la Industria, legitimada en nuestros medios no puede dejar de regirse por la utilización de recursos que apunten a la racionalidad técnica (aunque el espectro de las obras si varían), el caso de el énfasis a la música pop y el reggaetón. Vale señalar que en la misma medida, el director busca y crea espacios, a veces con sus propios fondos, para distanciarse de su programa (intercambio con oyentes, especialistas, etc.) y producir un producto que genere implicación, relacionalidad e integración social. La particularidad del director, está en sentirse transversalizado por la tarea en términos de lo comunitario real, de una implicación simbólica que produzca y reproduzca un producto comunicativo cuya pauta de socialidad se coincida con un proyecto emancipatorio.

³⁰ Esta sección es similar a una especie de concurso pues compiten por el primer lugar y se ofertan premios. (Libros, discos, etc.)

Programa: “Autopista.com”

El programa, autopista.com, tiene una frecuencia sabatina, con horario de 12 a 1 de la tarde. Pertenece al grupo de variedades, privilegiando los temas culturales. Según se refleja en la ficha técnica, su objetivo es contribuir a enriquecer el horizonte cultural de los oyentes, mediante la información y divulgación de la cultura en Villa Clara, Cuba y el resto del mundo. Los realizadores del espacio la denominan la autopista de la información. Sin embargo, las noticias más favorecidas son las referentes a la cartelera cultural de Santa Clara. Una de sus sesiones, es el apartado musical, donde se ofrecen datos biográficos de la figura elegida como protagonista, además de temas musicales de los mismos. Durante el tiempo de investigación, dedicado a las audiciones de programas (cinco de autopista. com), la sesión estuvo dedicada: Ricardo Arjona, Luis Fonsi, Paolo Meneguzzi, el Trío Camila y Liuba María Hevia. Como se puede apreciar, la producción musical privilegiada es la internacional, dejando a la zaga la música cubana. Es preciso aclarar, en la ocasión que se destacó la trayectoria de Liuba, fue con motivo de la celebración del día internacional de la infancia.

Este espacio, lejos de incentivar el interés por el quehacer de los músicos cubanos, propiciando así la defensa de lo nacional, reproduce el gusto del oyente hacia lo extranjero, borrando todo sentido de pertenencia y reafirmando la cultura de masas. Es decir, se favorecen géneros como el Pop. Resultante todo de la industria cultural, encaminada a gestar un gusto de masa cada vez menos exigente, que asume con agrado su papel de mercado. De esta forma se crea una adicción a lo novedoso, o más exactamente, a lo sincrético homogenizante de la cultura de masas, lo que está en el boom musical, la estrella del momento. Se propician así, el florecimiento de pautas de consumo, que reproducen determinados estilos de vida, donde todos necesitan ser y sentirse importantes (reconocidos socialmente- la concesión de estatus).

Como parte de la propuesta musical, se ofrecen temas variados, pero no con el impacto de la sesión antes mencionada. Además, se deben cuidar los términos

que se utilizan durante la redacción, debido a que un error puede transformar el sentido y significado del mensaje. Ello se ejemplifica con una frase, emitida por el Locutor y que además quedó plasmado en el guión del sábado 2 de mayo: “El general de ejército, Raúl Castro Ruz, presidente de los Consejos de Estado y de Ministros, **impuso** la orden “José Martí”, a Roberto Fernández Retamar, presidente de la Casa de las Américas.” (es necesario términos más apropiados y exactos).

Por lo general, el acontecer cultural de Santa Clara, queda bien identificado en el programa, así como las ofertas recreativas. Todos los eventos, conciertos, exposiciones de arte, concursos (de la localidad y nacionales), tienen un lugar especial dentro del programa, propiciando así que los oyentes de la Emisora queden informados y puedan disfrutar de los eventos, según su preferencia.

La locución presenta un ritmo adecuado para el perfil del programa, dado que el locutor logra un alto nivel de empatía con el público que lo recibe. Tanto así que las ofertas que brinda, a partir de su entusiasmo, son merecedoras de disfrutar.

Se debe trabajar, en la refuncionalización de la sesión “apartado musical”, para que su oferta, presente mayor concordancia con los objetivos de programa. Este espacio, puede ser explotado en función de las tradiciones musicales del país, así como a fomentar y educar, el interés de la población hacia lo cubano, ya que en los últimos años ha ocurrido el proceso inverso.

Programa: “De una forma diferente.”

El programa “De una forma diferente”, tiene una frecuencia sabatina, en el horario de once a doce de la noche. Pertenece al grupo de los musicales, con un enfoque romántico. El objetivo principal del programa, según lo plasmado en la ficha técnica, es brindar una opción radial sosegada en la noche de sábado. Además, está encaminado a proporcionar esparcimiento al oyente, fundamentalmente, a través de la música romántica. Como rasgo distintivo posee, a modo de reflexión,

la propuesta de una frase, con la intención de conjugar placer y enriquecimiento íntimo.

Las propuestas musicales, presentan una marcada preferencia al Pop, consecuencia del poder avasallador de la Industria musical, que se rige y funciona mediante las leyes del mercado. Por consiguiente, si quieres ganar en preferencia, debes acatarlas y ofrecer un producto simplista, en cuanto a calidad estética.

Como parte de su programación, se da lectura a un poema, espacio que se torna un tanto meloso, lo que atenta a la permanencia del oyente, teniendo en cuenta la hora y el día. Además la entonación de la locutora, no compagina con el objetivo del espacio, crear una expectativa hacia la magia del amor. La intencionalidad del programa es fomentar, a partir de un tratamiento romántico, la sensibilidad. Aspecto que se debe tratar con sumo cuidado, pues se puede revertir y por tanto provocar, la enajenación de los oyentes, como consecuencia de un producto basado en una frívola cursilería. La mayoría de los poemas no son lo mejor de la poesía cubana ni universal, si no literatura maleable, lo que tampoco aporta a proporcionar un producto de alto nivel estético, sin contar la disonancia entre la poesía, las frases a veces descoordinadas con el tema general (escritores famosos) y la música, generalmente, pop.

Programa: “Todo mezclado.”

El programa “Todo mezclado”, tiene una frecuencia dominical, con el horario de 9:30 a 11:50 de la mañana. Pertenece al grupo de variedades, que tiene como objetivo propiciar el disfrute del oyente, mediante disímiles temas de interés (según ficha técnica). Este programa es el de mayor audiencia en la programación del domingo, lo que puede estar condicionado por su favoritismo a géneros como el Pop y el reggaetón. Al menos, durante dos horas y medias, la preferencia musical queda sobresaturada de estos géneros, solamente atenuada por algunas noticias acerca del quehacer cultural de Santa Clara. Esto evidencia, la potencia que presentan los patrones de la Industria cultural, ante la conformación de los productos comunicativos. Está más que demostrado, la contribución de estos

géneros, a la creación de estereotipos, estilos de vida, patrones de conducta, conformando así, una socialidad contrapuesta al proyecto social cubano. Aun así, dado que su rentabilidad económica es insuperable, se imponen como dominantes. Haciendo por tanto, caso omiso, de la función que debe tener la Radio como paliativo a la conformación de una sociedad consumista. El tiempo dedicado a la noticia, es ínfimo, ante las dos horas destinadas solamente a la música.

La locución, se conduce de una forma amena y conversacional, a partir del grado de afinidad que logra la locutora con los oyentes. A pesar de ello, en aras de mejorar la expresión oral, se debe tener cuidado con no hacer uso de repeticiones innecesarias, pues se ha evidenciado durante el período de investigación, que la locutora debido quizás, a la improvisación, hace reiteraciones inapropiadas (esto es todo **mezclado**, donde le **proponemos** una **propuesta** bien **mezclada** [programa 7-junio]).

Programa: “Con buen punto”

El programa Con buen punto, tiene una frecuencia dominical, con horario de 12:00 a 1:00 de la tarde. Pertenece al grupo de los variados, pero en forma de charla expositiva. El objetivo principal, reflejado en la ficha técnica, es propiciar el análisis y la crítica, en torno a temas de la cultura. Para ello cuentan con la presencia de invitados, personalidades de la cultura santaclareña, especialistas de las manifestaciones artísticas. A pesar de la intención, de generar un intercambio, este al menos con el público no se produce, pues tomando como referencia el estudio de audiencia, evidentemente, el público santaclareño se identifica con el programa.

La estructura del programa, por su incesante dialogar, aun de temas más que interesantes, relativos a importantes sucesos del municipio, cae en la monotonía. Por lo que es de urgencia la creación y aplicación de una estrategia, que lo convierta en programa interactivo (preguntas formativas, concursos), en fin, darle

un papel más participativo al oyente. A decir del jefe del equipo metodológico, tiene técnicas de realización muy primitivas.

De esta forma, la dinámica no debe recaer en los invitados. Se debe tener en cuenta que el horario del programa, atenta contra su nivel de audiencia. Además tiene un gran reto, situar en la preferencia, los géneros musicales menos favorecidos, misión esta, casi imposible en una Emisora que privilegia géneros, de gran aceptación como el Pop y el Reggaetón. Un mérito a destacar es, que la producción musical del programa está conformada únicamente por artistas cubanos y, en gran parte, de Santa Clara. La intención de este espacio, es marcar la diferencia en la programación de StéreoCentro. Disposición que hoy no tiene seguidores, pues no es compatible con la rentabilidad económica y la estandarización de programas que permitan disparar los niveles de audiencia.

3.3 Análisis Institucional

El funcionamiento de la Radio como institución, su lógica, es ofrecer un producto comunicativo integral³¹. Esto implica articular el desempeño de sus miembros, a partir de los roles que posee cada uno y su expresión en las prácticas dentro de la Emisora. En la StéreoCentro, durante el tiempo de investigación, se evidenció, un alto grado de segmentaridad, puesto que ante la necesidad de refuncionalizar su estilo, las acciones encaminadas a ello son poco notables. Inicialmente, la programación estaba estructurada como un componente musical, debido a su surgimiento como programación alternativa a la CMHW. A partir del año 2004 (finales 2003), se aprueba que este proyecto radial, adoptara la categoría y función de Emisora Municipal, encaminada, por tanto, a convertirse en la vocera

³¹ A mediados de los años 80, la Radio Cubana se dio a la tarea de mejorar la calidad de sus transmisiones con la instalación de equipamientos estereofónicos en frecuencia modulada en las distintas Emisoras provinciales. Inicialmente tal inversión se concibió como un modo de contrarrestar las agresiones radiofónicas desde el Sur de la Florida, con la creación de la mal llamada Emisora Radio Martí y al mismo tiempo como alternativa para mantener la programación habitual de las Emisoras Provinciales en Frecuencia Modulada cuando se transmitiera la programación deportiva –como la serie Nacional de Béisbol– por la AM o Amplitud Modulada.

del acontecer santacolareño. Sin embargo, la Emisora aun sigue identificando su programación con la música; permeando a sus programas (sobre todo, los semanales) de una marcada semejanza, diferenciados solo por el enfoque de las propuestas de las sesiones-en muchos casos, solo nominal.

Para suerte de la Emisora, cuenta con la existencia de un Grupo Metodológico, que se empeña, a través de los resultados de sus investigaciones, lograr un producto comunicativo más elocuente, sistémico y de alto nivel estético e impacto social. Los resultados de los estudios realizados por el equipo interno, reafirman el alto nivel de segmentaridad, pues la recepción de tanto ahínco es casi nula ante los resultados de los monitoreos realizados por el Grupo Metodológico. La transversalización de las sugerencias, opiniones y recomendaciones es aparente; avalada por la transformación parcial de los programas y sus producciones musicales. Por consiguiente, el producto comunicativo de la FM, ahora con un revestimiento superficial, se sigue identificando con la CMHW.

Por tanto, el nivel de implicación simbólica es bajo esto apunta que el desempeño particular de los miembros de la institución desemboca en la elaboración de un producto comunicativo más atento a los costos de producción y al indicador de preferencia, que a la calidad de los mismos. La independencia y diferenciación entre lo que se planifica como producción y lo que en realidad se ofrece y las informaciones locales de carácter impersonal, enmascarado tras la fachada de las primicias culturales y el acontecer de Santa Clara, son muestra de ello.

El diseño de los programas solo responde de manera directa a los lineamientos del Partido y objetivos de la institución, en cuanto a su función políticamente explícita. No obstante, la didáctica, los esquemas rudimentarios para la conformación de un producto auténticamente nacional de alto nivel y aceptación son mínimas: las informaciones nacionales o no motivan con el suficiente de estrategias comunicativas o se asumen técnicas sensacionalistas de la Industria Cultural.

Un aspecto que consolida lo anterior es el favorecimiento de la Emisora a géneros musicales como el Pop y el Reggaetón. Estos son identificados por las disqueras como los más rentables, convirtiéndolos en un movimiento de masas. Desde el momento en que las industrias culturales perciben el lucrativo filón se hacen cargo de limar los elementos lesivos al equilibrio del sistema burgués, pero también los elementos de experimentación estética comienzan a sufrir los designios de productores atentos más a los costos de producción y al indicador de ventas que a la calidad expresiva. Aspecto que como emergente se debe paralizar a tiempo, pues este gira en torno a la depauperación del hecho estético en condiciones de su reproducción mecánica. Al presentar la actividad estética un carácter mercantil, simplifica y homogeniza formas y conceptos artísticos por los principios de estandarización, serialización, facilidad de consumo, bajos costos, etc. Ello genera la reproducción social de estereotipos, normas sociales, pautas de socialidad conforme a los principios rectores de la Industria Cultural. El uso desmedido de estos géneros, basados en su masividad y por ende en la extensión del número de adeptos como oyentes de la Emisora, puede conllevar a los procesos de disfunción y narcotización que validan los productos masivos.

La repetitividad de estos y su capacidad de refuncionalizar propuestas estéticas de mayor nivel y cuestionamiento social, implica el sincretismo homogenizante al cual también se condena al oyente que se torna incapaz de discernir (regresión) entre los diversos géneros musicales y la calidad estética que estos poseen. La confusión del reggaetón con el rap (caracterizado este último por ser un productoailable de gran fuerza lúdica y erótica, crónicas sociales de corrosiva referencia al *status quo* y el aliento de pugna por los derechos civiles de negros, hispanos, mujeres y del ciudadano común ante un orden cotidiano que obliga a una brutal lucha por la subsistencia entre drogas, asesinatos, corrupción, consumismo, desatención social y pobreza. Todo lo anterior con un notable nivel estético tanto a partir de la selección de música a simplificar por el Dj como por la lírica misma de los textos y su interpretación), las versiones pop a las canciones de la trova para no hablar del difícil grado donde existen temas que se les relega a llamarse fusión y que fluctúan entre el pop y la tradición trovadoresca y la asimilación de pautas

musicales de los géneros en boga por la música popularailable o la romántica como estrategia mercantil. Asimismo, los temas de fusión donde la experimentación estética y sonora es elevada son casi inexistentes o no comentados, pues no son ni masivos y por ende, no de amplio espectro en la población.

Tras el período analizado quedaron definidos los siguientes aspectos

- Existe similitud en la programación
- La juventud de la planta atenta a propiciar el desconocimiento del público y sus intereses, así como la carencia de estudios que garanticen el distanciamiento con su creación).
- Ausencia de un grupo metodológico sólido (aumenten en integrantes).
- Poco sostén en la infraestructura tecnológica.
- El público no concibe separación entre la FM y la CMHW.
- Presencia de baja implicación simbólica.
- Segmentaridad en los vínculos institucionales con respecto a los objetivos, la elaboración de los programas y el producto comunicativo integral de la Emisora.
- Transversalidad aparente ante las tareas orientadas.
- Independencia para la conformación de su programación (Separada de la CMHW).
- Personal experimentado en cada uno de sus departamentos.
- Programas reconocidos nacionalmente y de impacto en el público.
- Condición de planta municipal es un elemento favorable para la toma de decisiones.
- Posibilidad de incidir en la socialidad de un público tan heterogéneo como el de Santa Clara.
- El sector poblacional sensible a la programación de la planta es fundamentalmente joven.

La institución radial StéreoCentro FM 93.5 tiene implícita una dualidad en su producción, consonante a la lógica de funcionamiento mediático internacional y nacional y los principios rectores de la política cultural. La institución reproduce tipos de relaciones segmentadas en cuanto a las técnicas de realización y los productos comunicativos particulares. La implicación simbólica es baja pues aunque el sujeto se implica con lo que realiza, la institución sale perjudicada como entidad. La transversalidad es aparente con la tarea, pues a pesar de que se cumple, los directores, miembros de la institución están comprometidos con su labor, no se internalizan conscientemente los aspectos que no apunta a desarrollar un producto auténticamente cubano.

Sumado a ello, está el hecho de no comprender que las pautas de socialidad que operan como contenidos implícitos en los productos, son los que realmente define la factura, los fines y el énfasis en lo social o lo mercantil. Es el caso de la dicotomía entre producción nacional e internacional que termina reproduciendo la misma lógica de la Industria bajo la fachada de lo hecho en casa. Un producto comunicativo donde se reproduce el fetichismo, la disfunción narcotizante, estereotipos y estilos de vida consumista como norma social, productos sincréticos y homogéneos y donde se privilegia la racionalidad técnica y la identificación aluden a un tipo de socialidad que reproduce la ilusión comunitaria, o lo que es lo mismo, la ideología burguesa bajo prácticas culturales hegemónicas. Dicha lógica se fundamenta en la producción musical centrada en los géneros del pop y el reggaetón, emblemáticos de la cultura de masas, y de los tratamientos sensacionalistas a las informaciones como recurso didáctico.

Al mismo tiempo, coexisten productos de alto nivel estético, posturas basadas en el distanciamiento crítico y comprometido con la realidad la valorización de lo social por encima de lo comercial que refieren a lo comunitario real, lo común colectivo como interés que promueve una práctica social emancipada. La integración de la radio a la comunidad a través de programas como En frecuencia y Con buen punto son muestra de ello –aunque el uso de las técnicas difiera.

La dicotomía del producto comunicativo reproducido está sesgada por la contradicción también vigente en las prácticas cotidianas y el contexto global de lo cultural. La relación del funcionamiento institucional con su producción implica que este producto fluctúe de un producto que reproduzca pautas de socialidad fetichistas y pautas de socialidad emancipadas.

CONCLUSIONES

Se llegan a las siguientes conclusiones en la investigación:

- La institución se caracteriza por una transversalidad aparente, evidenciado en la dicotomía tanto en el producto comunicativo como en las pautas de socialidad, antagónicas que se reproducen.
- El nivel de implicación simbólica es casi nulo, lo que propicia la elaboración de un producto comunicativo más atento a los costos de producción y al indicador de preferencia, que a la calidad de los mismos.
- La segmentaridad, evidencia la no convergencia de un producto comunicativo congruente, que distinga una imagen, propia de la Emisora .
- La locución, en dependencia de los programas, fluctúa, de ser dinámica, conversacional, a cometer errores o a no adecuarse a las particularidades del programa.
- Los programas analizados del grupo de variados aportan una producción musical que se centra en los géneros del pop y el reggaetón.
- Las temáticas generalmente son tratadas con bajo nivel didáctico.

RECOMENDACIONES

- Equilibrar la producción musical en cuanto a géneros musical y a su nivel estético.
- Elaborar estrategias comunicativas para las informaciones culturales y sociales de la localidad con mayor carácter didáctico.
- Reevaluar las propuestas a partir de mejorar sus ofertas.
- Desarrollar acciones que contribuyan a la integración institucional y a la implicación simbólica y transversalidad de las tareas.
- Promover conciencia para la realización de un producto comunicativo cuyas pautas estén orientadas al distanciamiento y la práctica radial emancipadora.

BIBLIOGRAFIA

1. Andreéva, G. M. (1984): "*Psicología social*". Editorial Vneshtorgizdat, Moscú.
2. Duverger, M. (1962): "*Métodos de las Ciencias Sociales*". Ediciones Ariel, España.
3. Engels, F. (1974): "*Obras Escogidas: El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre*". Editorial Progreso, Moscú.
4. Gordillo, L. (2007): "Presentación Social de la feminidad y la masculinidad en el video clip cubano actual". Tesis de licenciatura. Cuba .Departamento de Comunicación Social. Universidad de la Habana.
5. Gutiérrez, T. (1982): "*Dialéctica del espectador*". Ediciones Unión, Habana, Cuba.
6. Dorfman, A. y Mattelart, A. (1974): "*Para leer al pato Donald*". Editorial Ciencias Sociales, La Habana.
7. Hall, S. (1981): "*La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico»*" Publicado en CURRAN, James y otros (comp.) Sociedad y comunicación de masas, Fondo de Cultura Económica, México.
8. Hokheimer, M. y Adorno, Th., et al. (1969): "*Industria cultural y sociedad de masas*". Editores Monte Ávila. C.A
9. Iliénkov, E (1984: a): "*Lógica dialéctica. Ensayos sobre historia y teoría*". Editorial de Ciencias Sociales, La Habana.
10. Iliénkov, E. (Inédito: b): "*Dialéctica de lo ideal*". Tomado de carpetas en red, Filosofía, Ciencias Sociales.
11. Leóntiev, A. (1981): "*Problemas del desarrollo del psiquismo 2*". Editorial Pueblo y Educación, La Habana
12. Martín, C. y Díaz, M. (2004): "*Comunicación, Propaganda y Publicidad*". Editorial Félix Varela, La Habana
13. Palancar, A. (2007): "*Otros en pantalla. Representación de la otredad en el video-clip cubano para música rap*". Tesis de licenciatura. Cuba .Departamento de Comunicación Social. Universidad de la Habana.
14. Sampieri, R. (2004): "*Metodología de la investigación I*". Editorial Félix Varela, La Habana.
15. Vigotsky, L. (1981: a): "*Pensamiento y lenguaje. Teoría de desarrollo cultural de la funciones psíquicas.*" Editorial Pueblo y Educación, La Habana, Cuba.

16. Williams, R. (2004): "*Sociología de la cultura.*" Ediciones Paidós.
17. Wolf, M. (1991): "*La investigación de la comunicación de masas.*" Editorial Paidós, México.
18. Compilación (1972): "*Referencias. Medios Masivos de Comunicación.*" Universidad de La Habana.
19. Manual de Calidad de la Radio. Inédito.

ANEXOS

Historia de la Radio Cubana

Cuba fue una de las pioneras en América Latina en desarrollar la radio y la televisión, pues desde 1922 y auspiciada por la Internacional Telephone and Telegraph (ITT) en la isla caribeña fue montada la primera planta radial.

La primera emisora que transmitió en Cuba fue la 2LC de Luis Casas Romero, el 22 de Agosto de 1922. El 10 de Octubre de 1922, la primera transmisión de la PWX, es considerada oficialmente como el inicio de la radiodifusión, momento en el cual se transmitió – en español y en inglés - un discurso inaugural del entonces Presidente de la República Alfredo Zayas. Desde el inicio de la radiodifusión hasta la década de los años 30, la radio mantuvo una programación basada fundamentalmente en la información y el entretenimiento, y ya en los años 50, salvo contadas excepciones, tanto los servicios de radio como de la televisión pertenecían a las clases dominantes poseedoras del poder político, que los utilizaban para imponer patrones ideológicos y culturales convenientes para sus fines e intereses.

El 24 de febrero de 1958, sale al aire desde la Sierra Maestra, en las montañas del oriente cubano, Radio Rebelde, emisora de la Revolución fundada por Ernesto Che Guevara, y con ella comienza una nueva etapa en la historia de la radiodifusión en Cuba. A finales de 1959 había en el país 156 repetidoras radiales. Con el triunfo de la Revolución en 1959, se producen cambios en la radio por la aplicación de las leyes revolucionarias, el sector se divide: de un lado los dueños de los grandes monopolios que se enfrentan a la Revolución, del otro los pequeños radioemisores. Estos últimos se unen e integran una organización denominada Frente Independiente de Emisoras Libres (FIEL). El FIEL, que apoya el proceso revolucionario fue reconocido como órgano rector de la radio y la televisión cubanas. El 16 de noviembre de 1960, este organismo entrega a la Revolución sus instalaciones y la operación de las mismas. La atención estatal se asigna a una Oficina de Radiodifusión, anexa al Ministro de Comunicaciones y que

es atendida por la Dirección Política del país. El 1ro. de Mayo de 1961 salió al aire la emisora Internacional Radio Habana Cuba.

Después del triunfo revolucionario se trabajó para que la señal de radio pudiera ser captada en todo el territorio nacional y que esta estuviera al servicio del desarrollo socioeconómico, con una red de emisoras nacionales, provinciales, municipales y locales que integran el Subsistema de la Radio Cubana.

El 24 de mayo de 1962, mediante la Ley 1030 del Consejo de Ministros de Cuba, se crea el Instituto Cubano de Radiodifusión, con el objetivo de difundir y orientar las emisiones de la radio y televisión para todo el territorio nacional. En 1975 el nombre sufre un cambio y pasa a denominarse INSTITUTO CUBANO DE RADIO y TELEVISIÓN (ICRT), con las mismas atribuciones.

Desde su creación el Instituto Cubano de Radio y Televisión, ICRT, tiene como Misión ofrecer una programación radial y televisiva, portadora de altas virtudes políticas, ideológicas, sociales, éticas y estéticas, al servicio de los conocimientos, la cultura, la recreación y la defensa de los valores e intereses más sagrados de la Nación y de todos sus ciudadanos.

Su objetivo principal se dirige a profundizar los más elevados ideales patrióticos e internacionalistas de nuestro pueblo, en la lucha por su independencia, soberanía e identidad nacional y su amor a la construcción del socialismo en Cuba, teniendo en cuenta los intereses, necesidades y deseos del público al que va dirigida.

Toda esta programación debe estar bajo los preceptos de **la política cultural cubana**. Se hace necesario aclarar que desde el triunfo revolucionario, estuvo **encaminada a emancipar a las masas, por lo que su finalidad fue elevar el nivel de estas y mejorar la calidad de vida del pueblo; asegurando así el comprometimiento de este con el proyecto socialista**. Esta política cultural, encargada de liberar al pueblo, convirtiéndolo en protagonista del desarrollo cultural; en la década de los 90, tuvo que enfrentar un reto aun más grande, mantener todo lo que había logrado tras un período de treinta años de Revolución. Debido a la gran crisis económica que sufría el país en aquellos tiempos, fue necesario realizar algunas medidas para lograr sobrevivir; **velando ante todo por**

mantener los principios, la ética y moral revolucionarios. En esta búsqueda de alternativas, la cultura jugó un papel fundamental, pues se comenzó a evaluar las posibilidades que tenía este sector para ayudar al país a salir del llamado período especial. Todos recordamos las condiciones del país en aquellos años, la escasez total de recursos; en lo que seguramente se inspiró Abel prieto, al decir que en Cuba existía una cigarra heroica, que seguía haciendo arte y literatura, sin cuerdas de violín. En este nuevo contexto histórico **la cultura** se coloca en el centro de la sociedad, ya que **además de promover el desarrollo cultural, se buscaba preservar los valores humanos e impedir el surgimiento de una cultura mercantilista, buscadora de ingresos solamente.**

En esta etapa, como una consecuencia más de la crisis, se evidenció un severo resquebrajamiento en nuestra sociedad. Esto se debe a que tal vez, Cuba como parte del mundo que es, al verse inmersa en la amplia red de la globalización, que como proceso que incluye a todos los países y busca proporcionar iguales oportunidades, es positivo. Lo lamentable es que las leyes de mercado también están globalizadas y por la obligación de nuestro país ganar prestigio en el mercado internacional, tuvo que acatar las exigencias de este. El resultado, ha sido más que negativo, ya que lamentablemente la cultura y las distintas manifestaciones artísticas, se convirtieron en mercancía. Esto lejos de aliviar la situación, la agravó más y todo como consecuencia del papel deshumanizador e la globalización.

En nuestro país se ha perdido la tradición musical, por el seguimiento del patrón impuesto. Este fenómeno es difícil de revertirlo, pues la penetración se ha extendido más de lo que debía y concuerda con lo que expresara Abel Prieto, como continuidad de una frase martiana: **“Una ‘prosperidad’, un desarrollo sin poesía, sin arte, sin cultura, orientada solo hacia el bienestar material, hacia el consumo no hace crecer al hombre: daña por el contrario, lo mejor de sus potencialidades”.**

A raíz de lo expuesto anteriormente, para la Radio Cubana el concepto de calidad de un programa es: la satisfacción de los gustos, preferencias, necesidades e inquietudes a quienes se destine, por las características que posea en correspondencia con los requisitos establecidos.

En la actualidad se transmiten 3 938 programas.

La Red Nacional de la Radio cuenta con 50 Sitios Web en Internet, 6 de ellos transmiten en audio real. El Sistema de la Radio Cubana en Internet posee 8 sitios en idioma inglés, y 13 de ellos transmiten en ese idioma de forma ocasional. Además cuenta con 91 emisoras. Una emisora internacional, 6 nacionales, 18 provinciales, 66 municipales, asimismo existen 84 estudios municipales de radio, distribuidos por todo el territorio nacional. Entre ellas pueden mencionarse las siguientes:

Emisoras Internacionales

Radio Habana Cuba, Ciudad de la Habana. Perfil informativo, cultural, musical. Transmite en nueve idiomas.

Emisoras Nacionales

Radio Rebelde, Ciudad de la Habana. Perfil informativo, variado, deportivo.

Radio Progreso, Ciudad de la Habana. Perfil cultural, musical, variado.

Radio Taino, Ciudad de la Habana. Perfil cultural promocional.

Radio Reloj, Ciudad de la Habana. Perfil informativo.

CMBF Radio Musical Nacional, Ciudad de la Habana. Perfil música de concierto, lírica y de cámara.

Radio Enciclopedia, Ciudad de La Habana. Perfil cultural, música instrumental ligera.

Emisoras Provinciales

Habana Radio, Ciudad de La Habana. Perfil cultural.

Radio Ciudad de la Habana, Perfil informativo, cultural y variado.

Radio Metropolitana, Perfil cultural, juvenil y variado.

Radio COCO, Perfil deportivo y musical.

Radio Guamá, Pinar del Río, Perfil informativo, cultural y variado.

Radio Cadena Habana, La Habana. Perfil informativo, cultural y variado.

Radio 26, Matanzas, Perfil informativo, cultural y variado.

CMHW, Villa Clara, Perfil informativo, cultural y variado.

Radio Ciudad del Mar, Cienfuegos. Perfil informativo, cultural y variado.

Radio Sancti Spiritus, Sancti Spíritus. Perfil informativo, cultural y variado.

Radio Surco, Ciego de Ávila. Perfil informativo, cultural y variado.

Radio Cadena Agramonte, Camagüey. Perfil informativo, cultural y variado.

Radio Victoria, Las Tunas. Perfil informativo, cultural y variado.

Radio Angulo, Holguín. Perfil informativo, cultural y variado.

Radio Bayamo, Granma. Perfil informativo, cultural y variado.

Radio Revolución, Santiago de Cuba. Perfil informativo, cultural y variado.

Radio Trinchera Antiimperialista, Guantánamo. Perfil informativo, cultural y variado.

El resto son emisoras municipales y / o locales

HISTORIA DE LA EMISORA

A mediados de los años 80, la Radio Cubana se dio a la tarea de mejorar la calidad de sus transmisiones con la instalación de equipamientos estereofónicos en frecuencia modulada en las distintas emisoras provinciales. Inicialmente tal inversión se concibió como un modo de contrarrestar las agresiones radiofónicas desde el Sur de la Florida,

con la creación de la mal llamada emisora Radio Martí y al mismo tiempo como alternativa para mantener la programación habitual de las emisoras Provinciales en Frecuencia Modulada cuando se transmitiera la programación deportiva –como la serie Nacional de Béisbol- por la AM o Amplitud Modulada.

Así, con una programación estable y de alta aceptación por la audiencia villaclareña, se logró- no sin muchos contratiempos ni discusiones- la aprobación oficial de este proyecto radial con categoría de Emisora Municipal de Santa Clara, a finales de 2003, una decisión de la Dirección de Radio Cubana, que no ha encontrado la suficiente comprensión por parte de las autoridades de la localidad y sobre todo de los oyentes, habituados a identificar la programación de la FM-93.5, como parte de la programación de la Cadena de Radio Provincial.

A pesar de su juventud, el trabajo realizado por el personal de la Planta ya comienza a dar frutos pues al participar por vez primera en el Festival Provincial de Radio 2007, de los tres programas que concursaron, uno de ellos Stéreo-Jazz resultó escogido para participar en el Festival Nacional, donde obtuvo el segundo lugar en la categoría de Música Instrumental.

Perfil de la Emisora.

La Stéreocentro transmite catorce horas y treinta minutos diariamente, a partir de las 9:30 de la mañana hasta las doce de la noche, desde el año 2003, utilizando la frecuencia modulada 93.5. La Planta cuenta con un transmisor de 1000 watts de potencia, lo cual posibilita que la señal cubra prácticamente todo el territorio villaclareño y partes de las provincias de Sancti-Spíritus, Cienfuegos y Matanzas. Su perfil se apoya esencialmente en lo musical, lo informativo y lo cultural, explotando al máximo toda la dinámica de los recursos sonoros contemporáneos que proporcionan el desarrollo tecnológico en la radio actual. Por su ubicación geográfica se considera un punto clave de referencia en la ciudad, donde se recibe la señal de varias emisoras incluyendo algunas del sur de estados unidos razón esta que dio origen en 1987 a estas transmisiones para contrarrestar así los efectos de la radio enemiga.

Inicialmente la programación se estructuró con un componente musical. Luego se fue perfeccionando en la búsqueda de espacios alternativos a la programación de la CMHW,

esencialmente con forma de programas que no tuvieran presencia en la cadena provincial de radio considerando importante que los radios oyentes encontraran una identidad y una diferencia en el dial ubicados en la FM 93.5. Todas las encuestas y estudios de audiencias realizados por el grupo metodológico de la radio en Villa Clara desde su creación, sitúa en el segundo lugar de preferencia a la emisora StéreoCentro, solo superada por la CMHW, pero por encima de las emisoras nacionales y de otras locales pertenecientes al territorio.

Siempre se toman en cuentas las características demográficas poblacionales que están en función de las investigaciones sociales y la programación de la emisora, definiendo los grupos etéreos y otros importantes indicadores estadísticos para el diseño de la programación y posteriores estudios radiales. Se trabaja para cumplir con la política del ICRT, que se traduce en programas caracterizados por grupos, donde destacan en la programación los espacios musicales.

La preparación cultural se ve ampliamente representada en todos los espacios que incluye las actas dramáticas, la música la literatura la poesía y las diversas variedades culturales que se realizan en Santa Clara de forma cotidiana.

En general las temáticas fundamentales que se trabajan en la programación se corresponden con la necesidad de satisfacer las supuestas expectativas de los oyentes. También se incluyen dentro de ellas las que surgen a partir de los planes semanales y mensuales como resultados de los intercambios realizadores, Jefe de Programación-Información, así como el director de la Emisora. El trabajo político mantiene su intención permanente de elevar la conciencia de los creadores la necesidad del mensaje radial de la StéreoCentro este impregnado de los mejores valores de nuestra sociedad y los desarrolle de forma certera en nuestra población.

Misión de la Emisora

Contribuir a la formación de valores y a la elevación de la cultura integral del pueblo, al concientizar en el trabajo cotidiano el papel que juega la emisora en el Municipio de Santa Clara en la actual Batalla de Ideas, como a unos de los medios que vincula los contextos socioculturales políticos y económicos de la población ; mediante espacios culturales, informativas, recreativas, que cumplan con la política de programación orientada por el

organismo central y en correspondencia con el trabajo político ideológico del PCC en el Municipio; para que así nuestro pueblo interiorice asuma y protagonice las transformaciones que como necesita inevitable en el mundo contemporáneo, acomete el estado cubano para construir el socialismo.

Cuerpo de objetivos de la emisora:

- ❖ Trabajar en los programas radiales con los distintos grupos etéreos a los que va dirigida la programación a partir de los destinatarios y en función del perfil demográfico de la ciudad de Santa Clara.
- ❖ Desarrollar y promover valores, potencialidades artísticas de la cultura santaclareña a través de la Radio como medio comunicativo, partiendo de que la investigación del entorno permite comprobar que la ciudad es una plaza cultural por excelencia.
- ❖ Difundir a través de la Radio los mensajes educativos dirigidos al pueblo en lo referente a la salud, la educación, así como los logros de la Revolución.
- ❖ Favorecer la divulgación científico-técnico y su desarrollo biotecnológico a través de espacios informativos creados con ese perfil.
- ❖ Informar de manera concreta logros y deficiencias económicas en el municipio a través de los diversos espacios de la emisora, dadas las nuevas perspectivas de crecimiento.

Objetivos del Partido en la Stéreo centro.

- ❖ Transmitir al pueblo mediante los distintos programas, los conocimientos necesarios para comprender la realidad del mundo actual defendiendo nuestra identidad.
- ❖ Difundir los discursos de nuestro Comandante en Jefe como guía certera a seguir en la obra revolucionaria.
- ❖ Lograr la difusión de programas históricos como elemento esencial en la elevación de la conciencia patriótica.
- ❖ Contribuir a la concepción del enfoque político-ideológico de los niños y jóvenes.
- ❖ Priorizar los temas que resaltan los logros de la Revolución como son la salud, educación, deporte, la ciencia y la técnica y la colaboración internacionalista de nuestro país.

PRODUCCIÓN MUSICAL. Programa en frecuencia

TÍTULO DE LA OBRA	INTÉRPRETE	NACIONALIDAD
La Carta	La FRESK/Bases LLenas	cubana
Lloro por ti	Enrique Iglesias & Wisin y Yandel	española y puertorriqueña
Mamita pórtate bien	Pupi y los que son son	cubana
Shut up an dance	Fergie	USA
Voy a darte	Isis Flores	cubana
Cuando amanece	Estopa	Española
Antes que me olvides	Maiko	cubana
Ahora si tengo la llave	Habana Abierta	cubana
Soy igual que tú	Alexis y Fido	P.Rico
Te necesito	Leonis	cubana
Me voy de fiesta	Ritmo caliente	R. dominicana
Llévame a ti	Haydee Milanés	Cubana
La novia que nunca tuve	R. Arjona & Pablo Milanés	Cubana/ Guatemala
Música,música	Pablo	Italia

	Meneguzzi	
Que no me empujen	Los Faraones	Cubana
All good things	Nelly Furtado	Canadá
Mi son, mi son	Jesús Bello	Cubana
Dudas	Rochy	cubana
Cúrame este amor	Soraya & Frank Diele	USA
No es culpa es tuya	Osmany García	Cubana
Cuatro paredes	MDO	México
A thousand miles	Vanesa Carlton	USA
Arrepentido	Leonis	Cubana
Que hablen de mí	Los Van Van	Cubana
Como un cobarde	Yusi Ojeda	Cubana
Cuando volverás	Aventura	R. Dominicana
Amor	L Fresk & Blad MC	Cubana
Mil veces más	Diego Martin	España
Los guapos	Bamboleo	cubana
Tu amor platónico	Osdalgia	cubana
Ni una sola	Paulina Rubio &	mexicana

palabra	Trebol Clan	
Te di la oportunidad	Tirso Duarte	cubano
Me gusta	Mateo	Rep. Dominicana
Pedirte de rodillas	Israel Lugo	cubana
Por besarte	Lu	mexicana
Para vivir	Armando M. y Pablo M.	cubana
Se nos muere el amor	Ricardo Arjona	Guatemalteca
Del trabajo a la casa	Pupi y los que son son	cubana
Dónde está el amor	Franco de Vita & Wisin y Yandel	Venezolana Puertorriqueña
Feel what i feel	Kat de Luna	Canadiense
Cuando llora el corazón	Eduardo Antonio	cubana
It is raining men	Chenoa	española
Tardes de café	Kelvis Ochoa	cubana
El deseo de ti	Jennifer Peña y Daniel René	mexicana
Sola	Isis Flores	cubana
Ay del amor	Gema y	cubana

	Pavel	
Amargo pero dulce	Diana Fuentes	cubana
Instantes	Alex Ubago	española
Mango Bajito	To Mezclao	cubana
Allá voy	Cuarteto Evocación	cubana
Loco enamorado	Adalberto Álvarez y su son	cubana
Trampa para dos	Liliam	cubana
No es lo mismo	La India & Tito Nieves	Puertorriqueña
El beso	Rosario	cubana
Gotas de agua dulce	Juanes	colombiana
Voy a estar	Reik	española
El de siempre	Alain Daniel	cubana
Como me duele	Factoria & Aldo Ranks	Panamá
Miss Independent	Kelly Clarkson	USA
Toda la fuerza del amor	Vania & Sexto sentido	cubana
Paso a paso	Luis Fonsi	Puertirriqueña
Todo fue mentira	Tecno Caribe	cubana

Tu nombre	Haydee Milanés	cubana
Hear breaker	Mariah Carey	USA
Escapar de ella	David Torrens	cubana
Entre la luna y yo	Leonardo García	cubana
Morir amando	Toby Love	Rep. Dominicana
No juegas limpio	Manolito Simonet y su trabuco	cubana
Un son para la mañana	Liuba María Hevia	cubana
Cosas de la vida	Eros Ramazzotti & Tina Turner	Italiana USA
Si no fuera por ti	Gardi	cubana
Angel o angel	U2	inglesa
Helo de Dina	Osdalgia	cubana
Darte mi corazón	Sin Bandera y Kumbia Kings	mexicana
Quiero olvidarla	Dany Lozada	cubana
Que te lleve otro	Tumbao Habana	cubana
Como a una mujer	Jennifer López	puertorriqueña

Quién eres tú	Osmany García y Marisol	cubana
Life	Ricki Martin	puertorriqueña
Sola vaya	Juego de Manos	cubana
Vive la viva	Mayté Pérez	cubana
Te amaré	Rakyn & Ken feat. Jayco	puertorriqueña
Aquí estaré	Acento Latino	cubana
Vuelve a soñar	La Montero	cubana
Hale that I love you	Rihanna & Ricky martin	Barbados/ puertorriqueña
Cariñito	Pedro L Ferrer	cubana
Bailen otra vez	Yumurí y sus hermanos	Cubana
Y nos dieron las diez	Tamara	española
Amarte	Alex	cubana
Enamorado	Malo & David de María	espanola
Mi alma duele	Haila	cubana
Hoy te quiero más que nunca	Maná	mexicana
Presagios	Buena Fe	cubana

Sandy	Pablo Meneguzzi	italiana
En todas partes	Habana Blues	cubana
A dónde	Niurka y sistym	cubana
Las mujeres de tu vida	Don Omar & La Mosca	puertorriqueña
A golpe de sabor	El Puly	cubana
Déjala que baile	Charlie Cruz feat. Angel y kris	puertorriqueña
Ya no soy una niña	Leydi Olivia	cubana

Lo dudo	Víctor Manulle	puertorriqueña	Salsa
Dale agua al dominó	Elito Revee y su charangón	cubana	Salsa
Llora	Tania Pantoja	cubana	Salsa
Way back into love	Hughes Grant y Haley Bermelt	USA	Pop
Hay un run run	Polo Montañes	cubana	Guaracha
Manyoma	Fruko	colombiana	Pop
No vuelvo contigo	Raquel Sozaya	cubana	Canción
Vuelve a mi	Reik	mexicana	Pop
Corazón limosnero	David Torrens	cubana	Pop
All i want is the	David Blanco, L. Morua y el	cubana	Fusión

blues	Greco		
Mañana	Myriam Hernández	chilena	Canción
El punto	Pablo FG y Yamir Manzano	cubana	Salsatón
Llévame ahí	Boris Larramendi	cubana	Canción
Moons on	Tokio Hotel	alemana	Pop
El color de las noches	Mayté	cubana	Pop
Te quiero así	Alicia Villareal y Reyli Barba	mexicana	Ranchera
Hoja de papel	Hijos de C	cubana	Pop
Ala la e	Edesio Alejandro y Cubanos en la Red	cubana	Fusión
Amiga	Luis Enrique	puertorriqueña	Salsa
Cantándole a la vida	Pachito Alonso y sus Kini Kini	cubana	Salsa
Tanto le quería	Tamara	española	Canción
Ya me olvidé de ti	Leyanis López	cubana	Canción
Si tú quieres	La unión	española	Pop
Rosas y Espinas	Patricio Amaro	cubana	Pop
Despacito	SBS	cubana	Rap
Vibro	Rocío Jurado y David Bisbal	española	Pop
Como los peces	Carlos Varela	cubana	Trova

Bésame sin miedo	RBD	mexicana	Pop
Tu nombre	Haydee Milanés	cubana	Trova
Quiero vivir sin ti	Osmani García y Tania Pantoja	cubana	Reggaetón
No pensé enamorarme otra vez	Gilberto Santa Rosa	puertorriqueña	Balada
Mi cuerpo	Dan Den	cubana	Salsa
Breaking Dishes	Rihanna	barbados	Pop
Tírame una piedra	Ariel Lizardo	cubana	Reggaetón
Tan musical	Rochy	cubana	Pop
Andando	Diego Torres y Juan Luis Guerra	dominicana	Merengue
Apriétate	Raúl Paz	cubana	Trova
Una mujer	Cristina Aguilera	ecuatoriana	Pop
La superficial	Michael Chacón	cubana	Reggaetón
I want be with you	Factory	USA	Pop
Clego de Amor	Gema Corredera	cubana	Pop
Fuego en el 23	Grey Guaco	cubana	Reggaetón
Regálame una noche más	Douglén y Karelt	cubana	Reggaetón
Never took the time	Aikon	zenegalés	Rap
Sit e vas	Los Van Van	cubana	Salsa

Largo de aquí	Lia	cubana	Pop
Me dediqué a perderte	Alejandro Fernández y Amaia Montero	Mexicana-española	Canción
Encuentros	Pedro Romero	cubana	Canción
Ojalá que llueva café	Merlon	dominicano	Merengue
Cuando tú estés	Cadencia	cubana	trova
caprichosa	Chayanne	puertorriqueña	Pop
Pa' mi gente	Qva libre	cubana	reggaetón
Laquero a morir	DLG	purtorriqueña	salsa
Cpmtutecni	X alfonso	cubana	rap
Fuite muy malo conmigo	La Factoria	panameña	reggaetón
Llora	Tania Pantoja	cubana	Canción
Arde el cielo	Maná	méxico	Rock
cuéntame	Yulien Oviedo	cubana	Reggaetón
Descarga total	Maraca y otra visión	cubana	Salsa
Soy lo que ves	Buena Fe	cubana	Pop
Ámame	Leonis Torres	cubana	Pop
Déjala que baile	Charlie Cruz/Angel y Cris	puertorriqueña	reggaetón
Si vas airte	Lía	cubana	Pop
Salva mi corazón	Aleks sintelc & Soraya	México	Pop
Envuelta en	Mayela Fdz.	cubana	Canción

luna			
Perdidos	Michael chacón	cubana	reggaetón
Dilema	Papi Sanchez	puertorriqueña	Reggaetón
Marcando la distancia	Manolito S y su trabuco	cubana	Salsa
Me da igual	Camila	mexicana	Pop
El dominó	Manolito S y su trabuco	cubana	salsa
Shake it off	Mariah Carey	USA	Pop
Murallas chinas	Raul torres	cubana	Trova
Perdí el control	Aventura	dominicana	Bachata
Bésame ámame	Adrie	cubana	Pop
Por favor no digas eso	El clan	cubana	fusión
Sexy back	Justin timberlake & Timbaland	USA	Pop
Es hora de hablar	Osdalgia	cubana	Salsa
Dicen por ahí	J.Junior feat. Damián & tecno caribe	cubana	reggaetón
Amigo vulnerable	Enrique Iglesias	española	Pop
Sonríele a la vida	Hector Daniel	cubana	Salsa
Hoja de papel	Aire D2	cubana	Pop
Corazón Presumido	Leyanis Lopez	cubana	Pop

Propuesta	Buena Fe	cubana	Pop
Menthira	Bamboleo	cubana	Salsa
La mujer de mi vida	Climax	cubana	Pop
Precisamente ahora	David de María	mexicana	Pop
Ella es una Estrella	Julio Fowler	cubana	Reguetón
Fiesta	Telmary	cubana	Rap
Buena Suerte	Pablo FG	cubana	Balada
Como soy cubana	Habana Abierta	cubana	Pop
Sueños	Liuba María Hevia	cubana	Trova
Te tengo ganas	Gardi	cubana	Salsa
Se me olvido tu nombre	Shalin	Puertorriqueño	Reguetón
Mala Leche	Moneda Dura	cubana	Pop
Primavera anticipada	Laura Paussini	Italiana	Pop
Habaname	Ana Belén	cubana	Trova
Apagón	Estopa	española	Rock
37 versos para una mujer	Leonardo García	cubana	Canción
Ábreme la puertas	Ela	cubana	Pop
Solo el amor	Silvio Rodríguez	cubana	Trova
Que hago con	Vania	cubana	Salsa

la canción			
Me llaman calle	Manu chau	español	Pop
Tierra de mi soledad	Arnaldo y su Talismán	cubana	Fusión
Blem Blem	Edesio Alejandro	cubana	Pop
Café con leche	Azúcar Negra	cubana	Pop
Como las flores	Osdalgia	cubana	Canción
La Habana todo color	Habana Abierta	cubana	Popular bailable
Pata Pata	Wena onda	cubana	Pop
Todo cambió	Camila	mexicana	Pop
Arráncame la piel	Yolie	cubana	Pop
Te quiero	Samuel A	cubana	Canción
19 días y 500 noches	Sabina	español	Canción
Pegaito a la Tarima	Yumurí y sus hermanos	cubana	Salsa
Aire	Aire D 2	cubana	Pop
Traigo Poder	Síntesis	cubana	Pop
Conga Loca	David Blanco	cubana	Pop
Déjame entrar	Buena Fe	cubana	Pop
Ámame lo más que quieras	Geraldo Alfonso	cubana	Pop
Quien te lo dijo	Luis Fonsi	Puertorriqueño	Pop
Monedas al aire	Carlos Valera	Carlos Varela	Trova

La carta	Fresk	cubana	Reggeatón
Colores	Amaury Pérez	cubana	Canción
Pilón	William Vivanco	cubana	
Que pena de mi	Olga Tañón & C. Quijana	puertorriqueña	Merengue
Sube la marea	Moncada	cubana	Pop
Civilización	X Alfonso	cubana	fusión
Lo que gusta	Clan 537	cubana	Reguetón
Mi mujer está sensible	Santiago Feliu	cubana	Trova
Buscándote	Karel Fleites	cubana	Pop
Mani	Haila	cubana	Reggeatón
A moverse	Triángulo Oscuro	cubana	Reggaetón
Tu me amas	Andy Villalón	cubana	Canción
La buena	Van Van	cubana	Salsa
Sofía	Sound By Four	puertorriqueña	Balada
Pena	Gente de Zona	cubana	Reggeatón
La perolata	Jóvenes Clásicos del Son	cubana	Salsa
Búscame adentro	Norge Batista	cubana	Canción
Pégate	Ricky Martín	puertorriqueña	Pop
Alexandra	Ilegales		Pop
A donde	Niurka Y sutym	cubana	Salsa
Amarte es un problema	Adolescente	puertorriqueña	Pop

En todas partes	Habana Blues	cubana	
Mi casa a sido tomada	Silvio Rodríguez	cubana	Trova
Mi velorio	Juego de manos	cubana	Salsa
Candil de nieve	Moneda Dura	cubana	Pop
Ostras	Diego Gutiérrez	cubana	Pop
Arrollando	Sur-Caribe	cubana	Conga
Suavecito	Arahí	cubana	Canción
Verano Caliente	Acento Latino	cubana	Reggeatón
Trova a las flores	Kiki Corona	cubana	Trova
Alegría	Soul Amour	francesa	Rock
Amarte	Alex	Cubana	Pop
Sin nueces para el amor	Aceituna sin hueso	cubana	Pop
Mujer	Leoni & Toque cubano	cubana	Reggeatón
Adoro	Simone	Brasileña	Canción
A caballo	Free Hole Negro	cubano	Pop
Te vi	Frank Delgado	cubana	Trova
Besos de fuego	Leyla	puertorriqueña	Pop
La vida	NG La Banda	cubana	Salsa
Santa	X Alfonso	cubana	fusión
Después de ti	Agua Tibia	cubana	Reggeatón

Si tu no quieres	Kelvis Ochoa	cubana	Trova
Ostras	Diego Gutiérrez	cubana	Pop
Siempre que te vas	Maite	cubana	Pop
Lets make history	J. Zimmer& David Bisbal	España	Pop
Yo no tengo la culpa	Boris Larramendez	cubana	
Mariposa Traicionera	Maná	Mexicano	Rock
Sigue moviéndote	Olga Tañón	puertorriqueña	Merengue
Dicen que	David Torrens	cubana	fusión
Dando Jan	Vania, P. Calvo,El Indio, Clan 537	cubana	Reggeatón
Piel de Oro	Tania Pantoja	cubana	Pop
Sin tu amor	Camila	mexicana	Pop
Ya se va aquella edad	Eugenia León	cubana	Canción
Que clase de hombre	Pablo Meneguzzi	Italiana	Pop
Para bailar casino	Adalberto Álvarez y su son	cubana	Salsa
Low	Kelley Clark son	USA	Pop
Loco por tu amor	Leonis& Haila	Cubana	Pop
Lo mejor de mi corazón	Dani Lozano	Cubana	Pop

Que pena	Tony Guzmán y su poder latino	Cubana	Salsa
Quedar pendientes	Diego Martín	española	Pop
Recoge y vete	Maikel Blanco y Salsa mayor	Cubana	Salsa
Como quisiera	Lia	cubana	Pop
Promiscuous	Nellys Hurtado & Timbaland	USA	Pop
Ámame	Leonis Torres	cubana	Pop
La frase tonta de la semana	La quinta estación	española	Pop
Donde van las palabras	Haydee Milanes	cubana	Trova
Solo fue una noche	Gilberto Santa Rosa, Víctor Manuel y NG 2	puertorriqueña	Salsa
Ley	X Alfonso	cubana	fusión
Hoy deseo	Miriam Hernández	chilena	Canción
Tan lejos de ti	Arnaldo y su Talismán	cubana	
Do not matter	Akun	Senegal	Rock
Debiéndote amar	Doble A	cubana	Reggeatón
Close to you	Factory	USA	
Nueva Melodía	Yaima Orozco	cubana	Canción
Deja de llorar	Waldo Mendoza y Vania	cubana	Canción
Al filo de la	David	española	Pop

realidad	Bustamante		
No se porque me hecho bilongo	Yumurí y sus hermanos	cubana	Salsa
What is Luy	Fat joe/ Ja Rule/ Asha	USA	Pop
Sorry	Madonna	USA	Pop
Para siempre tenerte	Juego de Manos	cubana	Salsa
Miedo	Charlie Paso	cubana	Salsa
Through My Eyes	Scorpions	Alemania	Rock
Pasó	Eme Alfonso	cubana	Pop
Si te vas	Van Van	cubana	Salsa
Tu me amas	Ana Belen & Katatema	española	
Tu ta enamora	Edesio Alejandro y Asnaldo	cubana	
4:30 am	Obie Bermudez	puertorriqueña	Pop
Cállate	Lourdes Torres	cubana	canción
Dulce embeleso	Quinteto Criollo	cubana	canción
Cuando tu me faltas	Buena Fe	cubana	Pop
Mi tentación	Rey Ruiz	puertorriqueña	Pop
Cuestiones del amor	Nora & Maracas	cubana	Salsa
Enjoy saying good bye	Kat Luna	canadiense	Pop

Olvida la distancia	Isis Flores	cubana	Pop
Aún te amo	Factoria	panameña	Reggeatón
Si se enamora de mi	Polo Montañez	cubano	Guaracha
No creas	Partes privadas	cubano	Reggeatón
Cosas de la vida	Yuridia y Adris	mexicana	Pop
Hoy es bueno	Pablo FG	cubano	Salsa
Hoy me iré	El sueño de Morfeo	español	
Algo	Liuba M Hevia	cubana	Trova
Rabo de Nube	Silvio Rodríguez	cubano	Trova
Ángel	Yulien Oviedo	cubana	Reggeatón
Si tu no bailas	Juan L Guerra	dominicana	Merengue
Questions exitins	Rihanna	Barbados	Pop
Bachata de amor	José R Cepeda	cubano	Bachata
Así es la vida	La Montero	cubano	Pop
La colegiala	Calo & Margarita la Diosa de la Cumbia	Mexicano	Cumbia
Pequeños sueños	Carlos Varela	Cubano	Trova
Down	Rakym & Ken	Puertorriqueños	Pop
Y llegaste tu	Andrés de León & Sin Bandera	mexicana	Pop

Remo	Raúl Paz	cubana	Trova
Alquilo mi corazón	Tania Pantoja	cubana	Pop
Sexy movimiento	Wisyn y Yandel & Nelly Furtado	puertorriqueña	Reggeatón
Túmbalo	Grupo Guaco	cubana	Reggeatón
Yo canto	Laura Paussini	Italiana	Pop
Si tu la vieras	Baby Lorens & Insurrectos	cubana	Reggeatón
Bailamos	Enrique Iglesias	española	Pop
Tu me dijiste mentira	Manolito S y su trabuco	cubana	Salsa
Te doy mi amor	Yolie	cubana	Pop
No quiero estar solo	Cristina Aguilera & Ricky Martín	Ecuador / Puerto Rico	Pop
Como el aire	Pedro Romero	cubana	
Dale María Cristina	Condado	cubana	Reggeatón

Producción Musical del Programa con buen Punto.

Huellas del pasado	Cuarteto Evocación	cubano	
Rosas y espinas	Anet & Esteban Carranzas	cubanos	
Todavía me quieres	Ferrer y su tren	Cubanos	

La Boda del solterón	Tony Guzmán y su poder latino	Cubano	Salsa
Alma Musa	Quinteto Criollo	Cubano	
Para que te recuerdes	Gustavo Felipe	Cubano	
Dulce embeleso	Quinteto Criollo	Cubano	
La rumbatela	Grupo Tumbao	Cubano	Rumba
Amorosa Guajira	Quinteto Criollo	Cubano	
Monte adentro	Cuarteto Evocación	Cubano	
Yo soy el punto cubano	Quinteto Criollo	cubana	
La parranda espirituana	Quinteto Criollo	cubana	
Bilongo	Tony Guzmán y su poder latino	cubana	Salsa
Controversia honorística	Héctor Peláez & J M Silveiro	cubana	
Anda y dime	Pancho Amat & Cavildo del son	cubana	
Summertime	Bobby Carcases	cubana	
Bendición mamá	Los Fakires	cubana	
El Gallo de elegguá	Cadencia	cubana	
Desvelo de amor	Anet Carranza	Cubana	
Y tu que has hecho	Ferrer y Su tren	Cubana	

Alcohol noventa	Leonardo García	cubana	
Solo salen de mi canciones	Vionaika y su grupo	Cubana	

Producción Musical todo mezclado.

Déjala que baile	Charlie Cruz feat. Angel y Kris	puertorriqueña	Reggeatón
Vmos pa'la disco	Los que llegaron primero	cubana	Reggeatón
Sea pues dios	Marco Antonio Solís	mexicana	
No molestar	Marco A. Solís	mexicana	
Si yo fuera un chico	Beyonce	USA	Pop
Cuba	Klímax	cubana	
Como el aire	Anacaona	cubana	Salsa
Quiero olvidarla	To' mezclado	cubana	Reggeatón
Como tú y como yo	Laura Paussini & Sin Bandera	italiana	Pop
No te vayas	Osdalgia	cubana	Salsa
Amor de hombres	Mocedades	cubana	
Tómame o déjame	Mocedades	cubana	
El chino	Ferrer y su tren	cubana	
Merenguetón	Este Habana	cubana	

Cosita buena	Orishas	cubana	
Que quede claro	Orishas	cubana	
Camina	Orishas	cubana	
La otra	Monchy y Alexandra & Ilegales	dominicana	
No hay que llorar	Los Faraones	cubana	
Rap, rock and guaguancó	David Banco & Frances del río	cubana	
Madre	Andys y Lucas	española	
Soy otra mujer	Olga Tañón	puertorriqueña	
Mujer	Eduardo Antonio	cubana	
Fiesta	Patricio-triángulo oscuro- Nuria Reyes	cubana	
No	Pimpinela	argentina	
Primero yo	Pimpinela	argentina	
Los amigos como yo	Pimpinela	argentina	
Madre	Silvio Rdz	Cubana	
Te deseo suerte	Pablo fG	cubana	
amor	Fresk & Blad MC	Cubana	
Anduriña	Juan & Junior	española	
Tiempo de amor	Juan & Junior	española	

Cuando mi madre llega	Rey B.	cubana	
Me tiene enamorado	Maracas	Cubana	
Sí que te gusta	''	''	
Lo que quiero es fiesta	''	''	
Si volviera a empezar	Moncada	cubana	
El mundo de tus sueños	Patricio Amaro & Haydee Milanés	cubana	
Quiero olvidarla	To´mezclado	cubana	
Madre	Orishas	cubana	
Bendita tu luz	Maná & J. Luis Guerra	mexicana	
Cuando llora el corazón	Eduardo Antonio	cubana	
Mala	Charlie Cruz & J. L Guerra	puertorriqueña	
Si ni sirve de nada	Yolie	Cubana	
Celos	Tamara	Española	
Si tu la vieras	Baby L & Insureco	cubana	
Los ojos de Aitana	Moneda Dura	cubana	
Acércate	Liuba Maria H	cubana	
Vale más	Arnaldo y su Talismán	cubana	

Abre las puertas de la vida	Gardy	cubana	
Roll it one	Allison Hindes	USA	
Mar de antojos	Warapo	cubana	
El negro palma ó	Pedrito Calvo y la Justicia	cubana	
Después de ti qué	José F. & Christina Aguilera	puertorriqueña	
Asunto de mujeres	Osdalgia	cubana	
Yo no tengo la culpa	Boris Larramendi	cubana	
Hermanos villaclareños	Descemer bueno	cubana	
Easy	Descemer bueno	cubana	
Anoche lloré	Yumurí y sus hermanos	cubana	
Mi vecinita	Máxima alerta	cubana	
No te vayas	Osdalgia	cubana	
Nadie quiere a nadie	Fresk & Gente de zona	cubana	
Te amo	Macleno	panameño	
Qué te pasa	Yuri	mexicano	
Pinta fiesta	Rolando Berrio	cubana	
A mitad nada más	Marlén Calvo	cubana	
Virtual diva	Don Omar	puertorriqueña	

Cumbia Reggae	SBS	cubana	
La fantasía	Kelvis O & Descemer bueno	cubana	
Revolución	Raúl Paz	cubana	
Tú eres música	Pablo Meneguzzi	italiana	
Esto te pone la cabeza mala	Michael Chacón	cubana	
Maria Cristina me quiere gobernar	Michael Chacón	cubana	
El feo	Warapo	cubana	
Private Dance	Tina Turner	USA	
Fue vanidad	Agua Tibia	cubana	
Por dónde escapaste	Isis Flores	cubana	
Por qué me habrás besado	Wilfrido & Alena	cubana	
Domingo	Juego de Manos	cubana	
Te va a doler	Maelo Raiz	puertorriqueña	
Thank you	Dido	Inglesa	
Hay una mañana	José J. & Valeria Lynch	mexicana	
Corazón presumido	Leyanis López	cubana	
Me enamoré de ti	Cubanito 2002	cubana	
Llévate todo	Alex de Lara	cubana	

Qué piensas de la vida	Tania Pantoja	cubana	
Qué hacer	Grupo Visión	cubana	
Parar de fumar	Gema y Pavel	cubana	
Y o no sabía	Cuarteto Evocación	cubana	
El trencito y la Hormiga	Liuba Maria H	cubana	
El mago fabuloso	''	cubana	
Costumbre	Rocio Durcal	española	
You are the one	Millenium	Sueca	
Muévelo	Leonis Torres	cubana	
Angena	Sabor a mi	cubana	

Producción musical. De una forma diferente

Amor de verdad	Mabel	cubana		
El breve espacio en que no estás	Victor M. y Pablo Milanés	cubana		
Deja de llorar	Waldo Mendoza	cubana		
Si vas a irte	Lía	cubana		

Bendita tu luz	Maná	mexicana		
Te voy a amar	Eduardo Antonio	cubana		
Mañana	Miriam Hdz	chilena		
Por si acaso	Braulio	española		
Cómo estás amor	Zoe	cubana		
Mueren las promesas	Leonis T	cubana		
No te vayas	Sexto sentido	cubana		
Amor de madre	Aventura	dominicana		
Intocable	Alek Sintec	española		
Cada mañana	Alejandro Fdz.	mexicano		
No me mires así	Ednita Nazario	puertorriqueña		
Un viejo	Clara y Mario	cubana		
Por ti	Livan	cubana		
Liévame ati	Haydee Milanés	cubana		
Dudas	Carlos Varela	cubano		
Decirte cosas de amor	Daina Fuentes	cubana		
Como jugar	Extremo corazón	cubana		
Candil in the win	Elton Jhon	USA		
Me huele a soledad	MDO			
Mi armonía	Osdalgia	cubana		
Definitivamente	Mabel	cubana		

Al sudeste	Moneda Dura	cubana		
Vuelve a soñar	La Montero	cubana		
Quién eres tú	Osmany & Marisol	cubana		
Intimidad	Buena Fe	cubana		
Muy dentro de mi	Marek A.	puertorriqueño		
Vuelve a soñar	La Montero	cubana		
Se puede	Charanga habanera	cubana		
Aléjate	Gina León	cubana		
Sueño de cristal	Bamboleo	cubana		
Por una mujer bonita	Alejandro Fdz.	mexicana		
Como nacen las hojas	Politi Ibañez	cubana		

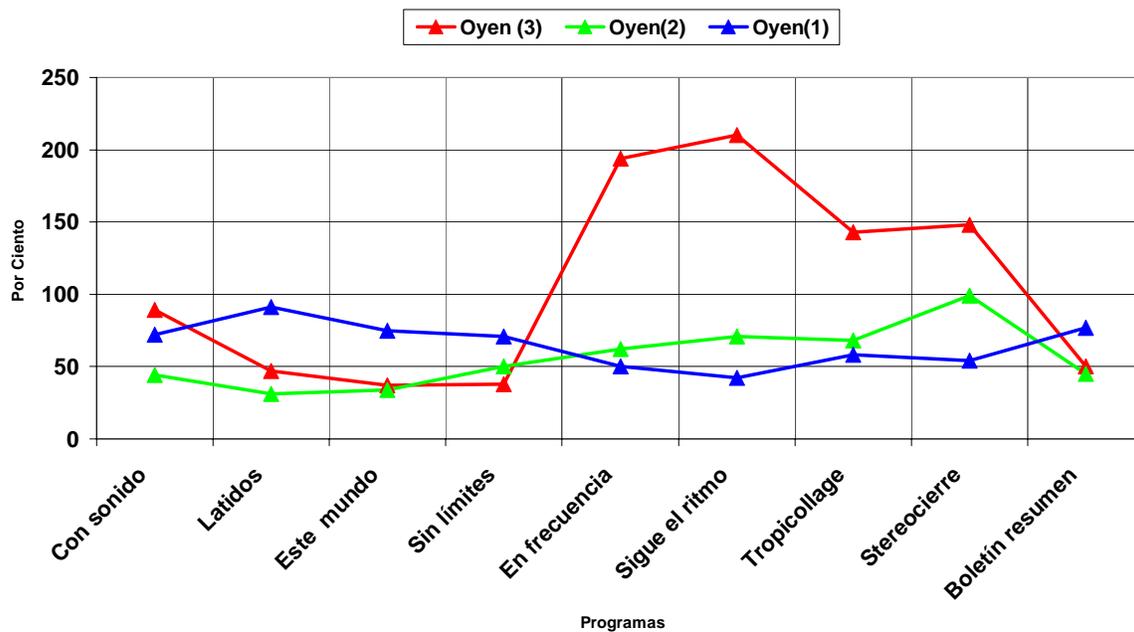
Guía de entrevista

1. Qué distingue a la StéreoCentro como Emisora Municipal.
2. Cómo debe ser concebida su programación.
3. Qué caracteriza la programación de la FM.
- 4.Cuál es la imagen que se pretende ofrecer, de la Emisora, a través de sus programas.

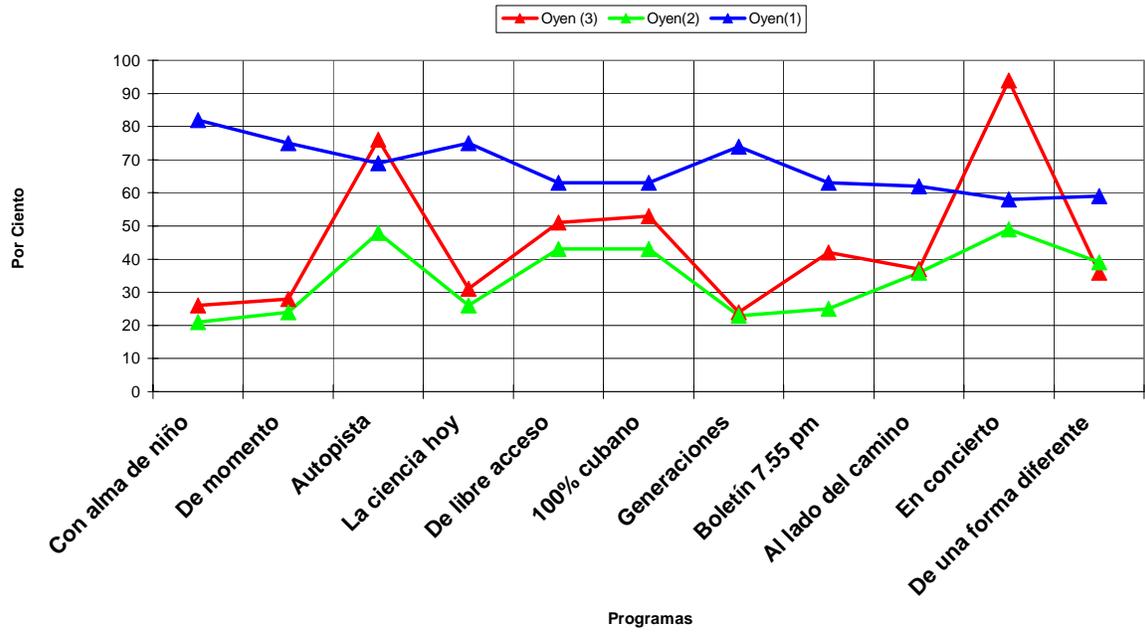
ESTUDIO DE AUDIENCIA DE



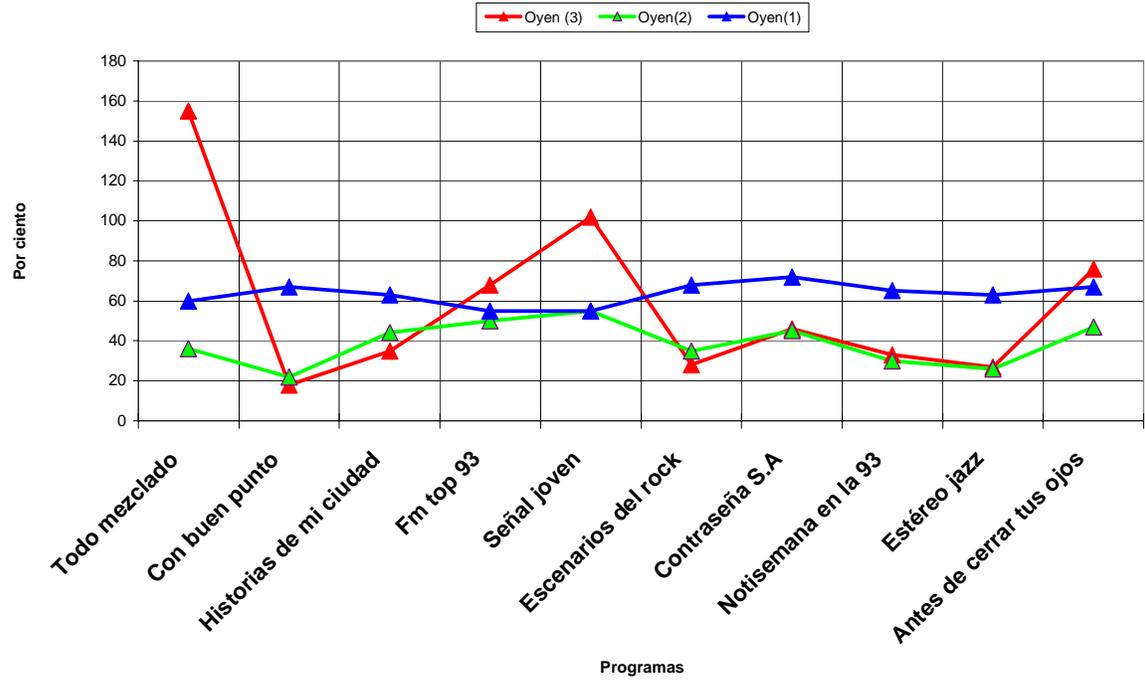
INDICE DE ESCUCHA LUNES A VIERNES



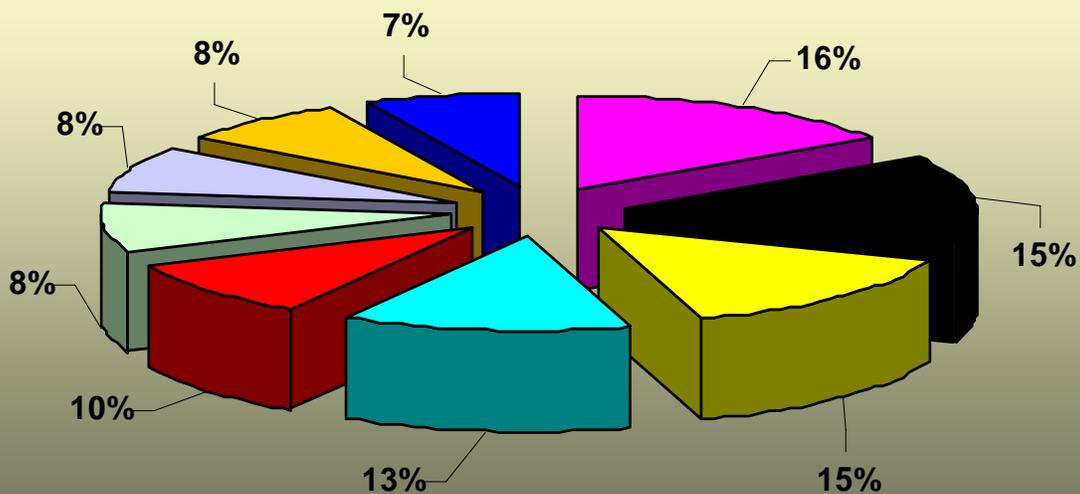
INDICE DE ESCUCHA. SABADO



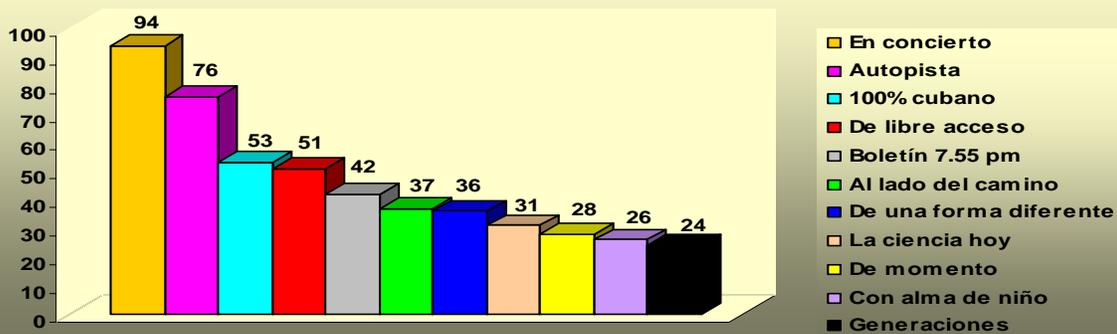
INDICE DE ESCUCHA DOMINGO

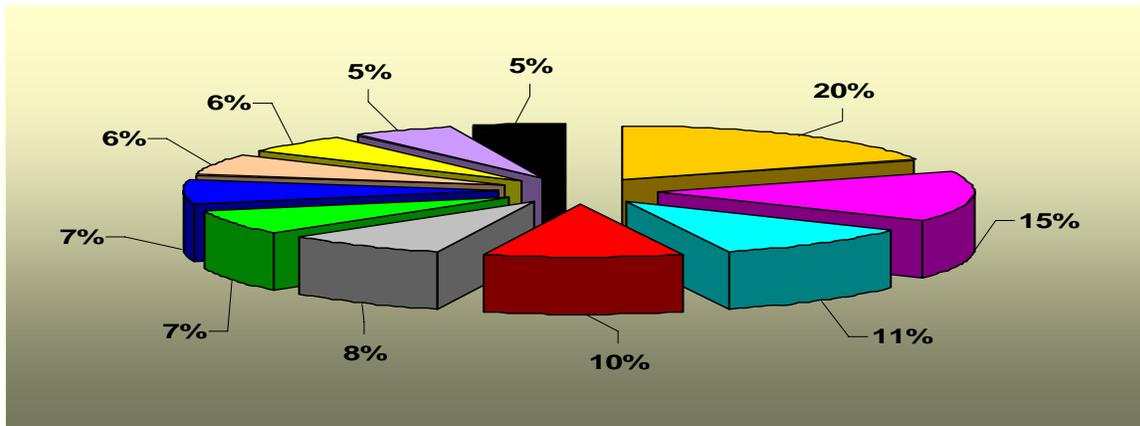


Indice de Audiencia

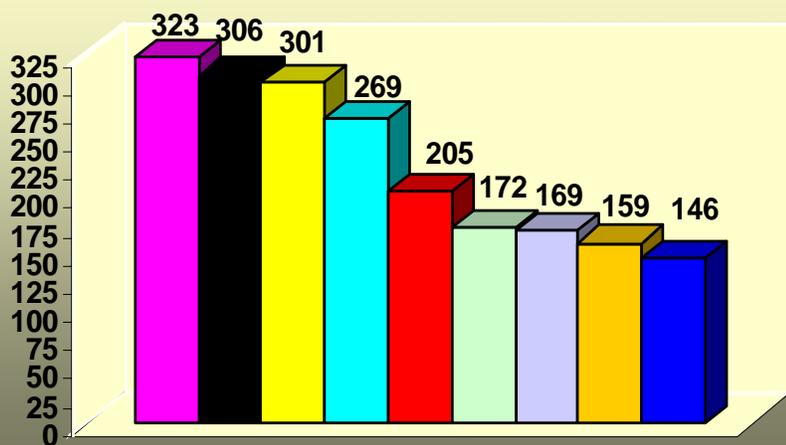


Mayor frecuencia de Escucha (Sábado)



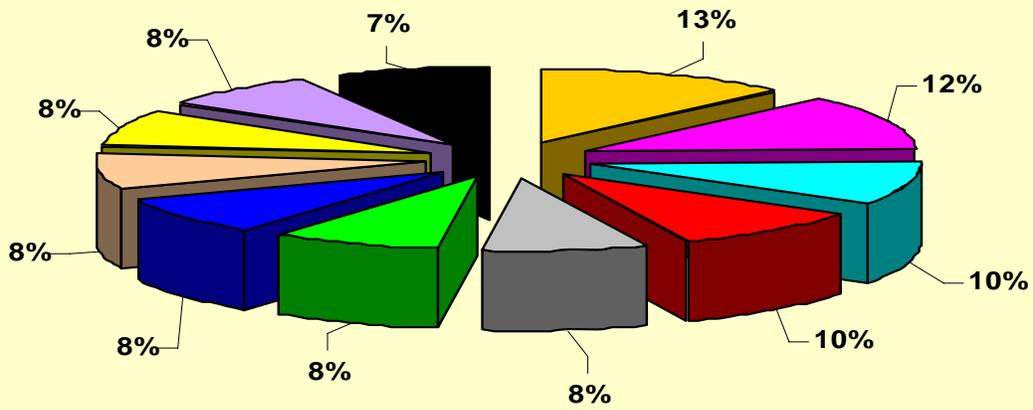


**Audiencia Total
(Lunes - Viernes)**

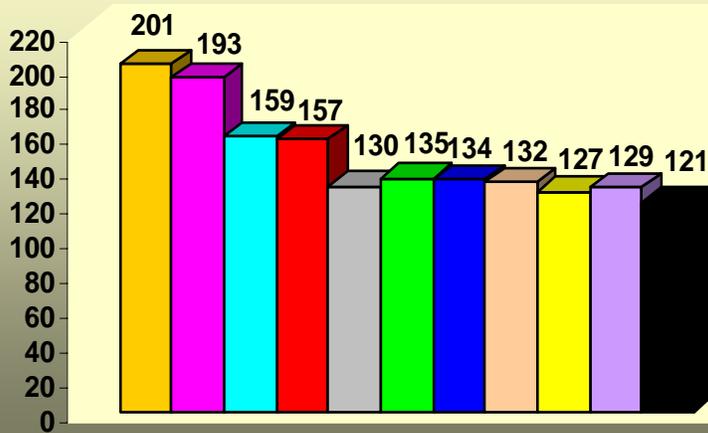


- Sigue el ritmo
- En frecuencia
- Stereocierre
- Tropicollage
- Con sonido Nuestro
- Boletín resumen
- Latidos de mi ciudad
- Sin límites
- Este mundo Nuestro

Indice de Audiencia



Audiencia Total (Sábado)



- En concierto
- Autopista
- 100% cubano
- De libre acceso
- Boletín 7.55 pm
- Al lado del camino
- De una forma diferente
- La ciencia hoy
- De momento
- Con alma de niño
- Generaciones

