

Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas
Facultad de Psicología
Departamento de Comunicación Social



TRABAJO DE DIPLOMA
en opción al Título de Licenciada en Comunicación
Social

**Implementación de la Política
Cultural de Cuba en el telecentro
“Telecubanacán” de la provincia Villa
Clara.**

Autora: Geidy Antón González

Tutor: MSc. Ernesto Gómez Cangas

Santa Clara

2015

Pensamiento



“En una época de cambios radicales, el futuro es de los que siguen aprendiendo; los que ya aprendieron, se encuentran equipados para vivir en un mundo que ya no existe”.

Eric Hoffer.

Agradecimientos



*En primera instancia a **mis padres** por haberme dado la vida, brindarme su apoyo incondicional e impulsarme a llegar hasta este momento.*

*A **mi hermana** por considerarme su bebé, su niña y siempre estar presente para mí.*

*A **mis abuelos**, que aunque no estén, sé que estuvieran orgullosos de este momento.*

*A toda **mi familia**, que siempre ha estado en los buenos y malos momentos.*

*A mis **otras “hermanas”** por ayudarme y apoyarme.*

*A mi **tutor Ernesto** por ayudarme y aguantarme tantos momentos de insistencia.*

*A **Oneiby y Grey** por brindarme su ayuda incondicional.*

*A **mis amigas**, que durante estos cinco años me brindaron su amistad.*

*A **mis compañeras y compañero de aula**, porque fue maravilloso compartir con ustedes estos cinco años de carrera.*

*A **todos los profesores** que gracias a su enseñanza contribuyeron a mi formación profesional.*

*A **todas las personas** que me apoyaron, ayudaron y soportaron en este proceso de estrés.*

Muchas gracias.

Dedicatoria



Dedico este logro, a mis tres ángeles; mi papá, mi mamá y mi hermana, por entregarme siempre su amor, cariño y comprensión.

Resumen



Saber cómo los medios están implementando la política cultural hoy, es una tarea de alta pertinencia, porque es precisamente en niveles simbólicos y culturales donde el país está enfrentando parte de sus mayores retos. Es por ello que la presente investigación se realiza en el Telecentro “Telecubanacán” de la provincia Villa Clara, por ser este medio, uno de los más importantes para el desarrollo de la provincia y no poseer estudios de esta índole.

Se trabaja con el objetivo de caracterizar los rasgos fundamentales de la implementación de la política cultural del telecentro Telecubanacán de la provincia Villa Clara, utilizando los componentes infraestructurales, estructurales y superestructurales, como subcategorías de análisis.

La investigación se sustentó en una metodología cualitativa, empleando un método etnográfico. La muestra se seleccionó a partir de informantes e informantes claves, quedando conformados por 30 trabajadores. Para la recolección de la información los instrumentos utilizados fueron la revisión bibliográfica documental, análisis de documentos oficiales, observación y entrevistas semiestructuradas y en profundidad. Se tiene en cuenta para el análisis de los resultados la triangulación de la información.

Palabras claves: Política Cultural, infraestructura, estructura, superestructura.

Abstract



To know how the means are implementing the politics cultural today, it is a task of high relevancy, because it is in fact in symbolic and cultural levels where the country is facing part of their biggest challenges. It is for it that the present investigation is carried out in the Telecentro "Telecubanacán" of the county Villa Clara, to be this means, one of the most important for the development of the county and they have not been carried out studies of this nature.

One works with the objective of characterizing the fundamental features of the implementation of the cultural politics of the telecentro Telecubanacán of the county Villa Clara, using the infrastructural, structural components and superestructural, as analysis subcategories.

The investigation was sustained in a qualitative methodology, using a method etnográfico. The sample was selected starting from informants and key informants, being conformed by 30 workers. For the gathering of the information the used instruments were the documental bibliographical revision, analysis of official documents, observation and interviews semiestructuradas and in depth. One keeps in mind for the analysis of the results the triangulation of the information.

Key words: Cultural politics, infrastructure, structures, superstructured.

Índice



Índice

Resumen	8
Abstract.....	10
Indice	13
Introducción.....	1
Capítulo I. Marco teórico.....	7
1.1 Relación Cultura - Identidad - Comunicación	7
1.2 Política Cultural.....	13
1.2.1 La política cultural en Cuba.....	15
1.3 Los medios de comunicación y la política cultural, elementos de relación.....	19
1.3.1 Sobre los medios de comunicación masiva y sus estructuras	19
1.4 Telecentros.....	23
Capítulo II. Marco Metodológico.....	27
1.1 Contexto de Investigación	27
1.2 Problema de investigación:.....	29
1.3 Objetivos de la Investigación.....	29
1.4 Paradigma de investigación	29
1.5 Perspectiva Metodológica.....	31
1.6 Método de investigación.....	31
1.6. Conceptualización de la categoría analítica.....	32
1.7 Selección de la Muestra.....	35
1.8 Descripción de los Instrumentos.....	36
1.9 Procedimiento para el análisis de la Información.....	38
1.10 Principios éticos de la investigación.....	39
Capítulo III. Análisis de los Resultados.....	39

1.1 Componente material (infraestructura).....	39
1.1.1 Disponibilidad de la política cultural como documento normativo para su consulta.	39
1.1.2 Equipamiento técnico	40
1.1.3 Recursos Humanos	41
1.1.4 Recursos financieros.....	42
1.1.5 Otros elementos	44
1.2 Componente organizativo (estructura):	46
1.2.1 Organización Interna	46
1.2.2 Programación.....	47
1.2.3 Mecanismos de participación implementados	48
1.2.4 Prácticas de investigación.....	49
1.2.5 Niveles y fases de decisión en la producción.	50
1.2.6 Organización de los procesos creativos individuales y colectivos	51
1.2.7 Capacitación en materia de política cultural.....	52
1.3 Componente cognitivo (superestructura).....	53
1.3.1 Misión.....	53
1.3.2 Visión.....	54
1.3.4 Política de programación	54
1.3.5 Política musical.....	55
1.3.6 Política cultural.....	56
1.3.7 Concepciones sobre el papel del telecentro en la producción y reproducción cultural	56
1.3.8 Valoración sobre la relación del telecentro con la implementación de la Política cultural:	57
1.3.9 Concepciones relativas a la audiencia y su relación con ella.....	58
1.3.10 Concepciones relativas a la conformación y cambio de la programación.	59
Análisis integral de los resultados	60
Conclusiones.....	66
Recomendaciones	67
Bibliografía.....	69

Anexo 1. Presupuesto del año 2014.....	73
Anexo 2. Organigrama.....	74
Anexo 3. Tira programática de Telecubanacán.	75
Anexo 4. Política de programación	76
Anexo 5. Política Informativa.....	95
Anexo 6. Política Musical.....	99
Anexo 7. Política editorial para la página web de Telecubanacán	100
Anexo 8. Guía de observación.....	117
Anexo 9. Entrevista semiestructurada	118
Anexo 10. Entrevista en profundidad	119

Introducción



Introducción

El estudio de la cultura en las organizaciones es una práctica que comenzó a desarrollarse a partir de la década del ochenta del pasado siglo. Anteriormente no se había empleado el concepto de cultura vinculado a las organizaciones. Sin embargo, actualmente es una referencia común y un término utilizado en el ámbito empresarial. La evolución de las organizaciones, inducida desde sus inicios por la necesidad de dar solución a los crecientes problemas de las nuevas sociedades y los nuevos retos de la tecnología, ha revelado la importancia de la cultura en las instituciones.

Es importante señalar que no existe una organización sin cultura, ya sea más o menos conocida o compartida por los miembros. La cultura va a distinguir una organización de otra, y a su vez va a orientar las decisiones de la institución, guiar el comportamiento y los modos de actuar en consecuencia con las metas y los objetivos empresariales.

Diversos han sido los autores que se han referido a este término, como Geertz (1973); Lotman (1979); Thompson (1993); Barbero (2008); Schein (1985); entre otros. Uno de los más significativos que expuso su concepción sobre el concepto de cultura fue Thompson (1993) identificando a la cultura a través de diferentes rasgos: intencional, convencional, estructural y referencial, donde realiza un acercamiento a las formas simbólicas desde su producción, construcción, estructuras y representaciones.

Es por ello, que una empresa para ser exitosa debe contar con procesos bien organizados y preparados, individuos motivados con su trabajo, identificados con su institución y cohesionados a partir de la cultura que esta ha ido asumiendo como propia. Es por ello, que la cultura está también ligada a la política de las organizaciones.

La política y la cultura conciben procesos estructurales, infraestructurales y superestructurales, que incluye desde las creencias más profundas e incuestionables asumidas por los miembros de la organización, hasta los comportamientos, hábitos, identidades, normas, regulaciones, recursos, equipamientos y medios de producción y reproducción social.

Es por ello, que la reflexión de Ochoa (2002) resulta indispensable para el análisis sobre la política cultural y el desarrollo de la presente investigación:

A medida que la política cultural, entendida como intervención en un campo simbólico específico, se expande para incluir diferentes actores sociales y una gama amplia de procesos culturales y formas de representación, se consolida simultáneamente una noción más amplia de lo simbólico como mediador de lo político y lo social y no sólo como un campo que se define desde lo estético. Así, el campo de las políticas culturales, entendido como un campo de organización e intervención, amplía no sólo sus fronteras de actores sociales (de campos de enunciación desde donde se diseñan e implementan las políticas culturales), sino que deja de concebirse exclusivamente como un campo de organización de objetos culturales y pasa a ser pensado como un campo en el cual lo simbólico lo que hace es mediar procesos culturales, políticos y sociales. (p. 33)

A pesar de que en Cuba existen determinados discursos, políticas y otros acápites referidos a la política cultural, este tema resulta de gran importancia, debido a que no está estructurada oficialmente en un documento pautado y normado, la Política Cultural de Cuba.

El análisis de la política cultural en las organizaciones proviene mayormente de contextos capitalistas, pero en la actualidad es importante hablarlo también en las empresas socialistas y en particular en las cubanas, cuya aspiración es la formación de entidades integradas al proyecto de desarrollo social, para lo que necesitan un desempeño productivo y eficiente y una influencia desarrolladora sobre cada uno de los miembros de la institución.

La política cultural es una tarea compleja debido a los contextos donde se desarrolla cada individuo y a la hibridación cultural que hoy se evidencia en el mundo, donde a pesar de multiplicarse los canales y soportes tecnológicos y diversificarse las ofertas culturales, las instituciones afianzan más sus procesos internos para cumplir con su objeto social. Sin duda, la política cultural es tarea de muchas instituciones, entre las cuales se encuentran los medios de comunicación de masas. Saber cómo los medios están implementando la política cultural hoy, es una tarea de alta pertinencia, porque es precisamente en términos simbólicos y culturales donde el país está enfrentando parte de sus mayores retos.

Es por ello que la presente investigación se realiza en el Telecentro “Telecubanacán” de la provincia Villa Clara, por ser este medio de comunicación, uno de los más importantes para el desarrollo de la provincia. Además que requiere ser estudiado en materia de implementación de la Política Cultural, ya que en este centro no se han realizado estudios de esta índole.

Por tanto el **Problema de Investigación** en cuestión es: ¿Qué características poseen los rasgos fundamentales de la implementación de la política cultural en el telecentro Telecubanacán de Villa Clara? Para dar respuesta a esta interrogante el **Objetivo General** es: caracterizar los rasgos fundamentales de la implementación de la política cultural del telecentro Telecubanacán de la provincia Villa Clara. Para ello se proponen los siguientes **Objetivos Específicos:**

- Caracterizar el componente material (infraestructura) de los procesos de producción y reproducción cultural del telecentro.
- Caracterizar el componente organizativo (estructura) de los procesos de producción y reproducción cultural del telecentro.
- Caracterizar el componente cognitivo (superestructura) de los procesos de producción y reproducción cultural del telecentro.

La realización del presente estudio es pertinente porque se requiere acercarse a los procesos de implementación de la política cultural para poder realizar, a partir de ello, acciones que permitan darle un rumbo más apropiado a tales procesos. Su complejidad radica en que el tema está atravesado por los modos particulares en que quienes trabajan en el telecentro comprendan e implementen la política cultural, sobre todo porque la investigación se dirige en la dialéctica de los aspectos infraestructurales, estructurales y supraestructurales de este proceso.

Las limitaciones del proyecto están dadas por el nivel de comprensión y el tratamiento que requiere este tema. Al ser un elemento que no ha tenido antecedentes es este centro, es muy difícil interpretar las características cognitivas de los trabajadores de Telecubanacán.

La estructura capitular de la investigación está sustentada en tres capítulos.

El Capítulo I constituye la fundamentación teórica-conceptual de la tesis. Se realiza un análisis sobre el concepto de política cultural en el mundo y en Cuba y de los elementos que la complementan. Se trabajan conceptos relacionales como cultura, identidad, medios y comunicación. Además de abordar los elementos de relación que existen entre la política cultural y los medios de comunicación. También se expone un acercamiento a los telecentros provinciales por ser estos el contexto de estudio de la presente investigación.

El capítulo II está compuesto por las líneas metodológicas que guían a la presente investigación. Para ello, se realiza una descripción del contexto, se plantea el paradigma de

investigación, la perspectiva metodológica, el tipo de investigación, se conceptualiza la categoría de análisis, la selección de la muestra, descripción de los instrumentos utilizados, procedimiento para el análisis de la investigación y por último los principios éticos de la misma.

En el Capítulo III se ofrecen los resultados obtenidos por cada subcategoría de análisis de acuerdo a los instrumentos utilizados, así como un análisis integral de los mismos.

Por último se ofrecen las conclusiones de la investigación, las recomendaciones, bibliografía y los anexos. La presentación del informe se rige por las normas bibliográficas AP

Capítulo 1



Capítulo I. Marco teórico

1.1 Relación Cultura - Identidad - Comunicación

Dentro de las Ciencias Sociales han sido variadas las concepciones que le han otorgado a la definición de cultura. Las contradicciones y amplitud del campo de este concepto en alguna medida revelan lo complejo que puede resultar realizar una revisión de los enfoques, paradigmas o autores que han empleado esta categoría a lo largo del tiempo.

Mediante esta investigación, no es preciso abordar una cronología de las tendencias del estudio de la problemática cultural, sino exponer algunos de los principales fundamentos conceptuales sobre los que se han sustentado diversas concepciones en torno a la cultura, haciendo énfasis en aquellos presupuestos teóricos que se consideran esenciales para pensar esta noción y su relación con la identidad, la comunicación y los medios.

La cultura no es solo comportamientos, costumbres, lenguajes o conceptos de un determinado momento, sino además todos los elementos materiales y espirituales producidos por un grupo social y que en sí transmiten información. Según la definición de Lotman (1979) “El problema de una tipología de la cultura, está en el conjunto de la información no hereditaria acumulada, conservada y transmitida por múltiples colectividades de la sociedad humana.” (p.16). Desde esta perspectiva, la dinámica de la cultura es comprendida como el entramado de múltiples elementos donde influyen unos en otros.

Otro enfoque de relevancia para analizar la cultura es la perspectiva de Clifford Geertz (1973). Para este autor la cultura denota un “esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas que los hombres utilizan para comunicar, perpetuar y desarrollar su conocimiento y actitudes sobre la vida” (p. 89). Esta conceptualización resulta de valor medular para distinguir el carácter representativo, de continuidad y comunicativo de la cultura como cualidades que resultan esenciales para los procesos identitarios y comunicológicos.

Esta concepción, provoca que Thompson (1979) identifique aspectos intencionales, convencionales, y referenciales de las formas simbólicas de la cultura que permiten considerarlas como “fenómenos significativos”, donde en ella intervienen las motivaciones, sentimientos, valores, prejuicios y actitudes de los individuos. Estos rasgos pueden ser resumidos de la siguiente manera:

- Aspecto intencional: “las formas simbólicas son producidas, construidas o empleadas por un sujeto que, al producirlas o emplearlas, persigue ciertos objetivos y propósitos y busca expresar por sí mismo lo que ‘quiere decir’, o se propone, con y mediante las formas así producidas (...)”
- Aspecto convencional: “la producción, la construcción o el empleo de las formas simbólicas, así como su interpretación por parte de los sujetos que las reciben, son procesos que implican típicamente la aplicación de reglas, códigos o convenciones de diversos tipos (...)”
- Aspecto estructural: “las formas simbólicas son construcciones que presentan una estructura articulada (...), típicamente se componen de elementos que guardan entre sí determinadas relaciones (...)”
- Aspecto referencial: “las formas simbólicas son construcciones que típicamente representan algo, se refieren a algo, dicen algo acerca de algo (...)” (pp. 152-159)

Las relaciones entre cultura - identidad – comunicación - medios y de sus conexiones con la vida social, conducen a cuestionamientos de las políticas tradicionalmente desarrolladas en estos campos. Existe un desconocimiento que trae consigo unas políticas de comunicación, donde su análisis solo se ha quedado en antiguas concepciones y unas políticas culturales que no tienen fundamentación teórica de donde sustentarse. Lo que posibilita que se ignoren casi por completo y en muchas ocasiones lo que se produce en los medios de comunicación, en los procesos y prácticas masivas de cultura, no esté en concordancia con la realidad de la sociedad.

La sociedad actual constituye una hibridación de complejos procesos culturales que se encuentran en constante movimiento, donde la identidad no se queda estática. Las percepciones, el sentido de pertenencia, las motivaciones, prejuicios y valores de los individuos se vuelven procesos continuos. Debido a esto, se hace necesario establecer relaciones entre los conceptos cultura y comunicación, posibilitando que se rompan esquemas estereotipados y se comiencen a mirar desde una perspectiva crítica, donde no solo se miren los procesos administrativos, sino también los regulatorios y autorregulatorios, así como, la producción del sentido en la sociedad y los modos de reconocimiento entre los ciudadanos.

La identidad cultural según Hart (1982) “es el sentimiento que experimentan los miembros de una colectividad que se reconocen en esa cultura y de no poder expresarse con fidelidad y desarrollarse plena y libremente si no es a partir de ella.” (p. 37). La cultura de

cada país es la expresión de su propia naturaleza, de su realidad y sentir, de su identidad como pueblo diferenciado e independiente de los demás.

Configurar la identidad implica su construcción de acuerdo con las premisas de una estrategia. Para lograr que identifique y diferencie, se debe actuar normativamente sobre la identidad visual, la cultura y la comunicación corporativa, a través de tres programas: la identidad visual corporativa, la intervención de la cultura corporativa y el manual de gestión de la comunicación. La cultura es la construcción aceptada, la identidad visual es la expresión por medio de signos y símbolos de los rasgos particulares de esta cultura, el manual es la concreción de la estrategia de comunicación para lograr el intercambio con los públicos que facilite la construcción del reflejo que se desea, expresada en la imagen intencional. (Torres, 2010, p.19)

La identidad está formada por rasgos físicos y rasgos culturales. Los físicos, determinados por elementos icónicos-visuales como el nombre, los identificadores y marcas con sus aplicaciones en la papelería, vehículos, artículos promocionales y uniformes, entre otros. También se incluyen los elementos arquitectónicos.

Los rasgos físicos se les llaman identidad visual o sígnica. Por su parte, los rasgos culturales igualmente determinados por la cultura, se convierten en la personalidad única, intransferible, pero no estática de la organización. Los elementos fundamentales son: la filosofía de la organización que orienta la política hacia los públicos, los valores que dominan y son aceptados, el ambiente o clima imperante tanto hacia dentro como en su relación con el entorno, las reglas que rigen los diferentes grupos de trabajo, y las llamadas reglas de juego, las tradiciones y los comportamientos organizativos. Estos rasgos culturales dan lugar a la identidad conceptual. (Como se cita en Torres, pp. 20-21)

La identidad se basa fundamentalmente en lo que es y lo que se hace, constituyendo esto, la objetividad de este concepto.

Lo que es, está determinado por el estatuto legal, el histórico del desarrollo o de trayectoria, directorio actual, domicilio social, el organigrama de actividades, la estructura del capital y posesiones. Lo que hace es la actividad mayor alrededor de la cual se crea todo el sistema relacional y productivo: una técnica, líneas de productos o de servicios más o menos coordinados, una estructura de precios y características de distribución, cuyo conjunto de actividades está sancionado en forma de resultados comerciales y financieros. (Torres, 2010, p.21)

Otros de los aspectos correspondientes a la identidad es la parte subjetiva, psicológica, funcional y emocional, que emerge en los públicos a través, por una parte, de los dos parámetros objetivos, pero por otra parte, filtrados según la interpretación que dichos

públicos hacen de estos parámetros. “La subjetivación de la identidad procede, sin embargo, no únicamente de lo que la organización es y hace objetivamente, sino de otro parámetro: lo que dice (que es y hace)”. (Costa, 2001, p. 214)

La identidad posibilita la cohesión interna que distingue a las organizaciones como una entidad separada y distinta de otras. Es materializada a través de la propia estructura organizacional. Se define por los recursos de que dispone la organización y su uso, por las relaciones entre sus integrantes y con el entorno, por los propósitos que orientan las acciones y los programas existentes para su funcionamiento. “La identidad se manifiesta en sus roles, su tecnología, sistemas de información y control, en los modos en que se toman las decisiones, en las formas que asumen el poder y la autoridad. Tal variedad de manifestaciones significa que el corpus a considerar para distinguir la identidad de una organización es, en realidad, la organización misma en todos sus ámbitos”. (Torres, 2010, p. 21)

En el caso particular de la televisión, en su proyección constante hacia el exterior se establece una relación más estrecha entre la imagen interna y la imagen pública, se acorta el camino por el propio fenómeno de la percepción más completo y masivo. Esto, gracias a sus características tecnológicas que permiten la recreación de la realidad a través del sonido y la imagen, su inmediatez, alcance, cotidianidad y una interacción constante con los públicos externos condicionada por el simple ejercicio de ver la televisión.

La definición de la identidad y su gestión como un instrumento operativo no es solamente cuestión de diseño, sino que constituye un ejercicio esencialmente pluridisciplinar. El problema, sin embargo, es que, de los siete vectores de la identidad corporativa, sólo una parte es visible y reproducible: la de los signos gráficos. Aun siendo esta la punta visible del iceberg, no es sino una pequeña porción de él. El que la gran masa sea invisible no significa que no exista. Y el que la punta sea visible no implica que exista por sí misma. Por otro lado, el ejemplo de iceberg sumergido es aún insuficiente. La identidad corporativa posee una dimensión mayor: la de su reflejo espacial y temporal o su vida activa, más importante, por supuesto, que la estructura física que la sostiene y que constituye su genuina función comunicacional y estratégica. (Costa, 2002)

Uno de los elementos que está influyendo negativamente en las definiciones de estos conceptos es la crisis económica, donde es incompatible la idea de cultura con las dinámicas de la comunicación colectiva en una sociedad de masas. Según Barbero (2008) se trata de

una concepción de cultura que abarca únicamente “aquello en que el Estado legitima su propia idea: cultura identificada con lo que da perennidad - patrimonio, monumentos - y el hacer cultural con rescatar y conservar” (p. 92). En alguna medida es cierto que una nación contiene un patrimonio cultural, pero la cultura no solo está constituida por eso, sino también por los procesos masivos de comunicación y la capacidad de invención y creación del sector público. Esto hace pensar la comunicación como parte constitutiva de las dinámicas de la cultura y a tomar cada vez más en cuenta la naturaleza comunicativa de la cultura.

La comunicación además de tener una gran relevancia para los medios, es una cuestión de mediaciones, que a su vez influye en la cultura. Para ello, Barbero (2008) expone dos elementos fundamentales, donde plantea “que la comunicación no es solo un proceso de conocimiento, sino de reconocimiento.”

- En primer lugar, desplazamiento metodológico: para prever el proceso entero de la comunicación desde su otro lado: el de las resistencias y las resignificaciones que se ejercen desde la actividad de apropiación desde los usos que los diferentes grupos sociales - clases, etnias, generaciones, sexos - hacen de los medios y los productos masivos.

- En segundo lugar, reconocimiento histórico: reapropiación histórica del tiempo de la modernidad latinoamericana y sus destiempos abriendo brecha en la tramposa lógica lineal con que la homogeneización capitalista aparenta agotar la realidad de lo actual. (p. 98)

Correspondiendo a esto Canclini (1987) explica:

Somos sociedades formadas en historias híbridas en las que necesitamos entender cómo se constituyeron las diferencias sociales, los dispositivos de exclusión que distinguen lo culto de lo popular y ambos de lo masivo. Pero también cómo y por qué esas categorías fracasan una y otra vez o se realizan atípicamente en la apropiación atropellada de culturas diversas o en la combinación paródica de los plagios y las taxonomías de Borges o en el sincretismo del tango, la samba y el sainete. (p.3)

La comunicación es el elemento principal para todos los procesos de desarrollo de una sociedad. Influye en la cultura, la identidad, los valores, las rutinas y en los medios masivos de comunicación, ya que estos no solo son portavoces de información, sino que producen ideologías, hacen y rehacen la cultura de las sociedades.

Al respecto Barbero (2008) expresa: “La comunicación en la cultura deja entonces de tener la figura del intermediario entre creadores y consumidores, para asumir la tarea de

disolver esa barrera social y simbólica descentrando y desteorizando las posibilidades mismas de la producción cultural y sus dispositivos”. (p.8)

Sin embargo, debido a estos procesos Barbero (1993) realiza un análisis sobre cómo también las innovaciones tecnológicas en el campo de la información y las industrias culturales de la comunicación están reconfigurando nuevas formas de sensibilidad, disfrute, apropiación y sociabilidad en un sentido más amplio.

A medida que las tecnologías de la comunicación mejoran y ofrecen nuevas oportunidades, los medios de comunicación cambian constantemente. El auge de estas y el enorme crecimiento de Internet han generado nuevos desafíos para el proceso de expansión de los medios de comunicación.

La incorporación de un nuevo sistema de comunicación a la estructura mediática requiere una mayor comprensión sobre el funcionamiento del sistema. De esta forma será posible entender la dinámica de un nuevo medio y “el lugar del emisor-destinatario en un proceso que está centrado en la experiencia de la interacción como intercambio y “negociación del sentido” entre dos o más participantes”, más que en la recepción de textos. (O’Sullivan & Van Dijk, 1995. Como se cita en Toirac, 2009)

Diversos son los autores que han realizado estudios respecto a la influencia de internet en el mercado mediático y en la sociedad. Ortiz, 1994; Mattelart, 1998 y Canclini, 1999, han enfocado su atención a la definición de los usos sociales de la comunicación a partir de las prácticas sociales, educativas, comerciales y culturales de Internet, así como en el estudio del proceso comunicativo y el conjunto de relaciones que en él se involucran.

Todo esto es de gran importancia para comprender los distintos niveles en que opera el proceso de aprehensión de la realidad desde las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. Internet, la red de redes global, expresa mejor que cualquier otra tecnología el concepto avanzado de las autopistas electrónicas, permitiendo que los medios de comunicación, apoyándose en las ventajas que este brinda, reconfiguren sus estructuras y espacios comunicativos, para lograr un producto eficiente, creativo, de entretenimiento y con calidad.

1.2 Política Cultural

Antes de abordar este concepto de política cultural y sus características, se hizo necesario realizar un análisis de los referentes antes expuesto debido a la implicación e importancia que estos tienen en dicha concepción. Es por ello, que la política cultural encierra en sí la cultura, la identidad, los procesos comunicacionales, los medios masivos de comunicación y la influencia de las nuevas tecnologías.

Resulta difícil identificar la existencia de una definición común de política cultural que uniforme en teoría lo que en la práctica suele diferenciarse de un contexto a otro. “La política cultural suele asociarse con la organización de relaciones y procesos referentes al ámbito cultural en el marco del Estado-nación”. (Toirac, 2009, p. 31)

El significado asociado al término política de conjunto con el de cultura y todo lo relativo a la diversidad de esferas que esta noción puede llegar a abarcar, también constituyen elementos conceptuales relevantes que condicionan el significado que hoy le atribuyen a la política cultural en uno u otro escenario.

Por ejemplo en las sociedades liberales, las cuestiones relativas a la política cultural tienden a ser interpretadas desde una racionalidad instrumental, acentuada particularmente en el contexto de desplazamiento de la doctrina social-demócrata de post-guerra hacia la doctrina del *laissez faire* y la lógica de la eficacia que moviliza argumentos económicos para legitimar la intervención pública en el sector cultural, cuando no estimula la total liberalización de este campo abiertamente. (Toepler & Zimmer, 2002; Vestheim, 2007. Como se cita en Toirac, 2009, p. 31).

Por su parte en los países de sistemas socialistas, “la política cultural tiende a interpretarse desde una racionalidad sociopolítica y, por ende, suele pensarse desde una totalidad que abarca y atraviesa al sistema social en su conjunto, llegando a considerarse explícitamente como elemento consustancial al cambio cultural y a la reproducción ideológica del nuevo régimen”. (Schuster ,1989; Belfiore, 2004. Como se cita en Toirac, 2009, p. 32).

Múltiples son los procesos de interpretación y comprensión de los conflictos socioculturales, políticos y económicos que atraviesan los procesos culturales en las sociedades contemporáneas. Canclini (1987) realiza un acercamiento que es de gran importancia para el análisis de este epígrafe. Según este autor, la política cultural no debe ser concebida simplemente como “administración rutinaria del patrimonio histórico, o como

ordenamiento burocrático del aparato estatal dedicado al arte y la educación, o como la cronología de las acciones de cada gobierno”. (p. 26)

Este concepto para Canclini (1987) es “el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social”. (p. 26)

Teniendo en cuenta estos presupuestos, la política cultural no aparece solamente relacionada con las esferas artístico-literarias y del patrimonio, las cuales han tendido a ser consideradas tradicionalmente como los ámbitos exclusivos de este campo, sino se hace referencia también hacia los aspectos simbólico en un sentido más amplio y con fines más abarcadores, reconociéndose así el papel de las formas y prácticas culturales en la socialización de valores y el desarrollo del sistema social.

Otros enfoques y teorías de gran significación para el desarrollo de este concepto han sido expuestos por varios autores como, Coelho, 2001; Brunner, 1987; Miller & Yúdice, 2002. Donde plantean que “la formulación de la política cultural es un proceso esencialmente conflictivo en tanto terreno donde actores diversos disputan los sentidos sociales legítimos”. (Coelho, 2001. Como se cita en Toirac, 2009, p.33).

Otra de las definiciones que también sintetizan de manera acertada estos aspectos conceptuales es la ofrecida por McGuigan (1996) cuando afirma que la política cultural es “la confrontación de ideas, fuerzas institucionales y relaciones de poder que intervienen en la disputa sobre la producción y circulación de significados simbólicos”. (p.1)

Estos sentidos aparecen asimismo citadas por Álvarez (1999) al pensar la política cultural como “el proceso generado cuando diferentes conjuntos de actores políticos, marcados por, y encarnando prácticas y significados culturales diferentes, entran en conflicto”. (p.143) Estas definiciones no tratan de invocar a la política cultural en un sentido conflictivo o contradictorio, más bien pretenden interpretarla como un espacio donde se piensa a las prácticas culturales como prácticas de poder, donde intervienen diversos actores sociales con representaciones y características diferentes y donde los procesos simbólicos también influyen.

Al respecto, la reflexión de Ana María Ochoa (2002) resulta indispensable para este tema:

A medida que la política cultural, entendida como intervención en un campo simbólico específico, se expande para incluir diferentes actores sociales y una gama amplia de procesos culturales y formas de representación, se consolida simultáneamente una noción más amplia de lo simbólico como mediador de lo político y lo social y no sólo como un campo que se define desde lo estético. Así, el campo de las políticas culturales, entendido como un campo de organización e intervención, amplía no sólo sus fronteras de actores sociales (de campos de enunciación desde donde se diseñan e implementan las políticas culturales), sino que deja de concebirse exclusivamente como un campo de organización de objetos culturales y pasa a ser pensado como un campo en el cual lo simbólico lo que hace es mediar procesos culturales, políticos y sociales. (p.33)

Todos los procesos que hoy existen y surgen en los sectores de la actividad humana comprenden un carácter cultural, no solo tiene una repercusión cultural, sino que constituyen una dimensión cultural. Así como lo constituye también la política, porque “toda política encierra en sí una condición cultural, toda política es cultura”. (Acanda, 2007. Como se cita en Toirac, 2009, p. 72)

Al respecto Acanda (2007) concibe la formulación de la política cultural como “un proceso esencialmente dialógico y conflictivo en tanto terreno donde se construyen/disputan los sentidos sociales por agentes e instituciones diversos que interactúan en un marco de acción concreto, generalmente condicionado por relaciones asimétricas de poder”. (p. 72)

Partiendo de estos presupuestos se puede pensar la política cultural como una instancia social involucrada en la movilización y confrontación de valores y significados a través de la agencia de diversos actores e instituciones que operan en un contexto social estructurado.

1.2.1 La política cultural en Cuba

Diversos son los fundamentos que han referido a la política cultural de Cuba. Al respecto, Hart (1982) plantea:

En Cuba cuando se habla de política cultural no se refiere exclusivamente al tratamiento de los creadores individuales—artistas y escritores aunque, por supuesto, también los incluimos a ellos, sino esencialmente a la promoción y difusión en la población; es decir, subrayamos la participación activa y creadora del pueblo, tanto en la elaboración de la política cultural como en el desarrollo de la creatividad artística. Y es esto lo que define, en última instancia, el carácter democrático y popular de una política cultural. (p. 148)

La política cultural parte de la valorización y preservación de las raíces culturales y de la identidad de un pueblo o una nación. De esta forma se podrá garantizar niveles superiores de creación e innovación, donde se busque lo nuevo y no se quede en lo tradicional, siempre fundamentándose en lo histórico y popular.

La identidad cultural según Hart (1982) “es el sentimiento que experimentan los miembros de una colectividad que se reconocen en esa cultura y de no poder expresarse con fidelidad y desarrollarse plena y libremente si no es a partir de ella.” (p. 150). La cultura de cada país es la expresión de su propia naturaleza, de su realidad y sentir, de su identidad como pueblo diferenciado e independiente de los demás.

Según Armando Hart (1982) la política cultural de Cuba se tipifica por los siguientes parámetros:

- Tener amplios círculos de lectores y las más amplias y mejores ediciones de libros, de acuerdo a nuestras posibilidades.
- Tener organizado ampliamente, y con la más alta calidad, un sistema integral de escuelas de arte y de la enseñanza en general.
- Integrar con la mayor amplitud y profundidad la enseñanza artística dentro del sistema regular de educación.
- Auspiciar la organización de los intelectuales e asociaciones e instituciones democráticamente electas.
- Vincular la ciencia al trabajo de orientación y dirección culturales, desarrollar un amplísimo movimiento juvenil e infantil, vinculado a las actividades de carácter artístico y cultural a través de organizaciones como las uniones de pioneros y los clubes juveniles.
- Brindar la educación totalmente gratuita y sin excepción y promover un concepto más profundo de la educación, entendida esta no solo como instrucción general, sino como formación integral de la personalidad y como vinculación del estudio al trabajo, a la preparación física y a las actividades artísticas.
- Incluir dentro de la educación superior, como parte sustantiva de su sistema, los principios de investigación científica.
- Considerar dentro de la educación la lucha en favor de la paz y contra la discriminación racial y social, y contra todo aquello que viole los derechos individuales de las personas.
- Desarrollar un amplísimo movimiento de casas de culturas y de aficionados al arte, con la activa participación de las organizaciones sociales y de masas, especialmente las obreras.
- Apoyar y estimular la más amplia libertad creadora de los talentos individuales y de los valores surgidos del seno de las generaciones jóvenes.
- Apoyar la creatividad artística de las masas, a través de las organizaciones sociales y del movimiento de aficionados al arte donde se integran centenares de miles de personas.
- Elaborar la política cultural y las formas de su aplicación por medio de consejos populares de la cultura, organizados en municipios, provincias y nación, en donde estén representados los

obreros, los campesinos, las mujeres, los jóvenes, los estudiantes, los artistas y escritores, entre otros. (pp. 155-156)

Fidel Castro en su discurso “*Palabras a Intelectuales*”, refiriéndose a la política cultural, emite varios conceptos de gran importancia para el desarrollo de la presente investigación. En un primer momento se trata a la cultura más allá de lo artístico-literario y patrimonial para extenderla a otros ámbitos más generales de conocimiento, haciendo énfasis también a la esfera ideológica, tal como aparece referido en el siguiente fragmento:

Es fabuloso el camino que se abre hacia la formación de la sensibilidad y apreciación de las artes entre los más jóvenes y hacia el ambicioso propósito de crear una cultura general integral masiva en nuestro pueblo. Una cultura no sólo artística, sino también histórica, científica, económica, geográfica, ambiental y en los más diversos campos del conocimiento con profundo sentido humanista. (Castro, 2005, p. 93).

Al respecto Acosta (2008) plantea:

Solo alcanzando cada cubano una visión integral, científica y humanista del mundo en que vivimos, de sus peligros y amenazas, de su organización y las leyes que lo rigen, de las fuerzas motrices que lo hacen avanzar o retroceder, estaremos en condiciones de optar por las mejores decisiones posibles y reducir al mínimo los errores, especialmente, en materia de ideología y política. (p. 93)

Otro de los aspectos determinantes para ese concepto de política cultural es a través de la asociación entre desarrollo cultural y una noción de bienestar humano superior. Desde este enfoque, la cultura es asociada al universo espiritual del individuo. O sea, se trata de un modelo de desarrollo donde lo espiritual, la dignidad y un modelo de calidad de vida sustentable, estén por encima de la materialidad.

- Nosotros no podemos diseñarle al cubano un futuro en que cada familia tenga -como salen en las películas yanquis- dos automóviles, una piscina o un chalet. Pero sí hemos de garantizarle condiciones dignas de vida y al mismo tiempo que esa vida sea rica en términos espirituales y culturales. Se trata de concebir la cultura como una forma de crecimiento y realización personal, que tiene que ver con la calidad de vida. En este sentido, nosotros estamos convencidos de que la cultura puede ser un antídoto frente al consumo y frente a esa idea tan repetida de que sólo comprando se puede ser pleno y feliz en este mundo. Creo que ésa debe ser nuestra meta. (Prieto, 2004, p. 94).

- No pretendo que este planeta sea un convento de monjes cartujos, pero sí pienso que este planeta no tiene otra alternativa que definir cuáles deben ser los patrones o modelos de consumos alcanzables y asequibles, en los cuales debe ser educada la humanidad. Cada vez son menos los que leen un libro. Lo más lógico y elemental es que mientras más productividad, menos esfuerzo físico o mental, menos desempleo y más tiempo libre debe tener el hombre. (Castro, 1961, p. 94).

Otra de las ideas claves que fundamenta el concepto señala el papel de la cultura como elemento de emancipación colectiva.

- Sin cultura no hay libertad posible, porque la cultura es obra de pensamiento, instrumento liberador que nos permite defender nuestra identidad y potencia nuestra independencia y nuestra soberanía en un mundo globalizado, sometido pasivamente a los mecanismos de mercado y al fetiche de la tecnología. (Castro, 2000, p. 94).

- Cuba reivindica permanentemente un pensamiento de la emancipación que tiene mucho que ver con la democratización del producto cultural, de las artes plásticas, del cine. Nos interesa un lector, un espectador, un receptor de la cultura, participativo y al mismo tiempo preparado para conocer, entender lo mejor e incluso lo más sofisticado del arte. (Prieto, 2007, p. 94).

Es posible señalar cómo el discurso político, al promover la concepción de cultura, comprende la necesidad de ampliar los aspectos ideo-estéticos del individuo como recurso de aprehensión de la realidad donde se desarrollan. Atribuye a la cultura una relación con el bienestar humano y desarrollo social. Sin duda, la política cultural es una tarea compleja debido a los contextos donde se desarrolla cada individuo y a la hibridación cultural que hoy se evidencia en el mundo, donde a pesar de multiplicarse los canales y soportes tecnológicos y diversificarse las ofertas culturales, predomina aun el lenguaje discursivo.

A pesar de que en Cuba no existe un documento estipulado y normado referido a la política cultural, muchas son las instituciones que tributan al desarrollo y la vigencia de la misma. Algunas de estas son el PCC (Partido Comunista de Cuba), ICRT (Instituto Cubano de Radio y Televisión), MINCULT (Ministerio de Cultura), ICM (Instituto Cubano de la Música), CNAE (Consejo Nacional de Artes Escénicas), ICAIC (Instituto Cubano de Arte e industria Cinematográfica), CNAP (Consejo Nacional de Artes Plásticas), ICL (Instituto Cubano del Libro), UNEAC (Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba), AHS (Asociación Hermanos Saiz), entre otras.

1.3 Los medios de comunicación y la política cultural, elementos de relación

Todos estos aspectos antes mencionados, con base en la política cultural del país están a tono también con la propuesta de política de programación de la radio y la televisión, principal instrumento de trabajo que rige la actividad creativa de ambos medios.

A través de estos medios y de la política cultural sostienen en su programación el interés principal en la defensa de la cultura, la identidad nacional, la participación en el proceso de formación y superación educacional, cultural, social y político-ideológica de la población.

La tarea principal que hoy ocupa a los medios de comunicación, a través de una programación creativa, entretenida e informativa, está en proyectar la realidad nacional e internacional, la identidad, la formación de hábitos y gustos de elevado nivel estético en el público; la promoción del arte, la literatura y la cultura, como prácticas sanas para el desarrollo personal, la recreación y el esparcimiento.

El hecho de que todos los procesos internos estén coordinados, organizados y funcionen efectivamente y de forma armoniosa en los medios, permite realizar una programación eficiente y funcional a su vez, donde con cada programa, el público se identifique y se satisfagan las necesidades de los mismos. Para ello, en este epígrafe se pretende realizar un acercamiento a los procesos infraestructurales, estructurales y supraestructurales, analizando todas sus características, con el fin de entender los procesos que traen consigo la realización de una efectiva programación.

1.3.1 Sobre los medios de comunicación masiva y sus estructuras

En cada país los sistemas responden a una configuración cultural determinada, a una estructura jurídica de funcionamiento de la televisión, a un grado de desarrollo de la industria televisiva nacional y a unos modos de articulación específicos.

Serrano, al respecto, señala que “es posible estudiar cualquier sistema a partir de su supraestructura, infraestructura y estructura, que se equiparan a los componentes abstractos, la base material y la organización”. (Serrano, 1986, p. 22)

Es por ello, que el término estructura lleva implícito la idea de que las partes se disponen conjuntamente de tal modo que el objeto social se desarrolle y mantenga su fin. Al respecto Hall (1996), expone tres aspectos estructurales esenciales:

1. Resaltar la división de las partes y su unidad al disponerlas en un conjunto.
2. Reflejar la acción de construir un orden.
3. Transmitir la idea de que sostienen y mantienen en pie los objetivos. (p. 36)

La estructura expresa las formas en que las instituciones disponen la unión de las diferentes partes. Para ello, necesitan entrelazar significados determinantes como la coordinación, esencia y sostén de cualquier organización. A través de ella, se expresa el orden o jerarquía, el poder, las relaciones y la posición formal de las personas. Este término es la base fundamental para cualquier institución, ya que de ella depende el desarrollo de la misma.

Una de las figuras representativas referentes al concepto estructura fue Mintzberg (1995), donde plantea “La estructura de la organización puede definirse simplemente como el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas, consiguiendo luego la coordinación de las mismas”. (p. 26)

Las estructuras constituyen un medio para que las organizaciones cumplan con la razón que le da sentido a su existencia. Contribuyen a la creación de los productos organizacionales (productos y servicios en la empresa e ideas para otras entidades) vinculándolo al objeto social. Es por ello que las estructuras no pueden ser inmóviles en el tiempo, sino que pueden ser sometidas a rediseño siempre que la entidad lo necesite.

De esta forma, es que Hall (1981) expone que el trabajo con las estructuras debe efectuarse de manera sistemática por dos razones:

- Porque los cambios obligan a los rediseños continuos, para que la estructura no se convierta en un freno.
 - Para evitar los cambios traumáticos que representan las modificaciones totales en la entidad, lo cual produce una incertidumbre e inestabilidad en su funcionamiento que generan resistencia y hasta fuerte oposición por parte de las personas. (p. 96)
- Citando las palabras de Mintzberg (1991), se puede decir que las estructuras son:
- Flujo de autoridad formal. Se expresa con en el organigrama, pero este no refleja todas las relaciones de poder y comunicación informal existentes.
 - Flujo regulado de trabajo. Indica cómo se ejecuta el flujo de trabajo a través de las diferentes operaciones o actividades.

- Flujo de comunicación informal. Encierra las comunicaciones no oficiales que se producen como resultado de la interacción de las personas dentro de la organización y los centros de poder no oficial existentes. Su representación es similar a la de un sociograma.
- Flujo o constelaciones de trabajo, Refleja como en el proceso de trabajo se crean determinados conjuntos en función de la labor que se ejecuta no de la jerarquía.
- Flujo de decisiones temporales “Ad hoc”. Existen temporalmente para dar respuesta a un problema y en ellas intervienen personas integrantes de diferentes áreas. (pp. 28-29)

Al respecto Herrera (2008) expone una serie de elementos estructurales, supraestructurales e infraestructurales que influyen en el desarrollo de los procesos de gestión de las instituciones y engloban el objetivo de la presente investigación:

- Presupuestos supraestructurales: Normas, ideas, postulados y enfoques que sustentan y le dan origen a las televisoras de cobertura local, recogidas fundamentalmente en documentos que estipulan y/o regulan las funciones, objetivos y deberes de los canales y contenidas en las opiniones de los actores que intervienen en su concepción y materialización.
- Infraestructura: Recursos, equipamientos y medios de producción y reproducción social de contenidos que emplean los medios para su trabajo cotidiano.
- Elementos estructurales: Elementos que definen la estructura interna de la experiencia de televisión, entre las que se pueden analizar la organización interna, las características de la programación, las relaciones con las fuentes de información, mecanismos de retroalimentación establecidos y la función de estos canales dentro del sistema de medios nacionales. (p. 62)

Todos estos procesos estructurales influyen de una forma u otra en la cultura organizacional de las instituciones, debido a que todas funcionan como un sistema donde cada procedimiento está implícito en el otro. Las estructuras deben contribuir al logro de los objetivos, por ello es que en cada institución, todos estos aspectos antes expuestos, deben estar en perfecta coherencia, para obtener un producto de calidad.

Otros elementos que se encuentran dentro de estas estructuras y que son de gran importancia para el funcionamiento interno de las instituciones e influyen directamente en todo el proceso de producción son las ideologías profesionales y las rutinas de producción.

Citando las palabras de Wolf (1987), al respecto define que:

Las ideologías profesionales son las representaciones, creencias formales y conscientes, los presupuestos, actitudes, hábitos, comportamientos, compromisos y

sentimientos menos conscientes, la visión del mundo o perspectiva general; sistema más o menos coherente de imágenes, ideas, principios éticos, códigos y símbolos que las organizaciones periodísticas ponen en juego con el fin de regular, en su seno, las relaciones que los periodistas mantienen entre ellos y comparten. (p. 10)

De lo expuesto anteriormente se infiere que la ideología influye sobre todas las áreas de la vida, especialmente en la cultura, la política, la economía, la educación, la religión, las ciencias sociales, las tecnologías, la comunicación social, la publicidad y el periodismo. Al respecto Fernández (2011) expone que “una ideología profesional es un conjunto de consideraciones éticas y morales en torno a un colectivo de trabajadores, que envuelve razonamientos referidos a la justificación del trabajo, los intereses particulares del grupo, su estatus, privilegios y poder”. (p. 31)

A partir de este concepto es donde las ideologías profesionales se relacionan con las rutinas productivas. Muchas veces se conforman a partir de ellas y otras son resultado del ejercicio sostenido de esas prácticas, por lo que intervienen en el proceso de producción de noticias e influyen en el carácter final de las informaciones elaboradas, en la rapidez, en la forma en que se realizan, y en el modo en que se configura una imagen de la realidad social, luego difundida por los medios.

Las ideologías profesionales existen condicionadas por el contexto sociopolítico, por la circunstancia de los medios y por la organización en que labora cada individuo. Sus componentes son múltiples y se van conformando a través de largos procesos de socialización ocurridos, no solo en las organizaciones de los medios, sino también en la sociedad.

Es aquí donde intervienen una serie de aspectos necesarios para el ejercicio profesional: códigos, símbolos, rutinas, estereotipos, representaciones, sistema de conocimientos, entre otros aspectos que dan sentido a los medios, de lo cual se desprende la influencia de las rutinas productivas en los actos de autorregulación de las instituciones.

Al respecto Elliott (2003) expone que “todo grupo ocupacional desarrolla en su camino hacia el profesionalismo, ciertas ideologías o sistemas de creencias que dan sentido a su trabajo y le justifican dentro del propio grupo y frente a las personas ajenas a él”. (p. 31)

Las rutinas productivas, vistas desde las ideologías profesionales, constituyen un elemento imprescindible en la producción y difusión de los productos comunicativos, por cuanto marcan e identifican las formas del trabajo diario. Por lo que, se puede entender que

las “rutinas productivas siempre han jugado un rol primordial en la construcción social de la realidad. Los materiales periodísticos han resultado productos de modos específicos de organizar el trabajo informativo”. (Wolf, 2005, p. 133).

Serrano (1993) dentro de sus definiciones señala que “las rutinas productivas son todos los esquemas de percepción, de apreciación y de acción inculcados por el medio social en un momento y lugar determinados; es decir, son todas las disposiciones socialmente adquiridas mediante el aprendizaje, que median entre las condiciones objetivas y las conductas de los individuos, y las advertimos como viejas costumbres, repeticiones o hábitos”. (p. 42)

Esta conceptualización demuestra la importancia de las rutinas productivas y de su implicación en las ideologías profesionales y como ambas influyen en las estructuras de las instituciones. A lo largo de este epígrafe se ha podido definir como cada proceso se encuentra implícito en el otro y como para obtener un producto eficaz todos tienen que estar en perfecta coherencia.

1.4 Telecentros

La televisión es un sistema encargado de orientar, dirigir y controlar los procesos de creación, producción, y transmisión de la programación televisiva, con el fin de educar, informar, entretener y persuadir a partir de la imagen y la palabra a cualquier tipo de público.

En Cuba la televisión está subordinada al Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT); organismo encargado de:

Satisfacer las necesidades informativas, educativas, culturales y de entretenimiento de la población, con una programación diaria de radio y televisión portadora de los valores políticos, ideológicos, sociales, ético y estético, de nuestra sociedad socialista. Dirigir, supervisar y garantizar el desarrollo de una radiodifusión competitiva y garante de la cultura e identidad nacional. (ICRT, 1998, p. 3)

Muchas son las instituciones que se subordinan a esta entidad para hacer llegar a los pobladores una programación variada y territorial. Esto se evidencia a través de los telecentros que se han creado a lo largo de los años en cada provincia.

Los telecentros son considerados como:

“Emisoras de televisión sin frecuencia radioeléctrica propia, que utilizan para sus transmisiones un horario asignado por el sistema televisivo nacional a través de uno de sus canales. Realizan una programación orientada a informar sobre los acontecimientos provinciales, promover la idiosincrasia del territorio donde están enmarcados y entretener a la audiencia.” (Cabrera & Legañoa, 2007, p. 77. Como se cita en Herrera, 2008, p. 44).

Estas instituciones surgieron dada la necesidad de instituir sedes provinciales de televisión que pudieran aportar informaciones para el sistema televisivo nacional y que a su vez fueran la voz del acontecer territorial en los lugares desde donde transmitían. Este período es reconocido como de “completamiento del sistema televisivo nacional”. (Herrera, 2008, p. 45).

Luego de creado los telecentros el área de cobertura se redujo a las fronteras provinciales, transformando los intereses y objetivos de la programación que se realizaba.

A partir de una delimitación regional más específica, cada telecentro pudo proyectar una parrilla de programas, organizada en función de patrones culturales y de identidad correspondientes a las particularidades de cada provincia. De esta forma se articularon en un sistema estructurado, con características, lineamientos, misiones propias y distintas a las de la Televisión Nacional. (Herrera, 2008, p. 45)

El objeto social de los telecentros se legalizó a través de la Resolución 439 del Ministro de Economía y Planificación. Entre los aspectos fundamentales destaca que:

- Estos canales deben producir programas, menciones, materiales noticiosos y transmisiones de cualquier naturaleza para ser difundidos por los canales de televisión, por iniciativa propia y contratación de los organismos y personas jurídicas.
- Atender y controlar desde el punto de vista administrativo y técnico a las corresponsalías del Noticiero Nacional de Televisión a ellos vinculadas y brindar servicios de asesoría técnica en materia audiovisual. ” (Herrera, 2008, p. 46)

La Dirección Nacional de Telecentros (DNTC), en sus lineamientos, señala la estrecha vinculación que debe existir entre estos canales y las organizaciones locales y/o territoriales como el Partido Comunista de Cuba (PCC), el Sindicato de trabajadores, la Unión de Jóvenes Comunistas (UJC), la Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC), el Sistema Institucional del Ministerio de Cultura (MINCULT), entre otros, y la necesidad de crear productos de calidad que cumplan con las expectativas de la teleaudiencia, respondan

a los objetivos e intereses que sustentan su objeto social y se inserten de forma coherente en el entorno sociocultural y político del territorio y la nación. (Herrera, 2008, p. 46)

Estos canales transmiten para sus provincias de lunes a viernes, por la frecuencia de Tele Rebelde, en el horario comprendido entre las 12:00 y 12:30 pm y las 4:30 y las 6:00pm. El hecho de ser medios provinciales influye en que la programación responda a intereses de la realidad social en la que se encuentra la provincia donde están ubicados. Es por ello, que tanto los medios como los telecentros están encargados de transmitir a través de la imagen y la palabra la identidad y el sentido de pertenencia de cada provincia.

A modo de resumen se puede decir que los telecentros en Cuba son emisoras de televisión pública, territoriales, que al igual que el resto de los medios nacionales responden a los intereses del Estado y el sistema social cubano. Se integran dentro del Sistema de la Televisión Nacional y se subordinan a la Vicepresidencia de Televisión del ICRT. Producen y transmiten programación propia como una opción más cercana a su público, que responde a la identidad de la provincia en la que se encuentran ubicados. Asimismo, brindan informaciones a la televisión nacional que aumentan la presencia y visibilidad de todos los territorios del país en la pantalla y los fines de semana transmiten una programación dirigida al municipio en el que se encuentran ubicados.

Capítulo 2



Capítulo II. Marco Metodológico.

1.1 Contexto de Investigación

El canal de televisión local Telecubanacán, perteneciente al Ministerio de Cultura, se fundó el 5 de noviembre de 1984. Esta institución está situada en el complejo Abel Santamaría de la ciudad de Santa Clara, Villa Clara.

En sus inicios se convirtió en Centro Regional de Información del canal nacional Telerebelde para el territorio central de Cuba, que incluye a las provincias de Cienfuegos, Sancti Spíritus y Villa Clara. Durante 14 años Telecubanacán se convirtió en voz e imagen del impetuoso desarrollo económico, político, social y cultural del centro del país, con transmisiones diarias de lunes a viernes de 12.00 a 12.30 y de 5:00 a 6:00 de la tarde.

Durante las 7 horas y media de transmisión semanal ofrece a sus telespectadores 15 espacios que abarcan el amplio diapasón de la sociedad cubana. Se destacan por su perfil histórico, juvenil, cultural, infantil, informativo, deportivo, campesino, la orientación social, una revista de variedades y un noticiero de 12 minutos diarios que inaugura las transmisiones del canal.

El telecentro se caracteriza por tener una función social de servicio público responsabilizado con la información, el entretenimiento, la educación político-ideológica, moral y estética de la población. Actualmente cuenta con una página web, www.telecubanacan.co.cu, un espacio creado para que la televisora trascienda más allá de las fronteras del país.

La misión:

Somos un espacio informativo, educativo y de entretenimiento que satisface los intereses de los diferentes públicos de la provincia de Villa Clara, en correspondencia con los principios de su Revolución Socialista.

La visión:

Somos reconocidos en el territorio por los diferentes públicos como un equipo de trabajadores que actuamos con alta profesionalidad, sentido humanístico y revolucionario, manteniendo nuestras tradiciones e identidad nacional.

El sistema de valores que se encuentran presentes en el telecentro son: profesionalidad, calidad, creatividad, colectivismo y sentido de pertenencia. Dentro de los valores a fomentar están: sistematicidad, competencia, combatividad, calidad y creatividad.

El objeto social de “Telecubanacán” está basado en:

- Satisfacer las necesidades informativas, educativas y de entretenimiento de la población de la provincia de Villa Clara, con una programación diaria de televisión, partiendo de la cultura y tradiciones del territorio y las distintas comunidades que lo integran.
- Producir programas, menciones, materiales noticiosos y transmisiones de cualquier naturaleza para ser difundidos por los Canales de la televisión, por iniciativa propia y mediante contratación de otros organismos y personas jurídicas.
- Efectuar producciones, servicios o informaciones para uso de otros organismos y entidades.
- Concertar, previa aprobación del Instituto Cubano de Radio y Televisión, los instrumentos de colaboración con entidades extranjeras y ejecutar las actividades que le fueran asignadas en los instrumentos internacionales bilaterales en las cuales el ICRT forma parte.
- Atender y controlar el envío de trabajos periodísticos, en correspondencia con las solicitudes nacionales o del territorio, a los espacios del Sistema Informativo de la Televisión Cubana.
- Realizar y comercializar producciones y coproducciones en sus soportes técnicos, en moneda nacional a personas naturales y jurídicas cubanas y en moneda libremente convertible a personas naturales y jurídicas extranjeras.
- Ofrecer los servicios que requieran las producciones audiovisuales en moneda nacional.
- Brindar servicios de asesoría técnica en materia audiovisual a personas jurídicas cubanas en moneda nacional y a personas naturales y jurídicas extranjeras en moneda libremente convertible.
- Obtener derechos editoriales de las producciones musicales y de otras audiovisuales que se realicen y comercialicen, en moneda nacional y de personas naturales y jurídicas extranjeras en moneda libremente convertible.

- Comercializar de forma mayorista y minorista spots publicitarios en moneda nacional. En el caso de personas naturales o jurídicas extranjeras el cobro se efectúa en moneda libremente convertible.
- Atender y controlar administrativa y metodológicamente a los telecentros municipales enclavados en su territorio.
- Brindar servicios de comedor y cafetería a sus trabajadores.

1.2 Problema de investigación:

- ¿Qué características poseen los rasgos fundamentales de la implementación de la política cultural en el telecentro Telecubanacán de Villa Clara?

1.3 Objetivos de la Investigación

Objetivo General:

- Caracterizar los rasgos fundamentales de la implementación de la política cultural del telecentro Telecubanacán de Villa Clara.

Objetivos Específicos:

- Caracterizar el componente material (infraestructura) de los procesos de producción y reproducción cultural del telecentro.
- Caracterizar el componente organizativo (estructura) de los procesos de producción y reproducción cultural del telecentro.
- Caracterizar el componente cognitivo (superestructura) de los procesos de producción y reproducción cultural del telecentro.

1.5 Paradigma de investigación

El paradigma de investigación al que se adscribe la investigación es el Hermenéutico ya que pretende interpretar, explicar o traducir el objeto de estudio tal y como se observa. Lo

que se pretende a través de la utilización de este paradigma es comprender el funcionamiento interno del telecentro "TeleCubanacán" para obtener información valiosa, que posibilite arribar a conclusiones sobre cómo esta institución a través de su programación, responde y tributa a la política cultural del país.

Para la hermenéutica el proceso de interpretación-comprensión es el aspecto fundamental. Uno de los autores que aportaron sus referencias al respecto fue Gadamer (1997) donde sostiene que: "el sentido del texto le pertenece a él, pero además a quien procura comprenderlo". (p. 244)

Utilizando las palabras de Ulises Toledo (1997) cuando plantea lo fundamental en el trabajo hermenéutico esta en asumir que: "El referente es la existencia y la coexistencia de los otros que se me da externamente, a través de señales sensibles; en función de las cuales y mediante una metodología interpretativa se busca traspasar la barrera exterior sensible de acceder a su interioridad". (p. 205)

En palabras de Martyniuk (1994), se podría decir que la hermenéutica persigue: "romper con elementos simbólicos contenidos en la cultura, romper con las interpretaciones del mundo que hemos construido (o heredado)". (p. 69)

Baeza (2002) presenta nueve recomendaciones para este paradigma:

- Lograr un conocimiento acabado del contexto en el cual es producido el discurso sometido a análisis.
- Considerar la frase o la oración como unidad de análisis en el *corpus*.
- Trabajar analíticamente apoyándose en la malla temática y sus codificaciones respectivas.
 - Trabajar analíticamente por temas, desde la perspectiva del entrevistado.
 - Establecer un segundo nivel de análisis de contenido.
 - Trabajar analíticamente el conjunto de las entrevistas, desde las perspectivas de las personas sometidas a entrevista.
 - Revisar el análisis en sentido inverso, es decir comenzando esta vez desde la perspectiva del entrevistado.
 - Establecer conclusiones finales según estrategia de análisis de contenido escogida (vertical u horizontal). (pp. 163-164)

El paradigma hermenéutico está concentrado en la generación del entendimiento y la comprensión, ya que a partir de ellos está dado el desarrollo y la esencia de la sociedad. "Todo entendimiento, para ser posible, requiere de un preentendimiento tanto en lo que se refiere al medio (lenguaje), como a la materia del discurso. El reconocimiento de que el

entendimiento requiere de un preentendimiento (de un entendimiento previo compartido) es uno de los rasgos fundamentales del círculo hermenéutico" (Echeverría, 1997, p. 220).

1.6 Perspectiva Metodológica

La investigación se realiza desde una perspectiva metodológica Cualitativa.

Desde la perspectiva cualitativa "un investigador estudia el contexto natural, interpretando los fenómenos según los significados que estos tienen para los propios miembros implicados". (Rodríguez, Gil y García, 2004). De esta manera, esta investigación pretende comprender con una mirada crítica los procesos investigativos, de producción, culturales, identitarios y simbólicos en el quehacer interno de telecentro "Telecubanacán". A partir de esta investigación se podrá interpretar la realidad existente entre lo que esta normado y pautado en los documentos de análisis y lo que se está realizando en el ámbito interno del telecentro.

En las investigaciones cualitativas el investigador asume un rol determinante y se adentra en el escenario libre de prejuicios y estereotipos, pero permeado de un conocimiento inicial y de líneas investigativas, que pueden estar susceptibles a cambios, una vez introducido se comienza con la investigación.

1.7 Método de investigación.

Al utilizar el método etnográfico en esta investigación cualitativa se utilizan la observación y las entrevistas para conocer el comportamiento social, las rutinas e ideologías profesionales, el cumplimiento del objeto social, la misión, visión y la vigencia de la política cultural en la realización de la programación del telecentro.

"La investigación etnográfica pretende revelar los significados que sustentan las acciones e interacciones que constituyen la realidad social del grupo estudiado; esto se consigue mediante la participación directa del investigador. Con frecuencia, el investigador asume un papel activo en sus actividades cotidianas, observando lo que ocurre y pidiendo explicaciones e interpretaciones sobre las decisiones, acciones y comportamientos que observa." (Ábila, 1988)

1.6. Conceptualización de la categoría analítica.

La categoría de análisis que encierra la presente investigación es la implementación de la Política cultural. Para ello se realizará una segmentación de la misma, a través de diferentes categorías de análisis:

Implementación de la política cultural en el telecentro: Se concibe como el modo en que la política cultural se materializa en la programación del telecentro. Parte del supuesto de concebir la programación como proceso, de donde resulta necesario la caracterización del conjunto de nociones, voluntades, concepciones, procedimientos, recursos, conflictos, etc., que la determinan.

➤ **Componente material (infraestructura):** Recursos, equipamientos y medios de producción y reproducción social de contenidos que emplean los medios para su trabajo cotidiano (...) recursos técnicos, materiales y humanos, puestos en función de la producción y transmisión de los canales. (*Herrera, 2008, pp. 62-63*)

- **Disponibilidad de la política cultural como documento normativo para su consulta.**

- **Equipamiento técnico:**

- Tecnología utilizada para la producción y transmisión.
- Estado de disponibilidad de los recursos

- **Recursos Humanos.**

- Selección del personal
- Procedencia
- Nivel académico
- Conocimiento previo del trabajo del medio
- Experiencia profesional
- Identificación y compromiso con el canal y sus funciones

- **Recursos financieros:**

- monto total
- estado de suficiencia/insuficiencia respecto las necesidades del centro
- modo de empleo (prioridades en que es desagregado)

- normativas relativas a su uso: grado de libertad en que puede ser desagregado según decisiones del telecentro
- **Otros elementos:**
 - Características arquitectónicas del centro
 - Condiciones generales para el trabajo cotidiano: comedor, transporte, confort, espacios, etc.

➤ **Componente organizativo (estructura):**

- **Organización Interna**
 - Organigrama
- **Programación**
 - Horarios de transmisión
 - Estructura
 - Procedencia
 - programación propia
 - programación importada o exterior
 - de corresponsalías municipales
 - de telecentros municipales
 - de medios nacionales (u otros telecentros provinciales)
 - de medios internacionales
 - Contenidos
 - Perfiles temáticos prevaecientes
 - Procedencia
 - Fuentes de información
 - Internacionales
 - Nacionales
 - Territoriales
 - Locales
 - Otras
- **Mecanismos de participación implementados**
 - Participación de los televidentes:
 - Como protagonistas
 - Como fuentes de información

- Como jueces de calidad
- Como creadores de mensajes
- Como gestores en la producción de los programas.
- Participación de instituciones territoriales y/o locales.
 - Como protagonistas
 - Como fuentes de información
 - Como jueces de calidad
 - Como creadores de mensajes
- Como gestores en la producción de los programas

Prácticas de investigación:

- Características de investigaciones de las que se provee la institución.
 - Tipos de investigación
 - Investigaciones de audiencias
 - Trabajos de Diploma
 - Sondeos de opinión
 - Encuestas aplicadas a un programa específico
 - Principales motivaciones y problemáticas susceptibles de investigación.
 - Periodicidad o regularidad con que se realizan las prácticas de investigación de audiencia.
 - Semanal
 - Mensual
 - Trimestral
 - Semestral
 - Anual
 - Alcance
 - Provincial
 - Municipal
 - Local.
 - Objetivos de las investigaciones

- Incidencia de los resultados en el diseño de la tira programática: utilidad de las investigaciones en el trabajo radial.
 - **Niveles y fases de decisión en la producción:** quiénes, en qué momentos, y con qué criterios deciden lo que es producible.
 - Organización de los procesos creativos individuales y colectivos
 - Capacitación en materia de política cultural. (*Herrera, 2008, pp. 63-64*)
- **Componente cognitivo (superestructura)**
- Misión
 - Visión
 - Política de programación
 - Política musical
 - Política cultural
 - Concepciones sobre el papel del telecentro en la producción y reproducción cultural de la provincia
 - Valoración sobre la relación del telecentro con la implementación de la Política cultural:
 - Nacional
 - Provincial
 - Concepciones relativas a la audiencia y su relación con ella.
 - Concepciones relativas a la conformación y cambio de la programación.
- (*Herrera, 2008, pp. 62-64*)

1.8 Selección de la Muestra

La muestra está conformada por Informantes (Individuos que poseen claramente las situaciones que se analizan o estudian) y por informantes claves (Sujetos que por su conocimiento sobre el objeto no se pueden quedar fuera de la investigación).

Esta muestra se selecciona a través de un muestreo en cadena o redes: “personas claves que pueden decir quien más podría ayudar a aportar información pertinente para la investigación”. (Sampieri, 2006). Para ello se tiene en cuenta la disposición de los individuos para cooperar con la investigación. Además de la posición laboral que posean. A medida que transcurre la investigación se va seleccionando hasta que no aporte ningún dato

novedoso o se sature la información, provocando la salida del campo.

Para la muestra de informantes claves se considera:

- Opinión de individuos expertos en el tema teniendo en cuenta la experiencia, formación profesional, especialización en el tema, vínculo con el medio televisivo, resultados notables en la trayectoria.
- Disposición para colaborar con la investigación.
- Tiempo disponible para ofrecer informaciones.

La selección de informantes tiene un carácter dinámico, progresivo, secuencial, porque se extiende durante el desarrollo de la investigación a través del uso de las técnicas, según las nuevas informaciones que emergen, las nuevas preguntas que se formule el investigador y las necesidades de contrastar datos para garantizar la confiabilidad y veracidad de los resultados.

El telecentro cuenta con un total de 109 trabajadores, seleccionándose un tamaño de muestra de 30. Entre los que se encuentran miembros del consejo de dirección y trabajadores de los diferentes departamentos de la entidad.

1.9 Descripción de los Instrumentos.

Investigación bibliográfica o documental: se concibe como una técnica que siempre es utilizada en la investigación científica, que puede incluso establecerse como el método principal. Abarca “la selección, evaluación y definición del tema; la confección de la guía temática; la recopilación y evaluación de fuentes, la recogida de información; el análisis e interpretación de los datos; y la elaboración y redacción del informe de investigación” (Alonso y Saladrigas, 2000).

Análisis de documentos oficiales: se entiende como el “conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados” (Piñuel, 2002). Los pasos que incluye esta técnica son: a) selección de la comunicación que será estudiada; b) selección de las categorías que se utilizarán; c) selección de las unidades de análisis, y d) selección del sistema de recuento o de medida.

En este caso, el grupo de documentos que es objeto de análisis lo conforman: Historia del telecentro; Caracterización de la entidad; Reglamento disciplinarios y normativos;

Organigrama de la entidad; Estrategias de comunicación; Manual de calidad; Plan de comunicación interna; Convenio Colectivo, Documento Conjunto del MINCULT-ICRT, Política de Programación, Política musical, Política Informativa, Política Editorial, entre otros documentos legales de la institución. De igual forma, el análisis de contenido es aplicado a la información obtenida de las entrevistas.

Observación: Es una técnica de recopilación de información social primaria mediante la percepción directa de los elementos del objeto estudiado, significativos para los objetivos de la investigación. Consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conductas manifiestas previa orientación hacia un objetivo, planificación consciente y deliberada, con carácter selectivo que garantiza el rigor que exige la científicidad. (Alonso y Saladrigas, 2002)

En la presente investigación se utiliza esta técnica con el objetivo de identificar dinámicas, conocer los procesos de interacción entre los trabajadores, sus comportamientos, motivaciones, rutinas e ideologías, dentro y fuera de los espacios formales, las opiniones que tienen sobre los procesos internos y el objeto social, contrastándola con lo que oficialmente se recoge en documentos o lo que la dirección desea y proyecta.

De esta forma se podrá obtener información relevante sobre los procesos de producción e investigación, la función cultural que hoy tiene el telecentro y la influencia de la política cultural en todos estos aspectos normativos y pautados. De igual modo, la observación acompaña y complementa la realización de otras técnicas como la entrevista.

Entrevista: esta técnica se realiza a los individuos con el objetivo “de obtener información verbal, generalmente en forma de respuestas a preguntas concretas o estímulos indirectos, (...) sobre sí mismos, sobre otros individuos o sobre hechos que le conciernen” (Alonso y Saladrigas, 2000).

Esta técnica permite recoger información a partir de la cual pueden caracterizarse las funciones del telecentro, así como las ideologías profesionales, aspectos estructurales-organizativos y un acercamiento a las rutinas productivas que determinan el quehacer de los trabajadores de dicha institución. Utilizando para esta investigación entrevistas semiestructuradas y en profundidad.

La entrevista semiestructurada se basa “en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados” (Sampieri, 2006). Es utilizada a

informantes e informantes claves, con el objetivo de indagar acerca de cuestiones internas del telecentro, la percepción que tienen los trabajadores acerca de sus principales reglas y normas y si tienen conocimientos acerca de la política cultural por la que se rige la institución para seleccionar los temas y realizar su programación.

A través de la entrevista en profundidad “el entrevistador desea obtener información sobre determinado problema y a partir de él establece una lista de temas, en relación con los que se focaliza la entrevista, quedando a la libre discreción del entrevistador” (Rodríguez, 2004). Esta herramienta es seleccionada para ser aplicada a los informantes claves con el fin de obtener información sobre la percepción que tienen estos del cumplimiento del objeto social desde lo interno de la institución.

1.10 Procedimiento para el análisis de la Información.

El análisis de los datos recopilados se realiza de manera cualitativa de acuerdo con la operacionalización de las categorías analíticas, a través de la triangulación de la información.

Este proceso se realiza a través de la metodología que define a la triangulación como “la acción de reunión y cruce dialéctico de toda la información pertinente al objeto de estudio surgida en una investigación por medio de los instrumentos correspondientes, y que en esencia, constituye el corpus de resultados de la investigación” (Cisterna, 2005, p. 68).

Mediante la triangulación, los resultados obtenidos con el empleo de las técnicas aplicadas adquirieron bases fundamentadas que permiten un efectivo desarrollo teórico de la investigación, así como la validación de las informaciones en un continuo proceso de interpretación y construcción de sentido.

Las fuentes documentales se contrastan con las entrevistas de los informantes e informantes claves.

En un primer momento se analiza a través de un procedimiento inferencial las respuestas de mayor complejidad, en un proceso que “distingue varios niveles de síntesis, y que parte desde las subcategorías, pasa por las categorías y llega hasta las opiniones inferidas en relación con las preguntas centrales” (Cisterna, 2005, p. 68).

Seguidamente, se contrasta la información obtenida de cada uno de los sujetos indagados con independencia de sus características específicas.

La triangulación de los diferentes instrumentos posibilita la integración de toda la información. Así de esta forma, las categorías analíticas quedaran bien definidas de acuerdo a las dimensiones trabajadas en la investigación.

1.11 Principios éticos de la investigación.

La investigación se llevó a cabo teniendo en cuenta los principios éticos de la ciencia, en general, y de la Comunicación Social, en particular. En este sentido, se tuvo en cuenta la seriedad con que se debe realizar una investigación y el respeto con que deben ser tratados los personas que intervienen en ella. Les fue explicado a los sujetos participantes en la investigación, los objetivos, intenciones y alcance de la misma, con el fin de contar con su apoyo, ya que esto facilitaría posteriormente el proceso investigativo.

Estuvieron presentes además durante todo el proceso una serie de valores éticos como la confidencialidad de toda la información referida por los sujetos, asegurándoles a los mismos el anonimato.

Capítulo 3



Capítulo III. Análisis de los Resultados.

Después de haber expuesto los referentes teóricos y metodológicos de la presente investigación, se hace necesario presentar en este capítulo, los principales resultados obtenidos a través de los instrumentos de investigación que se utilizaron.

Los resultados se exponen de acuerdo a las categorías de análisis mencionadas en el capítulo anterior, haciendo referencia a las técnicas y fuentes de donde se obtiene la información en cada caso.

Los resultados obtenidos acerca de la política cultural, permitieron comprender diversos aspectos referidos a la estructura, infraestructura y superestructura, que contribuyen al funcionamiento interno del telecentro y al mejoramiento de la interrelación entre procesos.

1.1 Componente material (infraestructura)

1.1.1 Disponibilidad de la política cultural como documento normativo para su consulta.

La política cultural se concibe como el modo en que se materializa en la programación del telecentro y parte del supuesto de concebir la programación como proceso, de donde resulta necesario la caracterización del conjunto de nociones, voluntades, concepciones, procedimientos, recursos, conflictos, etc, además que debe garantizar la libre circulación de ideas y crear las condiciones para la difusión de bienes y servicios culturales.

En el telecentro no existe un documento rector y normativo con estas características, encargado de coordinar y dirigir las acciones que se desarrollan.

A través de las entrevistas realizadas a los informantes e informantes claves, se pudo percibir que la política cultural del telecentro se encuentra estructurada e implementada a través de la política de programación, política editorial, política informativa, la política musical y el Documento Conjunto del Mincult-ICRT. Por lo que, la realización de la tira programática, se rige por cada uno de los indicadores expuestos en estas políticas.

Algunas de las palabras emitidas referente a la Política Cultural son: *“La política cultural tiene que ver y está puntualmente definida en lo que es para nosotros la política de*

programación y la política informativa para trabajar en la televisión, que tiene que ver con eso también la política editorial, llevándolo al tema de las redes sociales o página web e incluso la política musical, que no solo es en la radio, porque se hacen más programas musicales, pero aquí también se tiene en cuenta esa política musical. O sea, no está para nada aislado, todo tiene que ver pero en función de estos documentos que son para nuestro trabajo, ahí está la política cultural del país.”

Mediante la revisión de estos documentos, se pudo constatar la presencia de una serie de lineamientos necesarios para la realización de la programación, como el interés en la defensa de la cultura y la identidad nacional, la participación en el proceso de formación y superación educacional, cultural, social y político – ideológica de la población, la proyección de la realidad nacional e internacional, la formación de hábitos y gustos en el público, la promoción del arte, la literatura y la cultura. Según sus características estos constituyen el principal instrumento de trabajo que rige la actividad creativa.

Se pudo comprobar que el Documento Conjunto del MINCULT-ICRT, indispensable para la elaboración de la parrilla de programación, no es de mucha utilidad, ni usado por los miembros del telecentro. Solo existe una edición en formato duro, por lo que el acceso a este es limitado. Los demás documentos están al alcance de cada trabajador de forma digital, en cada uno de los departamentos.

1.1.2 Equipamiento técnico

La tecnología utilizada en el telecentro para la realización y producción de la programación de forma general se encuentra obsoleta, aunque se está trabajando en un proyecto para incorporar tecnología de alta definición. Se pudo percibir que la tecnología utilizada en los departamentos es antigua, solo existe una computadora. A pesar de haber realizado la compra de nuevas piezas, no fueron funcionales, debido a que eran modernas, no siendo compatibles con los equipos existentes.

En los estudios, la tecnología es variada. Cuentan con cámaras analógicas del año 1999, las cuales se encuentran en mal estado y otras fuera del telecentro en buen estado, grabando con alta calidad. La iluminación es alógena, combinada con led y hasta el momento se encuentra en óptimas condiciones para realizar la programación. El acceso a internet, es

de 24 horas por banda ancha y funciona una Red Institucional con dominio interno, servicio de Chat y Correo Electrónico.

En el master control el equipamiento con el que se controla y monitorea es analógico, se va de los estándares digitales. Mientras que el procesamiento se realiza de forma digital. Aquí es donde se hace posible la salida al aire de la imagen de TeleCubanacán, y el realizador, tiene a su disposición un conjunto de herramientas para lograrlo.

El suicher (compuesto por un banco de efectos o wipe, el recortador de imagen, el banco de preview y el banco de programa). El banco de efectos brinda la posibilidad de enriquecer la transmisión insertando cualquier efecto que se desee, seleccionando previamente entre qué señal se hará. El suicher se encuentra envejecido y reparado en varias ocasiones.

La consola de audio es analógica de dieciséis canales, todos funcionando. Cuentan con los micrófonos suficientes, teniendo alámbricos, inalámbricos y balitas inalámbrica. El soporte magnético está en buen estado, ya que todo lo que se produce se guarda, edita y graba de forma digital en una computadora.

También cuentan con una unidad de control remoto, la cual se ha ido remodelando con nuevas piezas para lograr su funcionamiento, ya que cuando llegó, no contaba con el soporte tecnológico apto para funcionar.

La tecnología, a pesar de no encontrarse en óptimas condiciones, ha posibilitado que TeleCubanacán siga saliendo al aire en cada transmisión. Hasta el momento los equipos que han sido reparados y combinados con soportes tecnológicos más avanzados, continúan funcionando.

1.1.3 Recursos Humanos

La actividad de Recursos Humanos se lleva a cabo teniendo en cuenta las resoluciones y normas vigentes. Dentro de los documentos revisados se encuentra el “Convenio Colectivo” del telecentro, donde en las cláusulas 35, 36, 37, 38 y 46, se enuncian algunos de los aspectos fundamentales en cuanto a la selección del personal. Están dirigidas a vías de convocatoria interna para cubrir las plazas vacantes o de nueva creación, la capacitación del nuevo personal en el centro, así como las edades que deben comprender los trabajadores, siendo de 18 años en adelante.

Se pudo determinar que la selección del personal se realiza dependiendo de las competencias laborales necesarias para cada plaza a ser ocupada. Para ello, se tiene en cuenta el nivel educacional, como licenciaturas, ingenierías, técnicos y grado 12. Una vez analizadas las solicitudes de los aspirantes por el comité de expertos, se selecciona el personal y se realiza un plan de acogida.

Telecubanacán tiene un total de 109 trabajadores, de los cuales 46 son mujeres y 63 de sexo masculino. Tienen la calificación adecuada para el puesto que ocupan y buen desempeño laboral, así lo demuestran las evaluaciones de desempeño realizadas a los trabajadores. Lo cual constituye una de las principales fortalezas del telecentro.

La Directora General y el Subdirector son los máximos responsables de planificar, organizar, dirigir y controlar todos los procesos. Estos junto a los jefes de departamentos constituyen el Consejo de Dirección del telecentro. Todos los directivos responden por la administración de los recursos de la entidad. Asimismo ponen en vigor y aplican todos los reglamentos internos que rigen el trabajo y lo necesario para el correcto funcionamiento de la organización.

Algunas de las palabras expuestas por los informantes al respecto son:

“Primeramente deben ser personas muy comprometidas con la revolución y la entidad. Aquí hay que tener una claridad meridiana, de quiénes son los que deben trabajar en un medio, qué compromiso social y qué compromiso individual tienen. El telecentro hoy cuenta con un personal preparado y competente, capaz de realizar con eficiencia las tareas asignadas”

1.1.4 Recursos financieros

Telecubanacán es una unidad presupuestada, por lo que tiene una asignación anual determinada. El ingreso total del año 2015 está comprendido en 3 078 100CUP, dado con relación a los resultados económicos del año anterior. Para obtener este presupuesto se realiza un anteproyecto de acuerdo a las necesidades del centro, donde deben de participar todos los departamentos, aspecto que en realidad no se evidencia, ya que solo lo realiza la persona encargada de llevar el presupuesto en el centro. A partir de ahí es discutido y aprobado por el consejo de dirección, luego por el Organismo Municipal (PCC) y por último la Asamblea Provincial. De esta forma queda establecida la cifra exacta.

El modo de empleo está valorado por las materias primas y materiales, combustibles, lubricantes, energía, medicamentos y materiales afines, gastos de personal (salario, depreciación y amortización) y otros gastos monetarios (otros servicios de mantenimiento y reparación, servicios recibidos de personas naturales). (Ver en anexo # 1)

Las normativas del presupuesto se encuentran en las leyes 26, 51, 90 y en algunos acápite del Convenio Colectivo. De acuerdo a estos documentos los fundamentos están dirigidos hacia el pago a trabajadores, la estimulación y el uso de este en las acciones y materiales utilizados para la producción.

Debido a las características del presupuesto y el sistema de pago, para incluir un nuevo programa, debe ser sustituido por uno existente que posea las mismas características. O sea, el presupuesto es respaldado debido a que ambos programas son semejantes. Para realizar estas acciones se apoyan en la ley 26, a partir de la cual se realizan los cambios.

Esto hace posible que los procesos creativos, la selección de una programación destinada a la población villaclareña y la presencia de personal de apoyo en la producción, en alguna medida se encuentre paralizada, ya que no pueden realizar nuevos programas acorde a las necesidades de los televidentes y no cuentan con un presupuesto que respalde dichas acciones.

Uno de los ejemplos se establece para la ocupación artística. En el caso del Director de Televisión, las tasas salariales para la realización de programas televisivos, según el período de producción son:

Período de producción	Desde	Hasta
Diaria	\$29.00	\$40.00
Semanal	\$90.00	\$200.00

Para los trabajadores que se desempeñan como Actor, Locutor y Narrador, Comentarista Deportivo, se les aplica las tasas salariales por llamado para un programa, varios programas o parte de algún programa según la calidad, complejidad, condiciones y el tiempo del trabajo.

	Menos Complejo	Complejo	Muy Complejo
Desde	\$17.50	\$35.00	\$36.00
Hasta	\$70.00	\$ 71.00	\$100.00

Para otras actividades dentro del colectivo como **prueba de maquillaje, vestuario, clases y estudio individual es:**

Desde \$10.00 Hasta \$20.00

Ensayos, pre y postgrabación

Desde 17.50 Hasta 35.00

Grabación de programas (o en vivo) en locución de cabina y play back.

Desde 12.50 Hasta 25.00

La implementación del presupuesto en el telecentro es un proceso que está destinado a características y procesos específicos. En el ejemplo se pueden apreciar algunos de los costos que implica la realización de un programa. En muchas ocasiones existen necesidades primarias que requieren necesariamente de gastos monetarios, pero por ser tan limitado y estar determinado para acciones específicas, no se utiliza o es obtenido de otras actividades planificadas para cubrir estos gastos. Si presentan algún problema en cuanto equipamiento técnico o de otra índole en la producción, no se puede buscar alternativas fuera del telecentro. O sea, no se puede pagar al sector no estatal, para la renta de equipos, servicios de luces o escenografía, tienen que adaptarse a los equipos que poseen.

A través de las entrevistas realizadas, se pudo corroborar que el presupuesto es uno de los elementos que está frenando la creación de nuevos proyectos para la programación. En algunos casos, como fechas importantes o etapas del año, es muy complicado dividir el presupuesto para la realización de una buena parrilla. Algunas de las inquietudes expuestas son:

“En estos momentos, contamos con un trabajador que nos está dando su apoyo desde Remedio, pero no existe el presupuesto para pagarle.”

1.1.5 Otros elementos

Características arquitectónicas del centro

Telecubanacán se creó hace treinta años como un telecentro pequeño. Se ha ido perfeccionando y creciendo en cuanto a personal, departamentos y equipamiento técnico, lo que ha posibilitado que el espacio se encuentre reducido. En correspondencia con otros telecentros municipales se han quedado rezagados.

Desde su creación conserva sus condiciones estructurales básicas, con una amplia recepción a su entrada. A la derecha existen dos departamentos, los cuales están destinados al informativo y a los estudios de grabación y a la izquierda, las restantes áreas de comedor, dirección, programación, producción, recursos humanos y economía. Las demás áreas están ocupadas por almacenes, siendo la gran mayoría. Esto limita las áreas de trabajo.

Esto difiere a lo planteado en los documentos analizados, donde se expresa que el telecentro presenta condiciones aptas para que cada trabajador desempeñe su labor. Dichos acápites plantean medidas necesarias que se deben tener en cuenta para el trabajo diario. En ellos, se hace referencia a temas de transporte, alimentación, seguridad, salud y espacios.

Las observaciones y entrevistas realizadas, demostraron que los espacios para que cada trabajador desempeñe su trabajo se encuentran muy reducidos. Existen departamentos conjuntos que en alguna medida impiden el desarrollo eficaz de las labores. Situación evidenciada en el organigrama del centro. El hecho de que existan estos espacios compartidos, también influyen en los roles y puestos que desempeña cada trabajador, generando condiciones poco favorables para el desarrollo de procesos grupales efectivos.

En el caso de la dirección, el subdirector apenas cuenta con un buró para desempeñar sus labores. En las entrevistas realizadas a los informantes claves plantean:

“Aquí no hay áreas para que las personas trabajen. Los directivos no tienen un área de trabajo cómodo. Los artistas y periodistas deben tener su oficina para trabajar, en la cual no incida el directivo, para que después puedan plantearle sus inquietudes; porque si no ni el directivo trabaja, ni ellos tampoco.”

Otro de los informantes planteaba sus inquietudes sobre el estudio de grabación, haciendo referencia al mal estado en que se encuentra. El estudio no cuenta con los parámetros necesarios. Tiene un tamaño de 12 metros de largo por 11 metros de ancho, lo que permite tener varias escenografías montadas al mismo tiempo, pero con la cantidad de programas que se realizan, hay que desmontarlas y esto ha provocado el deterioro de las mismas.

El transporte no es suficiente para las coberturas tanto informativas, como de programación. Tiene tres carros a su disposición, solo uno funciona. Además cuentan con una guagua, con el fin de transportar al personal al luego de las transmisiones o algún otro evento, pero esta se encuentra rota.

La alimentación, es un tema complicado, dependen de una asignación determinada, que no les alcanza para el mes. Buscan alternativas mediante la cooperación del personal para tener una mejor alimentación. Esta es una de las mayores inconformidades que presentan los trabajadores del centro.

1.2 Componente organizativo (estructura):

1.2.1 Organización Interna

- **Organigrama**

El telecentro responde a nivel institucional a tres entidades fundamentales. Esta entidad pertenece al Ministerio de Cultura, se subordina al Instituto Cubano de Radio y Televisión y responde a las informaciones del Partido Comunista de Cuba.

El organigrama está estructurado por, director, subdirector, directores de municipios y departamentos de programación e informativo, producción y técnica, dentro del cual se encuentran el grupo técnico, grupo de apoyo a la producción y el grupo de transmisiones. Además del departamento administrativo, constituido por economía y recursos humanos. (Ver en anexo # 2)

A partir del análisis realizado del organigrama se pudo apreciar que tiene una estructura piramidal. En él se aprecian varios niveles jerárquicos, lo que demuestra una estructura estricta y exacta. Se evidencia la unión de los departamentos, lo que influye negativamente en el funcionamiento de cada uno y hace que existan ciertos desacuerdos e inquietudes en cuanto a espacios de trabajo, ciertas libertades para el desenvolvimiento de las tareas y diferencias culturales. Puede incidir en el desarrollo de una acertada programación y convertirse en una de las posibles causas de problemas funcionales dentro y fuera del telecentro.

Uno de los aspectos no encontrados en el organigrama es el departamento metodológico, siendo un grupo fundamental para el desarrollo de la provincia y que tiene como necesidad primordial, para realizar su programación, conocer las características de sus televidentes.

El organigrama muestra una estructura jerárquica, en alguna medida, bien definida desde los empleados hasta los directivos, donde la toma de decisiones, pasan por diferentes filtros hasta llegar al directivo general. Esto puede ocasionar que la información, así como la

participación y retroalimentación en el interior del telecentro, se encuentren mediadas por procesos y visiones diferentes.

1.2.2 Programación

Telecubanacán tiene una tira programática de quince programas, destinada a todo tipo de públicos, en estos momentos carecen de programación para niños y jóvenes, existiendo un desequilibrio respecto a los demás programas. Aunque ya se está trabajando en la creación de nuevos programas infantiles, juveniles y de carácter jurídico, este último relacionado a lo político, económico y social del país. En el análisis de la parrilla existen días como el martes y jueves, donde la mayoría de los programas son informativos. (Ver en anexo # 3)

Al respecto un informante clave pronuncia:

“Estamos convencidos que hay que hacer cambios, estamos trabajando en cuanto a combinar pensamiento joven con experiencia de los mayores. Pero hay personas que tienen en sus mentes muchas cosas y no van a entender que un programa que lleva quince o veinte años, se cambie de la parrilla.”

Los programas del telecentro se perfilan de acuerdo a líneas de orientación social, campesino, informativos, infantiles, cultural, deporte, científico, musical y de personalidades, predominando los informativos. (Ver en anexo #3). Dentro de la programación propia del telecentro cuentan con doce programas, los restantes son de la televisión nacional y de otros telecentros municipales de la provincia.

Además se encuentran apoyados para la selección de temas de novedad en la provincia, por otras instituciones, como el Partido Comunista de Cuba, la Casa de la Cultura, la UNEAC, entre otras empresas, en correspondencia de las necesidades que tienen, pues se le da cobertura a los temas.

El horario de transmisión está comprendido entre las 11:57 am - 12:30 pm y 4:57 pm - 6:00 pm.

Debido a resoluciones de pago, está dispuesto que la parrilla no cambie, ni mensualmente, ni semestralmente, pero algunos de los programas, varían cada seis meses, con el objetivo de flexibilizar en determinadas etapas y fechas importantes del año, como verano y fines e inicios de año, por ser ocasiones propicias para refrescar la programación.

Para la realización de estos cambios y hacer una propuesta de parrilla de programación, se deben reunir la jefa y las especialistas de programación, los asesores y las personas que tienen que ver con este proceso. Es aprobado o no por una comisión que está integrada por miembros de los diferentes departamentos, de ahí, pasa al consejo de dirección y por último es enviado a la Habana. Como el ICRT, es el organismo rector de la institución, cada proyecto o cambio que vaya a suceder, es atendido por él.

Para presentar estas propuestas, algunos informantes emitieron sus criterios al respecto:

“Cada director, guionista o puede ser idea original de cualquier persona, presenta un proyecto de acuerdo a los requisitos que aquí existen, estos son requisitos de los proyectos y se evalúan con las personas mencionadas anteriormente en función de la calidad del proyecto se aprueba o no. Que esto no solo es aprobado por nosotros, sino por la UNEAC y otras instituciones”.

Lo antes expuesto demuestra como el telecentro está limitado a efectuar cualquier tipo de cambios a corto plazo y dependen de la aprobación de otras instancias, que no conocen las verdaderas demandas de la provincia de Villa Clara.

La evaluación de los programas se realizan de acuerdo a planes temáticos que van reflejando las necesidades de cada uno, principalmente los que son en vivo y los que tienen invitados específicos, donde se realiza cada determinado tiempo un balance, con el fin de atender el estado real en que se encuentra la parrilla.

Telecubanacán está favoreciendo la programación informativa. La política de programación está teniendo una salida directa en la política informativa y no en la cultural. Los procesos están al servicio de periodistas y de realizadores, dando una mirada informativa a una programación que debería ser esencialmente cultural, por el contexto donde se desarrolla.

1.2.3 Mecanismos de participación implementados

Existen diferentes mecanismos de participación. Los televidentes participan a través de encuestas de manera aislada, correos, correspondencias a determinados programas, teléfono, grupo de opinión del pueblo mediante el Partido y con los estudiantes que van a realizar prácticas en este centro. Pero la participación directa de estos se ve afectada al no

existir un departamento metodológico que conozcan las características de sus televidentes y sean capaces de interpretar el pensar de la comunidad villaclareña. Se hace un poco complicado que los públicos se acerquen a la programación del telecentro como gestores y creadores de los mensajes. No existe un vínculo directo entre programa y televidente.

La participación de las instituciones es un elemento fundamental para el desarrollo exitoso de la programación. Estas deben influir en los procesos de producción cultural, sea como protagonistas, fuentes de información, jueces de calidad, creadores de mensajes y gestores en la producción de los programas. Algunas de ellas están comprendidas por el Partido, el Gobierno, la UNEAC y otros organismos.

En el caso del telecentro se debe fortalecer esta participación, pues las instituciones solo hacen llegar informaciones de carácter provincial, nacional e internacional, además de eventos y fechas significativas que sean de mayor prioridad, cuando debería existir una interacción directa.

1.2.4 Prácticas de investigación

Las prácticas de investigación constituyen una debilidad del telecentro, debido a que no existe un grupo metodológico, solo una persona se encarga de la investigación.

Para amparar las investigaciones, se trabaja en alguna medida con:

- los criterios de opinión del pueblo: se realizan a través de encuestas de manera aislada, opiniones del pueblo mediante el Partido y correspondencias de algunos programas.
- el criterio de los especialistas y realizadores de programas.
- llamadas telefónicas: constituye el más efectivo, a que existe una persona encargada de recepcionar las opiniones del público.
- entrevistas que se hacen en determinados momentos. Estas se han realizado en investigaciones específicas, por lo que no constituye una herramienta que se aproveche al máximo.
- los correos opinatv.

La falta de este elemento tan importante para el canal, ha provocado que en muchas ocasiones los televidentes pierdan la conexión con la programación, debido a que no se sienten identificados con la propuesta audiovisual.

Criterios emitidos al respecto:

“Aquí en el telecentro no se cuenta con un equipo para hacer investigación, solo existe una persona que atiende, que casi siempre lo que hace es atender a los estudiantes de la universidad, para que de alguna manera tribute en función de las carencias que tenemos en este sentido.”

“Como no existe en Cuba, ni para la televisión nacional una manera de medir impacto real cuantitativo en toda la población, no se puede hablar de ratings ni nada de eso, es muy difícil.”

En este sentido se realizó una investigación debido al traslado de la programación de Telerebelde hacia el Canal educativo, con lo que se perdió muchos de los televidentes. Esta investigación se hizo bajo las necesidades propias del centro, siendo temas muy puntuales, no existiendo un presupuesto para pagarle a un personal calificado para realizar estos proyectos.

El hecho de que la investigación sea un elemento clave para la realización de una efectiva programación, y que Telecubanacán no cuente con este elemento, hace complicado realizar una programación que esté acorde a las necesidades y satisfacciones del público y hace muy difícil tener un medidor real de cómo se está recibiendo la programación. Este hecho distancia la posibilidad de alcanzar el objeto social del telecentro de responder a las particularidades de la provincia Villa Clara.

Es necesario intencionar la investigación, sobre todo al público que no está llegando la señal, por ser estos municipios, áreas alejadas del centro; aunque lo han comprobado de manera aleatoria.

El hecho de que la investigación es un punto débil en el quehacer del telecentro, trae consigo que en ocasiones los programas sean pensados desde lógicas muy particulares de los realizadores, o sea, desde los emisores, incrementando la división entre estos y la teleaudiencia. Además le da un grado de empirismo al diseño y realización de los programas, así como a la tira programática en general, que aleja la posibilidad de dialogar con procesos mejor pensados, y de aplicación de resultados científicos.

1.2.5 Niveles y fases de decisión en la producción.

Para los niveles y fases de las decisiones en cuanto a la producción, se realizan proyectos que están controlados y regidos por resoluciones, en este caso por la 51. Estos proyectos pueden ser presentados, por cualquier persona que trabaje o no en el telecentro, siempre y cuando este habilitada en una de las especialidades, dígase; director, guionista, productor o asesor. Para su evaluación se presentan los proyectos a una comisión, integrada por personal de otras instituciones y del centro, donde determinan si es funcional o no, de acuerdo a los requisitos de las resoluciones.

Según las entrevistas realizadas, en el telecentro han existido algunos problemas. En muchos de los casos los proyectos se pierden o se engavetan y muchas veces existe favoritismo por parte de los directivos del centro. Esto ha provocado que la programación se encuentre estática y no acepte cambios. Muchos trabajadores no quieren reestructurar la parrilla de programación y muchos de los empleados no presentan nuevos proyectos. Esto trae consigo la existencia de ideas preconcebidas, roles rutinarios e ideologías que no están dispuestas a cambios y por lo tanto, no posibilitan la inclusión o valoración de miradas diferentes, atractivas y dispuestas a crear nuevos propósitos.

En algunos casos, el mismo personal encargado de que los programas salgan al aire, son directores, guionistas y realizadores al mismo tiempo. El hecho de que esto suceda, se debe a una serie de componentes financieros y de preferencia.

1.2.6 Organización de los procesos creativos individuales y colectivos

Según las entrevistas realizadas los procesos creativos son de gran importancia para el desarrollo del telecentro. No existe un procedimiento establecido para el desarrollo de estos. Pero cada actividad o proyecto que se vaya a realizar a nivel de entidad, son analizados espontáneamente, ya que se piden criterios de forma individual y colectiva a los trabajadores. Para ello, a través de los mismos consejos, siempre se trabaja en equipo y surgen nuevas ideas y proyectos.

Sin embargo, la creatividad, en el caso de los colectivos de programas es una de los aspectos que debería intencionarse más. De esta forma se mejoraría la propuesta audiovisual, ya que surgirían propuestas de cómo hacer mejor el programa, cómo diseñarlo y concebir el guión.

Muchos son los trabajadores que realizan proyectos para otras instituciones o para el centro, son estimulados y reconocidos por su labor.

Este es uno de los aspectos más complejos y contradictorios, pues no se ha creado un espacio para potenciar la creatividad en el interior del telecentro, por lo que es más funcional para los trabajadores, realizar proyectos de su creación fuera del telecentro para otras instituciones, que dentro del mismo. Así mismo, los nuevos trabajadores que llegan al centro con otras ideas y miradas diferentes, solo se afianzan a las ideas del colectivo que ya está, para seguir produciendo lo mismo.

1.2.7 Capacitación en materia de política cultural.

La política cultural no es una materia que sea orden en cuanto a capacitación. Sí existen otros cursos en dependencia de las plazas del telecentro. Para ello, cada año se ofrecen cursos en dependencia de las especialidades del centro, ya sea, dirección, edición y montaje, asesor, locución, realización, entre otros. Dichos cursos solo son dirigidos a los trabajadores del centro.

El telecentro cumple trimestralmente con un plan de capacitación, en el que se han incluido cursos de superación y habilitación On Line, auspiciados por el ICRT en La Habana.

En este año, el telecentro ha contado con dos cursos de habilitación y conferencias, dentro de las cuales se han tratado temas políticos e ideológicos y culturales, ya sean de índole provincial o nacional.

Según las entrevistas realizadas el personal de Recursos Humanos plantea:

“La única barrera que tenemos para prepararnos en función de; es a través de la capacitación, en cuanto a las temáticas y a la situación del personal: rehabilitación, perfeccionamiento, entrenamiento. Esta es la mayor barrera que tenemos: la capacitación, que por supuesto existen cursos en la habana, que contamos con estudiantes, pero esto es algo que tendríamos que pulir.”

El tema de la Política Cultural no es algo que le compete a una sola persona, sino a todo el colectivo en general. Para ello, la capacitación es un elemento esencial, que hoy no se está reflejando en el telecentro, en función de esta política. Debido a esto, es que no se tiene claridad de lo que hay que defender culturalmente a través de la programación y el nivel de conocimientos, compromiso, valores y profesionalidad que tienen que llegar a tener las personas, en materia de implementación de la Política Cultural.

1.3 Componente cognitivo (superestructura)

1.3.1 Misión

La misión de Telecubanacán está estructurada del siguiente modo: *Somos un espacio informativo, educativo y de entretenimiento que satisface los intereses de los diferentes públicos de la provincia de Villa Clara, en correspondencia con los principios de su Revolución Socialista.*

Teniendo en cuenta la estructura de la misión, se puede decir que no se ajusta con los elementos que responden y caracterizan al telecentro. Cuando se plantea: “*Somos un espacio informativo, educativo y de entretenimiento*”, se puede decir que un canal en primera instancia no es un espacio. Un segundo aspecto a destacar es cuando hablan de: “*en correspondencia con los principios de su Revolución Socialista*”, es demasiado genérico, ya que no se aborda en ningún momento la defensa de la identidad cultural nacional, ni la territorial que es a la que ellos se deben.

Otro de los elementos a destacar es la “*satisfacción de los intereses de los diferentes públicos de la provincia de Villa Clara*”. Este es un factor que no se puede comprender solo desde los medios de comunicación de masas, hay muchos intereses de las personas que no pueden ser satisfechos desde la programación. Además no se hace referencia a los recursos humanos ni técnicos de que dispone el telecentro. Por tanto, se puede concluir que el concepto misión en Telecubanacán está indebidamente tratado.

Al respecto algunas palabras de los informantes fueron:

“La misión esta impuesta aquí, como mismo está la visión. Hace cuatro años se hizo una reunión con el antiguo director y se hizo unas reservas de la Habana y por una cuestión de estrategia se cambió, pero desde que se crearon los telecentros provinciales y municipales aquí en Cuba, tienen esa misión. O sea, no es algo que hacemos como una empresa que asciende, reduzca o no, porque hasta ahora somos una unidad presupuestada, que responde a los intereses del partido, por lo tanto eso no va a cambiar.”

“Todo el mundo tiene que tener muy clara la misión que tenemos en este momento, una misión asignada hacia los cambios que están sucediendo en el país.”

El hecho de que la misión sea impuesta, no es funcional, ya que no fue un proceso que emergió desde las necesidades y la realidad del telecentro. La misión debe reflejar el vínculo del centro con la localidad, ya que cada territorio tiene características identitarias específicas.

1.3.2 Visión

La visión de Telecubanacán es: *Somos reconocidos en el territorio por los diferentes públicos como un equipo de trabajadores que actuamos con alta profesionalidad, sentido humanístico y revolucionario, manteniendo nuestras tradiciones e identidad nacional.*

Al realizar el análisis de la estructura de la visión, se puede percibir que en ningún momento brinda una expresión propositiva de lo que pretende o aspira convertirse y llegar a ser Telecubanacán como canal de televisión.

Esta visión no se ajusta a los límites territoriales de la provincia Villa Clara, que es al público al que ellos se deben, más bien está dirigida a mantener las tradiciones y la identidad nacional de lo que son como cubanos y no como villaclareños. Por lo tanto, no constituye una visión. Esto corrobora lo anterior cuando expresan: *“La misión esta impuesta aquí, como mismo está la visión”.*

Teniendo en cuenta que la misión y visión son elementos fundamentales para el desarrollo de una institución e influyen directamente en la imagen y la identidad, Telecubanacán, como canal de televisión que se debe a los intereses y al sentir de la provincia Villa Clara, a través de dichos conceptos, no responde a características o aspiraciones funcionales y futuristas, que le permitan un mejor desarrollo para la entidad y la provincia. Estos son los pilares fundamentales para trazar las líneas de acción y métodos de trabajos de una entidad. Si los trabajadores no se sienten identificados y que forman parte de ese proceso, difícilmente puedan contribuir a que la entidad alcance buenos resultados.

1.3.4 Política de programación

La Política de Programación de la Radio y la Televisión está sustentada en un conjunto de lineamientos generales, con el objetivo de servir al pueblo y a los intereses del Estado, así como a tipos de programación y canales o emisoras que contienen funciones determinadas, que constituyen objetivos de trabajo que intervienen en los procesos creadores. (Ver anexo # 4)

La existencia de la política de programación se fundamenta en un conjunto de principios básicos relacionados con los intereses de la nación cubana, su reflejo y defensa a través de ambos medios. Busca influir activamente en la formación y orientación político ideológica de toda la población; participar con eficiencia en el proceso de superación educacional, histórica, científico técnica y cultural; intervenir en la formación de hábitos y gustos de elevado rigor estético; promover el arte, la literatura y la cultura universal como formas de enriquecimiento espiritual del hombre; contribuir a la generalización de los elementos de la educación formal más necesarios e imprescindibles y propiciar las más sanas formas de promover el deporte, la recreación y el esparcimiento de los cubanos.

Constituye la Política de Programación el principal instrumento de trabajo que rige la actividad de Telecubanacán y tiene como premisas la elevación constante de la calidad de cada uno de sus espacios, la adecuación de sus programaciones a los mejores horarios, teniendo en cuenta sus objetivos, intereses y potencialidades de teleaudiencia, así como el perfeccionamiento sistemático de sus ciclos de transmisión.

Las limitaciones que presenta estas políticas, es que no queda claridad de aquello que es producción de la provincia y como se refleja a las personalidades y autores del territorio. Además estas premisas deben tener como complemento indispensable un sistema de investigaciones sociales, estableciendo que la programación de Telecubanacán se sustente, en proyectos surgidos, de acuerdo a las necesidades, gustos y preferencias de la teleaudiencia. También debe contar con apoyo de instituciones políticas, educativas y en general de la población villaclareña. Factores que en el telecentro, presentan algunas deficiencias.

1.3.5 Política musical

Otra de las políticas por la que se rige estrictamente Telecubanacán para realizar su programación, es la Política Musical. Para ello, esta cuenta con una serie de lineamientos necesarios referidos a favorecer el predominio de los atributos de la música cubana. (Ver anexo # 6)

La política musical se fundamenta en principios básicos para la utilización de la música en dependencia de los géneros, épocas, estilos, autores e intérpretes. Es por ello, que busca mantener el equilibrio entre la variedad nacional e internacional, donde se priorizan los

géneros auténticamente cubanos así como las agrupaciones incluidas en los catálogos de excelencia del Instituto Cubano de la Música.

Esta política propicia y estimula la presencia del arte lírico, la música de concierto y la campesina. Favorece lo más genuino de la música de América Latina y el Caribe. Protege las expresiones de la música popular y evita las visiones folcloristas de esta. Además de garantizar que la información que se brinde en los programas musicales apunte hacia una proyección cultural, evitando toda manifestación de banalidad y superficialidad.

1.3.6 Política cultural

Telecubanacán entiende, traduce, implementa y define la política cultural a través de la política de programación, la musical y la informativa. (Ver anexo # 5)

La política cultural en Telecubanacán está definida por la forma en que se defiende la cultura, lo nacional por encima de lo foráneo, la identidad nacional y de la provincia en específico. Además de influir activamente en la formación y orientación político ideológica, cultural y social de toda la población a través de la programación que realizan, ya que nada de lo producido puede ser contrario a la política cultural de Cuba.

El hecho de que se conozca la Política Cultural y no saber lo que implica y cómo tratar este tema, es uno de los desafíos que presenta Telecubanacán.

Si no se potencian los espacios de construcción colectiva, de discusión, autosuperación y mejora de una política, pues se está trabajando desde una mirada funcionalista, de lo que al público le gusta o no, aspecto que no se puede dejar de lado, ya que es determinante para la programación. Pero también es necesario tener un personal actualizado en cuanto a técnicas, métodos y formas de realizar una programación más creativa, inteligente, atractiva y novedosa, debido a los cambios que hoy están surgiendo y que van a suceder en el país.

1.3.7 Concepciones sobre el papel del telecentro en la producción y reproducción cultural de la provincia

Telecubanacán es una de las instituciones de mayor importancia en Villa Clara por el rol protagónico que ocupa como medio de comunicación de masas. Su función cultural debe ser trascendental, representativa y vital, ya que es a través de este medio que se puede reflejar el quehacer cultural y artístico de provincia.

Este medio a pesar de presentar limitaciones, aún sigue trabajando en explotar mucho más, el hecho de que los villaclareños se identifiquen con lo que ven, porque precisamente esa es la oportunidad que deberían aprovechar, donde los públicos vean un reflejo de lo que es su realidad.

Al realizar el análisis de los aspectos investigativos, algunas palabras de los informantes fueron: *“La investigación debería jugar un papel muy importante, nos solo en este momento de la decisión, sino durante todo el monitoreo y visionaje en general de la programación, por el papel que ocupamos en la provincia. Sí ocuparía un papel primordial la investigación.”*

Se puede percibir como tienen una parrilla establecida, donde la investigación debería respaldar cada programa que sale al aire y transmitir en ellos elementos donde los villaclareños se sientan identificados con su canal y donde exista un sentido de compromiso de ambos lados. Podrían existir programas en la parrilla que hagan alusión a los rasgos identitarios de la provincia, a las tradiciones, que realce y propicie el desarrollo de la cultura local, ya que predominan las concepciones de cultura como arte y no como producción simbólica en toda su dimensión.

Otras palabras son: *“el hecho de que los villaclareños se vean en su realidad a través de nosotros, es la oportunidad con la que confiamos para competir con esos otros productos que son de alta factura, que son tecnológicamente superiores, más modernos, que tienen colores visuales un poco más espectaculares y quizás es en eso en lo que más tenemos que trabajar”.*

1.3.8 Valoración sobre la relación del telecentro con la implementación de la Política cultural

Telecubanacán ha implementado y se ha guiado para la implementación de la Política Cultural a través de todas las políticas que rigen la programación televisiva. En este aspecto se hace necesario destacar la exigencia diaria por el cumplimiento de todos los lineamientos

y reglamentos de dichas políticas, para la realización de cada programa. Para ello algunas palabras emitidas sobre la implementación de la Política Cultural fueron:

“En el caso de la Política Cultural debemos estar a tono con los nuevos momentos que vive el país, debe de estar de acuerdo con los lineamiento y los objetivos de la 1era conferencia nacional, donde se abordaba la cultura, el tratamiento que se le debe dar en los medios y aquí siempre se trabaja con eso objetivos y lineamientos del ICRT, su plan de actividades anuales, viene con las actividades principales, la relación que tiene con cultura y como va a repercutir. Nosotros damos cumplimiento a la política cultural de acuerdo a todos estos lineamientos y a las políticas que tenemos, tenemos que defender la cubanía y la identidad del país.

Según los comentarios realizados para el personal de la institución, existe una coherencia de la Política Cultural con el objeto social, la misión, visión y la Política de Programación. A través de la investigación, queda demostrado que tal cohesión no existe, debido a que estos elementos son elaborados con una visión general a nivel de país y no tiene en cuenta las particularidades del territorio.

Al respecto plantean:

“Algo que se conversa ahora en el canal, es precisamente que hay un desbalance en la manera que está estructurada la parrilla de programación, o sea, tenemos programas de contenido cultural, no me refiero solo artísticos sino de otra índole, pero bueno la política cultural está obedeciendo a la parte artística en el país. Y tenemos mucha mayor cantidad de programas informativos aquí en el telecentro. Tenemos muchas debilidades, por lo que hay que pensar en maneras más novedosas de hacer para que sea más atractivo”.

1.3.9 Concepciones relativas a la audiencia y su relación con ella.

La audiencia es el elemento clave para la producción de un programa sea televisivo o radial. En Telecubanacán, la consideran como todas las personas de Villa Clara, ya que se dirigen y se deben a los villaclareños, aun cuando la señal no llegue a determinadas regiones de la provincia y sí se puedan ver en otros territorios como Cienfuegos y Santi Spíritus.

Teniendo en cuenta que la audiencia en cada institución debe estar bien definida, se puede percibir que no existe una realidad del verdadero público que observa la programación de Telecubanacán. Existe la falta de una segmentación adecuada de su teleaudiencia.

Según las entrevistas realizadas para los trabajadores del telecentro la teleaudiencia constituye el eje central de toda la programación, es esencial y fundamental en todos los procesos de producción, porque es a esas personas a las que les realizan una programación para que se identifiquen y se sientan parte de los programas. Si no existe un público al cual Telecubanacán se dirija, pues sería muy difícil realizar la programación y no cumplirían el objetivo para el que fueron creados de ser la voz del acontecer provincial.

La investigación demuestra que los trabajadores conceptualmente tienen bien claro cómo deben accionar para lograr mejores resultados, pero realmente la programación está basada en miradas subjetivas y empíricas. Las vías de retroalimentación son escasas, lo que dificulta conocer las características del público objetivo.

1.3.10 Concepciones relativas a la conformación y cambio de la programación

El telecentro al ser una unidad presupuestada y subordinada al ICRT, consta de una serie de fases para la realización de proyectos y transformaciones en la programación. Según los criterios emitidos estos procesos son esenciales y necesarios para el desarrollo del centro.

Plantean poseer autonomía en cuanto a la toma de decisiones, sin embargo, el proceso para la aprobación de los proyectos es extenso, lo que impide realizar cambios a corto plazo. Pues los proyectos deben pasar por varias comisiones, evaluaciones necesarias y ser aprobados por el telecentro, para luego ser enviado al ICRT, quien finalmente toma la decisión. Esto es una cuestión más formal que influyente a la hora de tomar determinadas decisiones.

Algunos de los informantes respondían al respecto:

“Así como están concebidos todos los cambios y la conformación de la programación es como debe hacerse y está perfectamente estructurado. Este es un aspecto donde no existen inconformidades”.

Análisis integral de los resultados

Parte de los mayores retos que hoy enfrenta el país, están teniendo lugar a nivel simbólico y cultural. Es por ello que es necesario valorar cómo se está implementando la Política Cultural en TeleCubanacán, partiendo de la relación que existe entre los procesos infraestructurales, estructurales y superestructurales de este centro.

Una programación efectiva que responda a las características de determinados públicos, depende de diversos factores. Para ello, resulta necesaria la caracterización de un conjunto de nociones, voluntades, concepciones, procedimientos y recursos que la determinan.

Hoy los problemas de la infraestructura están condicionando que la implementación de la política cultural no posea las características que se desea. La política cultural pretende crear un marco desde el cual se organicen acciones para fomentar y defender determinados valores e identidad cultural. Busca que los cubanos se sientan identificados con su país.

La tecnología es uno de los elementos que está determinando la calidad de la programación en el telecentro. Los soportes tecnológicos con los que se produce son obsoletos ya que son del año 1999. Los equipos como las cámaras, el master control y la consola de audio, no tienen una tecnología avanzada, por lo que presentan problemas con el color y la calidad de la imagen, lo que provoca que el producto en imagen y factura no sea atractivo. Se está trabajando en un proyecto para introducir en el telecentro tecnología de alta definición, lo cual podrá significar una mejora considerable de la imagen en algún momento.

Hoy la calidad de la imagen, es uno de los elementos de éxito para cualquier producto de televisión. El desarrollo acelerado de las nuevas tecnologías a nivel mundial ha propiciado que existan patrones de comparación en cuanto a calidad de la imagen, condicionando que los televidentes no encuentren atractiva la televisión local.

El presupuesto está vinculado directamente a los problemas infraestructurales. Cada año cuenta con una asignación estipulada, que se encuentra destinada a actividades específicas. Esto impide invertir en tecnología, contratar personal ajeno al telecentro, lo cual afecta los procesos creativos e implica demoras a la hora de darle mayor calidad al soporte técnico que tienen. No se puede invertir en reparaciones o acciones mínimas de confort. Limita la salida hacia comunidades para grabar en ellas, por tanto se distancia la

participación de los públicos, pues solo pueden grabar en los estudios del centro, así como la insuficiencia en el suministro alimenticio, lo que implica que las personas no puedan garantizar una permanencia en el telecentro y que exista un personal desmotivado y no lo suficientemente atendido.

El presupuesto influye negativamente en el proceso de creación o cambio de un programa. Un programa existente en la parrilla, puede ser sustituido solamente por otro que posea las mismas características, porque no se puede alterar el financiamiento destinado a ello.

Esto hace posible que los procesos creativos, la selección de una programación destinada a la población villaclareña y la presencia de personal de apoyo en la producción, en alguna medida se encuentre limitada, ya que no pueden realizar nuevos programas acorde a las necesidades de los televidentes y no cuentan con un presupuesto para respaldar dichas acciones.

El telecentro desde su creación conserva sus condiciones estructurales básicas, provocando que los procesos organizativos y creativos se encuentren afectados. Desde su fundación la plantilla ha incrementado, manteniendo el mismo espacio, lo que ha implicado que en un mismo departamento se encuentren directivos y trabajadores juntos. El hecho de que existan estos espacios compartidos, influye en los roles y puestos que desempeña cada empleado, generando condiciones poco favorables para el desarrollo de procesos grupales efectivos.

El organigrama también responde superestructuralmente a cómo se conciben los procesos organizacionales y creativos, porque no hay un momento de trabajo en equipo, ya que no se tiene claridad de cómo utilizar el potencial creativo que pueda tener la entidad. Estos procesos no se pueden dejar a la espontaneidad por completo, ya que el telecentro es una industria que responde a intereses determinados.

Todo esto demuestra que por lo menos en temas infraestructurales, no hay una base creada lo suficientemente sólida, como para amparar todo lo que se exige en tema de la Política Cultural, aun cuando se analizan otros elementos que tienen que ver con el factor humano.

En el telecentro no existe un documento rector y normativo que esté al acceso de los trabajadores y que posea estas características, encargado de coordinar y dirigir las acciones, lo que puede incidir en un modo de interpretación espontáneo, diverso y alejado del tema.

Hoy en materia de Política Cultural, Telecubanacán está favoreciendo los programas de tipo informativo, pues tienen mayor presencia dentro de la tira programática. Se puede percibir cómo la Política de Programación, tiene una salida directa en la política informativa y no en la política cultural. En la parrilla tampoco se encuentran programas dramatizados, y las revistas y programas de opinión pública son escasos. Esto trae consigo que los procesos estén al servicio de los periodistas y de realizadores, dando una mirada informativa a programas que deberían ser eminentemente culturales por el contexto donde se desarrolla.

A través de la política cultural se pretende trabajar desde una visión integradora y genérica, donde participen los diferentes grupos etarios y se incorpore a toda la sociedad. Telecubanacán en estos momentos está desfavoreciendo este aspecto tan necesario para la programación, ya que carecen de programas infantiles y juveniles.

Actualmente algunos de los elementos que están influyendo negativamente en la realización de una acertada programación son los mecanismos de participación implementados y la investigación. El hecho de que un televidente utilice el teléfono, correo o la correspondencia, no quiere decir que sea partícipe en los procesos de producción, sea protagonista, fuente de información o creadores de mensajes en los programas. Esta es una de las insuficiencias que presenta el centro, a pesar de tener un concepto estructurado considerando a la teleaudiencia “como el elemento clave para pensar en una programación y la razón de ser del telecentro”, están realizando una programación desde miradas subjetivas, sin tener en cuenta esta definición. Esto trae consigo la influencia e importancia de la investigación en estos procesos.

La programación de Telecubanacán sigue sin responder a una secuencia lógica a partir de la investigación. Esta al igual que los mecanismos de retroalimentación posibilitan el acercamiento al público, proceso que muestra insuficiencia, pues no existe un grupo de investigación, por lo que los programas se diseñan solo desde el criterio de realizadores y directores, lo cual puede ser altamente subjetivo e incidir en que los problemas que hoy se evidencian referidos a la audiencia no solo se le atribuyen a la falta de tecnología.

El hecho de que la investigación es un punto débil en el quehacer del telecentro, trae consigo que en ocasiones los programas sean pensados desde lógicas muy subjetivas de los realizadores, incrementando la división entre estos y la teleaudiencia, ya que los proyectos para programas se encuentran sustentados en ninguna investigación. Además le da un grado de empirismo al diseño y a la realización de los programas, así como a la tira

programática en general, que aleja la posibilidad de dialogar con procesos mejor pensados, y de aplicación de resultados científicos.

La creación de nuevos proyectos ha sido otro de los elementos que ha estado creado contradicciones en este centro, ya que en muchos de los casos no tienen respuesta de los mismos, debido a factores de pérdida, engavetamiento y preferencia. Este es un tema que ha influido directamente en la estimulación y creatividad dentro del telecentro, así como en el presupuesto. Esto ha provocado que la programación se encuentre estática y no acepte cambios.

Muchos trabajadores no quieren reestructurar la parrilla de programación y otros no presentan nuevos proyectos. Esto trae consigo la existencia de ideas preconcebidas, roles rutinarios e ideologías que no están dispuestas a cambios y por lo tanto, no posibilitan la inclusión o valoración de miradas diferentes, atractivas y dispuestas a crear nuevos propósitos.

Este proceso también se encuentra mediado por el presupuesto, ya que se recibe una estimulación, de acuerdo a lo que es producido. Debido a esto es que en algunos programas la misma persona es la encargada de la dirección, realización, guión y locución. A pesar de que en el telecentro constan de un organigrama, una organización y una estructura bien determinada, estos procesos terminan siendo aleatorios o no consecuentes con lo que está regulado. De modo tal que existen altos grados de subjetivismo a la hora de elegir los programas, donde muchas veces no se someten a un proceso de análisis, debido a los roles y cargos de las personas que los proponen, además de que no hay investigaciones que indique por donde debe ir la programación. Esto se traduce a procesos estructurales disfuncionales a la hora de elaborar proyectos.

Hoy Cuba se encuentra enfrentando múltiples retos. Es por esto, que TeleCubanacán como medio de comunicación, tiene que tener claridad del rol que ocupa para la provincia y el país. El hecho de que se conozca la Política Cultural y no saber lo que implica y cómo tratar este tema, es uno de los desafíos que presentan.

El tema de la Política Cultural no es algo que le compete a una sola persona, sino a todo el colectivo en general. Para ello, la capacitación es un elemento esencial, que hoy no se está reflejando en el telecentro, en función de esta política. Debido a esto, es que no se tiene claridad de lo que hay que defender culturalmente a través de la programación y el nivel

de conocimientos, sensibilidad, voluntad, actitud que tienen que llegar a tener las personas, en materia de implementación de la Política Cultural.

Esto lleva a repensar el contenido de los procesos superestructurales que hoy están, porque si bien se dice que el telecentro debe responder a los deseos, expectativas y características identitarias del territorio, hay procesos que no están respondiendo a esta condición. Se puede concluir que los procesos de regulación no son lo suficientemente sólidos como para garantizar una adecuada implementación porque predominan los intereses individuales.

En Telecubanacán, tanto la misión, visión, objeto social así como todas las demás políticas de programación, musical e informativa, están concebidas desde la creación de los telecentros, por lo que, no fueron procesos que emergieron desde las necesidades e inquietudes de los trabajadores de estos centros. Esto trae consigo, que no respondan a lógicas culturales y de producción interna y que se encuentre distanciado de la manera en que se ve a sí mismo como telecentro y de lo que pretende ser.

La misión y la visión, no responden a las lógicas culturales del telecentro y no reflejan como documento normativo la particularidad que debería tener el centro. Básicamente es una misión y visión elaborada a nivel nacional, donde no se hace referencia a los recursos con los que cuentan, ni se aborda en ningún momento la defensa de la identidad cultural nacional, ni la territorial, más bien están dirigida a mantener las tradiciones y la identidad nacional de lo que son como cubanos y no como villaclareños.

La Política Cultural se implementa a través de la política de programación, informativa y musical. Tienen una incidencia en la parte organizativa, ya que pretenden respaldar todos los procesos que influyen en la programación. Se fundamentan en un conjunto de principios básicos relacionados con los intereses de la nación cubana, su reflejo y defensa, además de contribuir a la generalización de la educación formal y propiciar las más sanas formas de promover el deporte, la recreación y el esparcimiento de los cubanos.

Una de las limitaciones que presentan estas políticas, es que no queda claridad de aquello que es producción de la provincia y como se refleja a las personalidades y autores del territorio.

A partir de este análisis se puede percibir la complejidad y la importancia de la Política Cultural y como Telecubanacán presenta procesos deficientes en su interior que impiden una implementación al nivel que requiere en los momentos actuales y al reto que tiene como

medio. Aun predominan las concepciones de cultura como arte e informativa y no como producción simbólica en toda su dimensión social, tecnológica, económica, política y ética.

Conclusiones



Conclusiones

- Los procesos infraestructurales, estructurales y superestructurales que actualmente tienen lugar en el telecentro Telecubanacán de la provincia Villa Clara,

desfavorecen la adecuada implementación de la Política Cultural del país en el contexto actual.

A nivel infraestructural se constató que:

- ✓ No existe en Telecubanacán un documento normativo referido a la Política Cultural.
- ✓ La tecnología utilizada en el telecentro para la realización y producción de la programación de forma general se encuentra obsoleta.
- ✓ La selección del personal se realiza dependiendo de las competencias laborales necesarias para cada plaza.
- ✓ El presupuesto se considera insuficiente y atraviesa varios de los procesos básicos sobre los que se sustenta el funcionamiento del telecentro.
- ✓ Las condiciones arquitectónicas del telecentro están limitadas de acuerdo a la cantidad de trabajadores y necesidades de espacio en sentido general.

A nivel estructural se pudo corroborar que:

- ✓ La parrilla de programación se encuentra desequilibrada, con una mayoría notable de programas informativos, careciendo de una programación para niños y jóvenes, así como de dramatizados.
- ✓ Las vías de participación y retroalimentación son escasas.
- ✓ No se evidencia un grupo metodológico que desarrolle los procesos de investigación.
- ✓ Se identifica la prevalencia de intereses personales en los procesos de diseño, elección y realización de los proyectos que se proponen.
- ✓ Los procesos creativos individuales y colectivos no tienen un reflejo en la estructura organizativa y directiva del telecentro, teniendo lugar de manera irregular.
- ✓ No existe capacitación en materia de Política Cultural.

A nivel superestructural se identificó:

- ✓ La misión no se ajusta con los elementos que responden y caracterizan al telecentro.
- ✓ La visión no brinda una expresión propositiva de lo que pretende o aspira convertirse y llegar a ser Telecubanacán como canal de televisión.

✓ La Política de Programación, informativa y musical son los principales instrumentos de trabajo sobre los que se supone se rigen la actividad de Telecubanacán.

✓ Telecubanacán entiende, traduce, implementa y define la política cultural a través de la política de programación, la informativa y la musical.

✓ Existen deficiencias en materia de preparación, comprensión y proyección del telecentro para la implementación de la política cultural.

✓ Predominan las concepciones de cultura como arte e informativa y no como producción simbólica en toda su dimensión social, tecnológica, económica, política y ética.

Recomendaciones



Recomendaciones

- Continuar con el estudio de la presente investigación, realizando el monitoreo y visionaje de determinados programas, para corroborar a través del análisis de los contenidos lo expuesto en este proyecto.
- Desarrollar acciones que potencien una implementación más adecuada de la política cultural

Bibliografía



Bibliografía

Acanda, J. (2007) *Traducir a Gramsci*, Ed. Ciencias Sociales, La Habana.

Acosta, Eliades (2008) “*La cultura revolucionaria*”, *intervención en el Seminario 50 Aniversario de la Revolución Cubana, en Rebelión*.
<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=70464>

Alonso, M. y Saladrigas, H. (2000) *Para investigar en comunicación social*. Guía Didáctica. Editorial pablo de la Torriente.

Álvarez, I. (1997) *Investigación Cualitativa Diseños Humanísticos Interpretativos*. Extraído el 25 de enero de 2015 desde <http://www.gestiopolis.com>

Álvarez, J.(2004) *Redes regionales y servicios interactivos*. En: Segura Jiménez, Rolando (comp.), *Periodismo en Televisión. La televisión: retos y perspectivas*. Selección de Lecturas. Compilación de textos para Curso Audiovisual a Trabajadores Sociales venezolanos, pp. 135–146.

Autores Varios. [s.f]. *En torno a la televisión*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

Barbero, J. y Rey, G. (1999) *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Editorial Gedisa, Barcelona,

Cabrera, D. y Legañoa, M.(2007)*De nacional a local... y viceversa*, Tesis de Licenciatura, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.

Castro, Fidel (2005): “*Una revolución es el triunfo de la virtud sobre el vicio*”. Discurso pronunciado en el Acto Nacional de la Segunda Graduación de Instructores de Arte, Ciudad de La Habana, 28 de octubre de 2005.

_____ (2000): Pleno del IV Congreso de la UNEAC, en Trabajadores, 12 de junio de 2000. “*No hay igualdad posible sin igualdad de cultura*”. Discurso pronunciado en el Pleno del IV Congreso de la UNEAC, en Trabajadores, 12 de junio de 2000.

_____ (1999): “*Una revolución solo puede ser hija de la cultura y de las ideas*”. Discurso pronunciado en el Aula Magna de la Universidad Central de Venezuela, 3 de Febrero de 1999.

_____ (1999a): “*Masificación de la cultura contra cultura de masas*”, en *Coordenadas*, no. 3, 1999a, La Habana.

_____ (1986): Discurso pronunciado por el Comandante en Jefe Fidel Castro Ruz, en el XXVII Congreso del Partido Comunista de la Unión Soviética. Palacio de los Congresos, Moscú, 26 de febrero de 1986, versiones taquigráficas del Consejo de Estado. Disponible en el URL: <http://www.cuba.cu/gobierno/discursos/1986/esp/f260286e.html>

_____ (1961): “*Palabras a los intelectuales*”. Intervención final en el encuentro sostenido con artistas y escritores en la Biblioteca Nacional el 30 de Junio de 1961. (versión digital)

Cisterna, F. (2005) *Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa*. En: Revista Teoría. Vol. 14., pp. 61- 71.

Coelho, Texeira (2001): *Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario*, ITESOCONACULTA- Secretaría de Cultura Gobierno de Jalisco, México.

Costa, J. (1989). *Imagen Global. Evolución del diseño de la identidad*. Barcelona: Ediciones CEAC.

Costa, J. (1992). *Imagen pública. Una ingeniería social*. Madrid: Fundesco.

Costa, J. (2001). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía.

Dirección Nacional de los Telecentros: *Objeto Social de los Telecentros*. Documento de circulación limitada. ICRT, 2007.

Echeverría, J. (1999) *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*, Destino, Barcelona (2002) *Ciencia y valores*, Destino, Barcelona.

Elliot, J. (2005) *El cambio educativo desde la investigación-acción* (4ta ed.). Madrid: Ediciones Morata S.L. http://www.4shared.com/file/QKMYq2UE/LIBROS_INVESTIGACION_ACCION.htm

Fernández, M.. *Las ideologías profesionales de la ciencia. El escéptico digital*. Disponible en: <http://digital.el-esceptico.org>. [14 de enero de 2015]

García. N. ([2002] 2007): *Culturas populares en el capitalismo*, Grijalbo, México, 6ta. edición.

Geertz, C. ([1973] 2000): *The interpretation of cultures*, Basic Books, New York.

Hall, S. ([1983] 1996): “The problem of ideology. Marxism without guarantees”, en Morley, David y Kuan-Hsing Chen (eds.), *Stuart Hall. Critical dialogues in cultural studies*, Routledge, London and New York, pp. 25-46.

Hall, S. (1994). *Estudios Culturales: Dos paradigmas*. Revista Causas y azares. No. 1, pp. 42–50

HART, A. (2001) “*Cultura General Integral Masiva, o Anarquía Social*” Revista *Bohemia*, año 93, # 24. La Habana, 21 de septiembre 2001.

Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2006) *Metodología de la Investigación* (4ta ed). México: McGraw Hill-Interamericana Editores, S.A., de C.V. (versión electrónica)

Herrera, D. (2006) *Apuntes para el estudio de la Televisión territorial en Cuba*, Ponencia presentada en el Evento Internacional ICOM´2006, Universidad de La Habana, Cuba.

Herrera, D. (2008) *La localidad en pantalla. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.*

Instituto Cubano de Radio y Televisión (2007): *Normas y procedimientos de los Telecentros Municipales*. Documento de circulación limitada. Dirección Nacional de Telecentros. Documento de circulación limitada.

_____ (2006) *Objetivos, funciones y deberes de los Telecentros municipales*. Dirección Nacional de Telecentros. Documento de circulación limitada.

_____ (1998) *Política de programación de la Radio y la Televisión Cubana*.

Martín, M. (1993) *La producción social de la comunicación*. Alianza Editorial, Madrid.

Mintzberg, H. (1993) The Pitfalls of strategic planning. *California Management Review*, 36 (1), 32-47. Recuperado el 11-octubre-2014 de http://www.4shared.com/get/czqWnxcZ/El_Proceso_estratgico_-_Henry_.html

Ochoa, Ana María (2002): “*Políticas culturales, academia y sociedad*”, en Daniel Mato (coord.), *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.

Piñuel J. (2002) *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. *Estudios de Sociolingüística* 3(1), pp. 1-42. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Portal, R., Recio, M. y Toirac, Y (2010) *Planeación de estrategias de comunicación para organizaciones. Guía de trabajo*. La Habana: Facultad de Comunicación Universidad de La Habana. (versión electrónica)

Prieto, A. (2007) “*La política cultural de Cuba, sin dogmas ni sectarismos*”, entrevista con Abel Prieto conducida por Arturo García Hernández, en *La Jornada*, 27 de febrero de

2007. Disponible en el URL:
<http://www.jornada.unam.mx/2007/02/26/index.php?section=cultura&article=a10e1cul>

Rodríguez, G., Gil, J. y García, A. (2004) *Metodología de la investigación cualitativa*. La Habana: Félix Varela.

Schein, E. (2006) *La cultura empresarial y el liderazgo. Una visión dinámica*. La Habana: Félix Varela.

Thompson, John B. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Ed. Paidós, Barcelona.

Torres, C. (2010) *Páginas para una sintonía. Aproximación a CMQ Radio como principal industria cultural del ámbito radial cubano a fines de la década de los cuarenta y durante los cincuenta*. Trabajo de diploma no publicado. La Habana, Facultad de Comunicación. Universidad de la Habana. (versión electrónica)

Toirac, Y. (2008) *El peso de las palabras. Una aproximación a los fundamentos conceptuales que sustentan la política cultural en Cuba según actores institucionales diversos*. Trabajo investigativo, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.

Toirac, Y. (2009). *Política cultural: una propuesta de enfoque comunicológico para su estudio*. La Habana, Diciembre de 2009

Wolf, Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Buenos Aires: Ed. Paidós.

Wolf, M (1994) *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Ediciones Paidós.

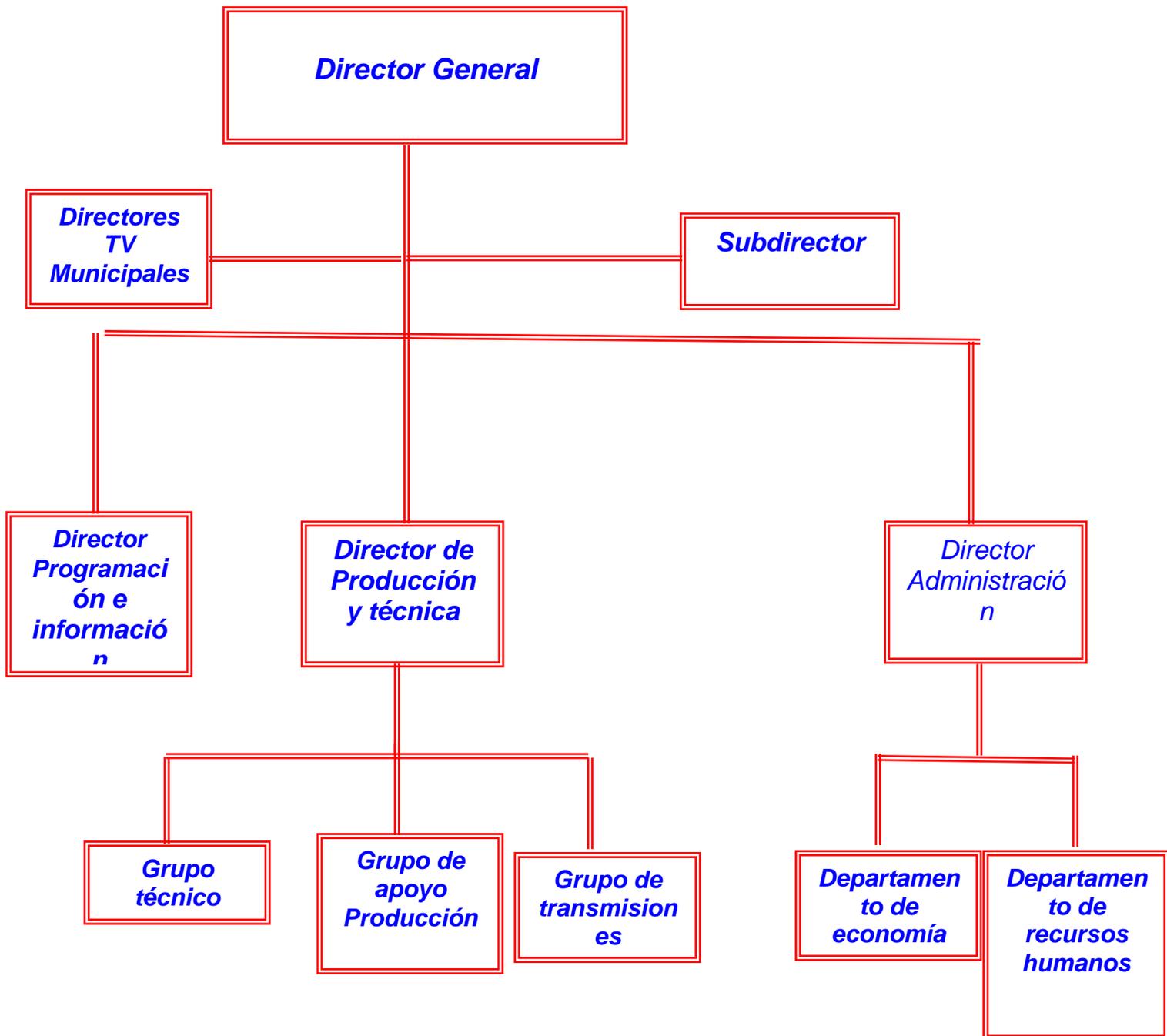
Anexos



Anexo 1. Presupuesto del año 2014.

Fila	Concepto	Presupuesto Actualizado	Ejecución Real Hasta	% de Ejecución
1	Total general	2476.7	2477.2	100.0
2	Materias primas y materiales (11)	37.3	37.3	100.0
3	Combustible y lubricantes (30)	14.6	14.6	100.0
4	Energía (40)	65.2	65.2	100.0
5	Medicamentos y materiales afines (1105)			
6	Gastos de personal (50)	1416.2	1416.2	100.0
	De ello:			
7	Salario (5001)	1299.2	1299.2	100.0
8	Depreciación y amortización AFT (70)	93.4	93.5	
9	Otros gastos monetarios (80)	850.0	850.4	100.0
	De ello:			
10	Otros servicios de mantenimiento y reparación	45.0	45.0	100.0
	Corriente (8004)			
11	Servicios recibidos de personas naturales (8005)	405.5	405.4	100.0

Anexo 2. Organigrama



Anexo 3. Tira programática de Telecubanacán.

HORARIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
11:57 AM 12:00 M	HIMNO NACIONAL				
12:00 M 12:27 PM	OTRA VEZ EN CASA (Orientación Social)	JUSTO A LAS 12 (Informativo)	GUATEQUE DEL MEDIODÍA (Campesino)	JUSTO A LAS 12 (Informativo)	OTRA VEZ EN CASA (Orientación Social)
4:57 PM 5:00 PM	PRESENTACIÓN DEL CANAL – CARTELERA				
5:00 PM 5:12 PM 5:15 PM	NOTICENTRO (Informativo)	NOTICENTRO (Informativo)	NOTICENTRO (Informativo)	NOTICENTRO (Informativo)	NOTICENTRO (Informativo)
5:12 PM 5:15 PM	PROGRAMACIÓN DE CAMBIO				
5:15 PM 5:27 PM	Sumando Salud (Orientación Social)	Series Animadas Muñequitos (Infantil)	LO NUESTRO (Cultural)	UNIVERSO ATLÉTICO (Informativo Deportivo)	HACERSE EL CUERDO (Informativo Cultural)
5:27 PM 5:30 PM	PROGRAMACIÓN DE CAMBIO				
5:30 PM 5:42 PM 5:45 PM 5:57 PM	EN VOZ ALTA (Informativo)	BUENAS NUEVAS (Revista Informativa Variada)	LA OTRA RUEDA (Científico-técnico)	BUENAS NUEVAS (Revista Informativa Variada)	EN NOTA (Musical)
			PROTAGONISTA (Personalidad)		

Anexo 4. Política de programación

Al Instituto Cubano de Radio y Televisión (I.C.R.T) corresponde como parte de las responsabilidades que le confiere el Estado cubano en su carácter de rector de todas las actividades de ambos medios de difusión, la elaboración, ejecución y control de la Política de Programación más factible para lograr los objetivos que determinan su función ideológica y educativo cultural, al servicio del pueblo trabajador y del interés de la sociedad, todo lo cual está así refrendado en la Constitución de la Republica de Cuba.

La existencia de una Política de Programación para la Radio y la Televisión, se fundamenta en un conjunto de principios básicos relacionados con los intereses de la nación cubana y su reflejo y defensa a través de ambos medios y cobra mayor significación en medio de la Batalla de Ideas que libra actualmente nuestro pueblo.

En tal sentido, en su carácter de medios de difusión masiva de gran alcance, la radio y la televisión cuentan con posibilidades para:

- Defender la cultura y la identidad nacional
- Participar con eficiencia en el proceso de superación educacional, cultural, social y político – ideológico de la población.
- Contribuir a la formación de hábitos y gustos de elevado nivel estético en el público.
- Promover el arte, la literatura y la cultura universal como forma de enriquecimiento espiritual del ser humano.
- Mostrar el deporte y las diversas manifestaciones artísticas, entre otras, como prácticas sanas para el desarrollo personal, la recreación y el esparcimiento

La Política de Programación de la Radio y la Televisión constituye pues el principal instrumento de trabajo que rige la actividad de ambos medios, y auxiliada de los Lineamientos del trabajo Político e Ideológico, el Documento para la Eficacia Informativa, el Programa Director para el Reforzamiento de los Valores en la Sociedad Cubana Actual y el Convenio Conjunto MINCULT – ICRT tendrá como premisas la elevación constante de la calidad de cada uno de sus espacios; la adecuación de sus programaciones a los mejores horarios, teniendo en cuenta sus objetivos y potencialidades de audiencia y teleaudiencia; así como el perfeccionamiento sistemático de sus esquemas cíclicos de transmisión.

Estas premisas tienen como complemento imprescindible la atención a la opinión pública y el establecimiento de un eficiente sistema de investigaciones sociales, así como la consideración de todo lo útil que en esta materia puedan aportar otras instituciones.

Para cumplir tan importante encomienda la Política de Programación de la Radio y la Televisión está sustentada en un conjunto de Lineamientos Generales, válidos para ambos medios, con el propósito común de servir a nuestro pueblo y a los intereses del Estado, así como en Lineamientos Específicos por tipos de programación y Canales o Emisoras que contienen funciones determinadas que constituyen objetivos permanentes de trabajo para cada una de las estructuras que intervienen en sus procesos creadores.

Por tales razones, los principios expresados en la Política de Programación serán de conocimiento y aplicación obligatoria para todo el personal de estos medios, así como para aquellos terceros que en cualquier momento se vinculen a esta labor. Nuestros directivos no solo trabajarán por aplicar estos contenidos y políticas, sino que tienen el deber de exigirla y defenderla dentro y fuera del organismo.

2.- MISIÓN DEL ICRT

Desarrollar y satisfacer, desde una perspectiva esencialmente cultural, los intereses y necesidades informativas, educativas y de entretenimiento de los diferentes públicos de la nación cubana en correspondencia con los principios de nuestra Revolución Socialista, contribuyendo a proyectar al mundo la verdadera imagen de la Patria.

3.- ASPECTOS GENERALES DE LA POLÍTICA DE PROGRAMACIÓN

Toda programación radial o televisiva tiene que ser coherente con los requerimientos generales que sustentan su desarrollo, ejecución y control, en aras de ofrecer una imagen que sea representativa de los intereses básicos del Partido, el Estado y la Nación Cubana.

Corresponde a los directores de programas y a los ejecutivos de Canales y Emisoras, velar por el cumplimiento de todos los principios de la Política de Programación, lo que no excluye la responsabilidad de los colectivos de realización, los Grupos de Creación y las demás estructuras que intervienen en la producción, programación y transmisión de los materiales, sean de producción nacional o foránea.

La programación de la radio y la televisión cubana responden al convencimiento de que la comunicación y la información son un servicio público, es decir, una estrategia orientada a propósitos educativos, sociales y culturales. Por ello el ciudadano es relevante,

su destinatario por definición, no solo en clave de audiencia, sino también en calidad de productor de mensajes y gestor de comunicación pública.

En tal sentido es responsabilidad de nuestra programación sostenerse en pilares como el reconocimiento a la diversidad, el respeto a lo plural que incentive la unidad, la opción por el dialogo, el debate, la polémica y su deliberación en los espacios públicos, de manera tal que se refuerce nuestra democracia y nuestro socialismo.

3.1 – ESQUEMA BASICO DE PROGRAMACIÓN

➤ El esquema básico de programación constituye el principio organizativo de la TV (Semana Tipo) y la Radio, sin el cual no existe un adecuado funcionamiento. No puede ser cambiada o alterada sin motivos plenamente justificados y aprobados por las instancias jerárquicas correspondientes.

➤ La Dirección de Programación, en ambos medios, en estrecha vinculación con el Centro de Investigaciones Sociales realizará evaluaciones permanentes del comportamiento y la efectividad del esquema básico de programación, y propondrá los cambios, modificaciones o ajustes que sean necesarios.

➤ Los cambios en el esquema básico de programación se harán para lograr mejoras en los espacios o por razones de extrema necesidad. En todos los casos, se informará a los colectivos de realización las razones de dichos cambios, así como a la población en el momento en que se considere oportuno.

3.2 – HORARIOS DE TRANSMISIÓN

➤ Los horarios de transmisión son de estricto cumplimiento y solo serán alterados en circunstancias especiales que lo justifiquen.

➤ El ajuste de horarios de transmisión de programas por grupos de edades es sumamente difícil, especialmente en la televisión. Por tal razón, en el caso de la TV, esta estará obligada a poner en pantalla avisos que alerten a los padres, familiares o terceras personas, de aquella programación nacional y extranjera restringida o impropia para menores, con independencia del horario en que se transmita, sin que ello conduzca a una excesiva utilización de este recurso, que debe estar plenamente justificado.

➤ Los horarios de transmisión responden a las audiencias y teleaudiencias potenciales y por consiguiente se clasifican según el destinatario. En aquellos

espacios cuya clasificación implique restricción deben aparecer avisos que especifiquen los contenidos o el destinatario fundamental.

3.3 – SOBRE LOS TIEMPOS DE TRANSMISIÓN

➤ Los tiempos de duración de los programas responden a normas que, universalmente, se adoptan como prácticas que facilitan la comunicación entre emisor y receptor.

➤ En el caso de la Televisión.

➤ Los tiempos de duración de los programas de TV estarán sujetos a las siguientes normas:

- ✓ Programas de 57 minutos
- ✓ Programas de 42 minutos
- ✓ Programas de 27 minutos
- ✓ Programas de 12 minutos
- ✓ Programas de 5 minutos
- ✓ Programas de 3 minutos

➤ Las promociones y mensajes en la TV tendrán en cuenta el tiempo de los bloques a transmitir (siempre entre programas) que podrán ser:

- ✓ 3 minutos
- ✓ 2:30 minutos

En el caso de la Radio

Los tiempos de duración de los programas se comportaran de la siguiente manera:

- ✓ Programas de 300 minutos
- ✓ Programas de 270 minutos
- ✓ Programas de 240 minutos
- ✓ Programas de 180 minutos
- ✓ Programas de 150 minutos
- ✓ Programas de 120 minutos
- ✓ Programas de 90 minutos
- ✓ Programas de 58 minutos
- ✓ Programas de 50 minutos
- ✓ Programas de 45 minutos
- ✓ Programas de 35 minutos

- ✓ Programas de 28 minutos
- ✓ Programas de 24 minutos
- ✓ Programas de 20 minutos
- ✓ Programas de 15 minutos
- ✓ Programas de 10 minutos
- ✓ Programas de 8 minutos
- ✓ Programas de 5 minutos
- ✓ Programas de 3 minutos

➤ Las promociones y mensajes en la Radio tendrán en cuenta el tiempo de los bloques a transmitir (entre programas y dentro de estos) que podrán ser:

- ✓ Hasta 15 segundos
- ✓ Hasta 30 segundos
- ✓ Más de 30 segundos

➤ Los programas que por sus características, intereses o necesidades del emisor, tengan que consumir un tiempo mayor que el establecido se autorizarán de forma excepcional. En estos casos la decisión se tomará institucionalmente y en los niveles de mayor jerarquía de cada medio emisor.

➤ Se exceptúan de las disposiciones anteriores las transmisiones de eventos u otras actividades que sean de interés estatal, cuyos tiempos de transmisión estarán fijados por su propia duración.

3.4 – SOBRE LOS CRÉDITOS

Los créditos en los programas de Radio y Televisión, forman parte de los derechos morales del autor y los derechos habientes de las obras que se utilicen, en consonancia con lo dispuesto en la Ley de Derecho de Autor. Al mismo tiempo constituyen un reconocimiento a quienes con su trabajo creador intervienen y determinan en la calidad artístico – técnica del producto final.

➤ Los créditos son válidos para todos los tipos de programas, exceptuando los bloques destinados específicamente a mensajes y promociones, los que por su carácter, objetivos y tiempos de duración en el aire, no los admiten.

➤ Los agradecimientos en los programas de radio y televisión estos constituirán los mínimos indispensables y estarán altamente justificados. La incorporación de

cualquier otro tipo de agradecimiento en un programa, deberá ser aprobado por los directores de Canales y Emisoras

➤ A los efectos de particularidades en cuanto al uso de los créditos en los programas de radio y televisión, se debe tener en cuenta lo regulado al respecto en las resoluciones específicas dictadas por la dirección del ICRT.

➤ Como regla elemental de ética, los créditos deben ser respetados durante la transmisión de los programas, independientemente de su nacionalidad.

4.- LINEAMIENTOS GENERALES

➤ Garantizar que La programación de la Radio y la Televisión reflejaran la vida de nuestro país a través de sus espacios de producción nacional así como de aquellos que independientemente de su procedencia respondan tanto en temática como en lenguaje a la idiosincrasia e identidad cubanas.

➤ La programación de la Radio y la Televisión cubanas, mediante producciones especializadas y los espacios propios de ambos medios, acompañará de manera constante al Sistema Educativo cubano en el empeño de la Revolución de favorecer en nuestra población una Cultura General Integral que la sitúe en condiciones cada vez mejores de participar en la Batalla de Ideas que enfrenta nuestro país.

➤ Llevará al exterior el mensaje de la Revolución Cubana reflejando su Política Exterior, su mensaje cultural y la Batalla de Ideas que desarrolla a través de su canal internacional, las transmisiones vía satélite, el cable, la multimedia, las paginas web, el Internet y otros soportes

➤ Cuidar el balance adecuado de temas, formas, funciones y destinatarios en la estructura de programación de las emisoras radiales y televisivas

➤ Toda la programación tendrá en cuenta en su quehacer la rectoría metodológica que ejercen las áreas especializadas en Tipos de Programación y Públicos Específicos en la Radio y la Televisión cubanas.

➤ La Radio y la Televisión cubanas tendrán en cuenta de manera permanente el trabajo que realiza el Centro de Investigaciones Sociales del ICRT y crearán las condiciones para la implementación de los resultados de sus investigaciones en la programación de ambos medios.

➤ Mantener la presencia de los contenidos históricos de la programación, con prioridad para aquellos que por su relevancia constituyen patrimonio de la nación cubana

y contribuyen al afianzamiento del patriotismo de nuestro pueblo en especial, las nuevas generaciones.

- Incrementar la presencia de obras latinoamericanas y caribeñas, como forma de contribuir a la integración cultural, espiritual y política de Nuestra América.
- Propiciar el más alto nivel de credibilidad en los mensajes que se transmiten, garantizando que la conducción de los espacios cuente con personas que posean poder de comunicación e imagen en concordancia con el quehacer que difunden
- Profundizar con rigor y seriedad en los conflictos propios de los diversos sectores sociales del país, sin descuidar el reflejo en ellos del contexto universal.
- Favorecer en los receptores el desarrollo de actitudes y gustos que respondan a los principios y valores que necesita nuestra sociedad.
- Construir, diseñar y proponer modelos culturales propios, en correspondencia con los valores y aspiraciones de nuestro sistema social, con el uso de códigos actualizados y atractivos.
- Jerarquizar y promover intencionalmente producciones artísticas y literarias extranjeras que se opongan a las tendencias que privilegien, el consumismo, la banalidad, la pérdida de capacidad de análisis y de compromiso y transformación social.
- Estimular la comprensión y aceptación de la existencia de la diversidad racial, de género, sexual y generacional.
- Erradicar cualquier tipo de conducta que signifique discriminación por discapacidades físicas o mentales, así como por los elementos de aspecto externo.
- Garantizar la presencia en pantalla de los temas que ayuden a nuestra sociedad a reflexionar sobre la honestidad, la honradez, el patriotismo, la solidaridad, la dignidad, el humanismo, la responsabilidad, la laboriosidad y la justicia como valores irrenunciables para los cubanos
- Eliminar cualquier exaltación de la violencia y aún cuando esta se justifique dosificar su presencia en la programación.
- La presencia del consumo de drogas legales e ilegales solo se justificara cuando sea imprescindible en la obra o contribuya directa o indirectamente a combatir su práctica.

- Garantizar que la utilización y presencia de los símbolos y atributos patrios fundamentales, himno, bandera y escudo, reciban un tratamiento que se corresponda con las regulaciones establecidas en la Constitución de la República.
- Destacar las actividades de la defensa de la patria y el espíritu solidarios de nuestro pueblo, a través de una presencia eficaz y atractiva de los temas patriótico-militar e histórico con prioridad para el segmento infante – juvenil.
- La información que se brinde en la programación radial televisiva apuntará siempre hacia una proyección cultural que enriquezca espiritualmente al televidente y contribuya a su crecimiento desterrando todo atisbo de superficialidad y banalidad.
- Perfeccionar sistemáticamente la programación informativa, abordando los temas de mayor relevancia nacional e internacional de forma sugerente y amena.
- Contribuir de manera eficaz a la difusión de la imagen y el papel que desempeñan las mujeres en nuestra sociedad.
- Promover en toda la programación las diversas manifestaciones de la cultura campesina.
- Utilizar la retransmisión como una filosofía de la Política de Programación que a la vez que da la posibilidad de volver a ver, amplía las opciones televisivas de que dispone la población.
- La estrategia en cuanto a la promoción de los programas de televisión requiere: sistematizar la planificación, el enfoque de prioridades y avanzar hacia formas de realización más contemporáneas, originales y atractivas, en la búsqueda de mayor impacto en los públicos, logrando, articular con coherencia los disímiles espacios de las carteleras de televisión.
- Mantener la música cubana de manera estable en la programación en toda su riqueza genérica, ofreciendo las más variadas opciones para su disfrute, siempre sobre el principio de su calidad
- La música extranjera será difundida profundizando en la selección de la oferta a partir de sus niveles cualitativos.
- Continuar la diversificación de la programación deportiva a través de lo mejor y más representativo del deporte nacional internacional.
- Preservar los índices de estrenos que históricamente se han alcanzado y elevarlos en la medida de las condiciones y posibilidades.

- Incrementar a partir de las posibilidades reales los programas realizados en vivo, con el propósito de una utilización más racional de los recursos técnicos.
- Elevar el nivel cualitativo de la divulgación de nuestros programas a través de propuestas que garanticen una mayor eficacia comunicativa.
- Sistematizar en nuestras programaciones la difusión de las mejores producciones de los Centros Territoriales, como vía para aprovechar el talento de todos los territorios a la vez que dar a conocer con mayor amplitud el desarrollo económico, social y cultural de todo el país.
- Promover un uso amplio y rico del idioma español como factor de reafirmación de la identidad de nuestro pueblo, teniendo en cuenta el tipo de programa y su público destinatario
- Desarrollar bajo el principio de la reciprocidad el trabajo promocional entre ambos medios de forma tal que a la promoción de la TV en la Radio corresponda, así mismo, la programación estelar de la Radio en la TV.
- Difundir los principales logros de la ciencia y la técnica en Cuba y el mundo.
- Contribuir a la consolidación y perfeccionamiento de una cultura de vida que, mediante la incorporación creciente de hábitos saludables favorezca un desarrollo más pleno de los seres humanos y el mejoramiento de su calidad de vida
- Desarrollar todo el esfuerzo dirigido a inculcar en los públicos infantil, adolescente y joven rasgos de carácter, convicciones y moral comunista, así como una concepción científica del mundo, interés por el conocimiento y sentimientos de amor a la patria y sus símbolos, la familia y a toda la sociedad.
- Fomentar en los públicos adultos la reflexión sobre el cuidado y atención a niños, adolescentes y jóvenes y la necesidad de la estimulación temprana en ellos de la sensibilidad ética, estética, moral e ideológica como bases para su inserción activa en la sociedad.
- Velar por que la programación exprese la realidad multirracial de nuestra población
- Los temas religiosos se abordarán cuando sea necesario tratarlos, eliminando cualquier intención de ridiculizarlos o de mostrar preeminencia de una religión sobre otra, así como cualquier forma de proselitismo.

- El tratamiento de las temáticas relacionadas con la sexualidad tendrá en cuenta la política trazada por los Organismos e Instituciones del Estado que velan por estos asuntos
- Fomentar en la población que las conductas sociales se caractericen por una educación formal que ayude a la convivencia.
- Aprovechar el talento de los jóvenes creadores, divulgar sus aportes y estimular su incorporación al trabajo de los medios.
- Tener en cuenta para nuestros espacios la producción audiovisual que se realiza fuera de la institución.
- Estimular la creación de espacios de opinión que ayuden a crear una cultura del diálogo y del debate, respetando la diversidad de criterios desde el principio de pluralidad dentro de la unidad.
- Tanto en la radio como en la televisión, el ejercicio de la crítica y la opinión es condición indispensable para la formación y desarrollo de los públicos, contribuirá a la libre circulación de la información y los conocimientos y permitirá canales de intercomunicación para diagnosticar problemas y plantear soluciones. Este ejercicio se realizará con una alta responsabilidad y rigor ético por parte de creadores, periodistas y directivos.
- La programación de los Telecentros y Emisoras territoriales, garantizará el reflejo de la vida y económica y social de sus localidades así como el entorno cultural de las mismas.

4.1 – PROYECCION CULTURAL DE LA PROGRAMACION

- La cultura nacional será defendida no solo desde la divulgación de los acontecimientos en este ámbito, sino también y sobre todo a través de espacios de alto nivel de realización que profundicen en la esencia de lo que somos, en los elementos que conforman nuestra identidad y a la vez, que aporten conocimientos y ensanchen el horizonte estético de los públicos.
- Se estimulará en el pueblo el interés por las actividades culturales, su práctica y disfrute.
- Tomar en cuenta, a los efectos de la información cultural en la radio y la televisión, los contextos en que se desarrolla actualmente nuestra cultura, que se afirma como un bastión incuestionable, en la defensa de nuestra identidad nacional y nuestra

independencia, frente a las campañas manipuladoras y la acción ideológica del enemigo a través de los centros hegemónicos de la comunicación. Cualquiera que fuere el argumento, no se puede subestimar el hecho de que nuestro diferendo histórico con los gobiernos de Estados Unidos, se dirime también cada día en la confrontación de ambas culturas.

➤ La Radio y la Televisión cubanas llevarán a nuestro pueblo los mejores exponentes de la creación artística mundial y evitarán la reproducción acrítica de las jerarquías impuestas por las transnacionales en la promoción y divulgación de la cultura extranjera.

➤ Los valores de la identidad cubana y de la cultura nacional serán destacados como armas de afirmación y defensa de la Patria, de su soberanía e independencia, de su ética y voluntad de trascender.

➤ Se jerarquizará lo cubano en los horarios de programación de la Radio y la Televisión

➤ Desarrollará la crítica artística y literaria para propiciar el mejoramiento de la producción de nuestros creadores y la orientación a los públicos.

➤ Se estimulará el conocimiento del patrimonio nacional y los valores culturales e históricos propios y universales.

➤ Abordar los temas históricos utilizando recursos artísticos que hagan creíble y atractiva la historia y a sus personajes paradigmas a imitar.

➤ Particularizar en la profundización y dominio de la obra y el pensamiento de nuestro Héroe Nacional José Martí

4.2 – TEMAS Y BALANCE TEMÁTICO

➤ Los temas que se traten en nuestros medios estarán en correspondencia con el enfoque de los lineamientos generales de esta Política de Programación, según el destinatario y la función que cumpla cada espacio.

➤ El balance temático ha de ser el resultado de estructurar equilibradamente las prioridades informativas, educativas, culturales, deportivas y recreativas con el objetivo de que se integren adecuadamente en el diseño de programación.

➤ En el propósito de brindar una programación con calidad que satisfaga los intereses de la mayor cantidad de públicos así como las necesidades del emisor las opciones temáticas se verán reflejadas de manera coherente y complementada en la

horizontalidad y verticalidad del esquema básico de programación sin dejar de tener en cuenta los perfiles de cada Canal o Emisora.

➤ La programación específica para niños, adolescentes y jóvenes, debe contribuir a su adecuada educación y fomentar hábitos que concuerden con los preceptos de nuestra sociedad socialista, tales como la honradez, el respeto, el buen hablar, la solidaridad humana, la cooperación, la tenacidad, el amor al trabajo, la cultura general, así como los valores universales de la vida espiritual.

➤ Los temas que se traten en el horario de alto potencial de auditorio, deben ser asumidos desde la perspectiva que permita su asimilación por los más variados públicos.

➤ El sexo y el desnudo en la radio y la televisión podrá ser tratado en cualquier tipo de programación siempre que este justificado dramaturgicamente y tenga en cuenta el horario en que se transmite y el público a que esta dirigido el espacio.

➤ Los temas religiosos se tratarán solamente cuando estén en función de expresar directa o indirectamente los procesos en los que se fundamenta la identidad de la nación cubana, ya sea en sus manifestaciones individuales o colectivas, no podrán aparecer en los medios con intención de ridiculizarlos o de mostrar la preeminencia de una religión sobre otra, se prohíbe su utilización directa o indirectamente en función proselitista y las decisiones para su tratamiento en cualquier tipo de programa se harán de forma colegiada y serán aprobadas por los Directores de Emisoras y Canales a los que corresponda

4.3 – PROPAGANDA Y PUBLICIDAD

La propaganda y la publicidad en la Radio y la Televisión Cubanas tiene la tarea de dirigir la acción principal de los contenidos hacia la orientación ideológica, política y de bien público, a la vez que, informar, orientar, educar, movilizar y persuadir; consolidando o modificando percepciones, ideas, gustos, sentimientos, hábitos, actitudes y conductas en los diferentes segmentos de la población con productos de un alto rigor estético en los presupuestos conceptuales, en los contenidos, en el uso de los códigos de comunicación, y en el diseño y manejo del discurso audiovisual

En ningún caso se efectuará Publicidad Comercial que incite al consumismo, ni acciones publicitarias que contradigan los postulados de la política de programación y del código de ética, ni que violen los principios y lineamientos del Partido, del Gobierno y del Estado Cubano.

Los contenidos de esta dirección además estarán dirigidos puntualmente a:

- Mantener informada a la población sobre los diferentes espacios de la Radio y la Televisión Cubanas
- Fomentar la conciencia acerca del cuidado del entorno y del medio ambiente por lo que significa para la supervivencia y desarrollo de la especie humana.
- Difundir los avances de la ciencia y la técnica y la repercusión que tienen en la calidad de la vida de los seres humanos.
- Promocionar eventos de instituciones y/o personalidades de la vida social y cultural que por su significación, repercusión, actualidad, trascendencia y relevancia nacional, deban ocupar los espacios de los Canales Nacionales de la Televisión.
- Informar sobre programas culturales y opciones recreativas de relevancia nacional que se desarrollen a lo largo de todo el país.
- Difundir las efemérides de organismos, organizaciones, instituciones y personalidades que por su trascendencia social, histórica y política lo ameriten con énfasis en los aniversarios cerrados.
- Priorizar las producciones de bien publico para estimular actitudes y conductas saludables o de beneficio propio que incrementen la calidad de vida social y personal.
- Educar y consolidar aquellos valores éticos y materiales que se correspondan con los principios de nuestra sociedad.
- Fomentar el amor a la patria y a las tradiciones históricas y patriótico-militares.
- Defender y consolidar las tradiciones de la cultura cubana y la identidad nacional.
- Consolidar el prestigio y la legitimidad del sistema institucional cubano y de los líderes de la revolución.
- Enaltecer el papel del trabajo como fuente de las riquezas materiales y espirituales del ser humano y de la sociedad.
- Consolidar en la población convicciones político-ideológicas en correspondencia con los principios y lineamientos del Partido y la Revolución que posibiliten la movilización del pueblo hacia las tareas de la defensa, desarrollando la conciencia de que existe un peligro real de agresión a partir de la cercana presencia del enemigo, su creciente hostilidad hacia Cuba y la situación político-militar en las condiciones del mundo unipolar.

- Movilizar a la población hacia actividades y acciones de carácter político, económico y social vitales para la nación.
- Informar y orientar a la población sobre asuntos y acontecimientos de carácter político, económico y social, relacionados con instituciones del país, y de interés para la población y para el Partido, Gobierno y el Estado.
- Promocionar eventos de instituciones y/o personalidades artísticas de relevancia nacional.
- Informar sobre programas culturales y opciones recreativas que se desarrollen a lo largo de todo el país.
- Difundir las efemérides de Organismos, Organizaciones, Instituciones y personalidades que por su trascendencia social, histórica y política lo ameriten, priorizando las fechas redondas.

5.- LINEAMIENTOS POR TIPO DE PROGRAMACIÓN

El tratamiento de los temas vinculados a cada Tipo de Programación tendrá en cuenta la política trazada por las Instituciones y Organismos del Estado para los mismos así como la asesoría de estos para su más adecuado reflejo en nuestra programación.

5.2 – PROGRAMACIÓN DRAMATIZADA

- Abordará mayoritariamente los temas nacionales y de actualidad como forma de reafirmar nuestra identidad a partir de un lenguaje de alcance universal, que permita satisfacer las expectativas de los diversos públicos.
- Garantizará la presencia de los temas que ayuden a nuestra sociedad a reflexionar sobre la honestidad, la honradez, el patriotismo, la solidaridad, la dignidad, el humanismo, la responsabilidad, la laboriosidad y la justicia como valores irrenunciables para los cubanos.
- Tener en cuenta en sus espacios seriados habituales (aventuras y novelas) la posibilidad y la necesidad de la inserción de los temas de la historia nacional o la evidencia del marco histórico en el que se desarrollan.
- Dignificará, mediante los programas policíacos, el rol social que juegan nuestros órganos de seguridad, acercándolos a la población.
- Priorizará las adaptaciones y versiones de las obras de los autores cubanos y de la literatura universal más representativos.

- A través de historias contemporáneas reflejará la diversidad y complejidad de nuestra sociedad, teniendo en cuenta la existencia de estratos sociales.
- Fomentará en los telecentros y emisoras territoriales producciones que reflejen sus entornos y problemáticas
- Utilizará el lenguaje como elemento caracterizador de los personajes que ayuda a hacerlos verosímiles, evitando la vulgaridad injustificada
- Trabajaré las vidas de los próceres y mártires recreando el concepto del héroe y tratando de establecer paradigmas con verosimilitud.
- Priorizaré, como parte de la orientación vocacional, historias que dignifiquen profesiones específicas hacia las que interese inducir a los jóvenes.

Programación humorística

- Estimularé nuevas formas de hacer y decir inspiradas en lo mejor de la tradición del género.
- Haré uso de la sátira social, género con tradición en la cultura nacional, como instrumento de perfeccionamiento de nuestra sociedad
- Adecuaré el tratamiento de los temas al horario y al público al cual están dirigidos.
- Promoveré la crítica a los valores del capitalismo y el consumismo en general y a sus manifestaciones en nuestra sociedad.

5.3 – PROGRAMACIÓN HISTORICA

- Reflejaré con rigor científico los hechos de la historia universal que resultaron trascendentales y por tanto tuvieron profunda significación e incidencia en la historia de la humanidad
- Mantendrá vigente por las más diversas vías la presencia del ideario martiano.
- De manera permanente tenderé a la estimulación y reflejo de valores como la honestidad, el amor a la patria, la solidaridad, el espíritu de lucha, la valentía, el respeto a los héroes y mártires, la incentivación por conocer nuestras raíces, el respeto a las tradiciones y el enaltecimiento de nuestra cultura.
- Abordaré los hechos históricos a partir de las ciencias sociales, teniendo en cuenta las contradicciones, complejidades y diversidad de enfoques, siempre desde el principio de la unidad que le ha permitido al país resistir las agresiones enemigas.

➤ Asumirá formas atractivas de realización buscando la aceptación de los públicos más jóvenes y menos especializados.

➤ Las efemérides podrán ser tratadas en todos los espacios de nuestros medios aún cuando existan algunos específicos para ello. Las mismas serán jerarquizadas teniendo en cuenta su relevancia y trascendencia y siempre se priorizaran las vinculadas a la historia política, social y cultural de nuestro país

5.4 – PROGRAMACIÓN PARA LA NIÑEZ, LA ADOLESCENCIA Y LA JUVENTUD

➤ Garantizar una programación que contribuya a la conformación de una concepción científica del mundo, así como la avidez por el conocimiento, a la vez que estimule el desarrollo de la fantasía

➤ Promover el concepto de familia y el amor por ella, las relaciones interpersonales, el respeto entre padres e hijos, la moral, la vergüenza, la honestidad.

➤ Implementar una programación que contribuya a desarrollar la inteligencia, la autovaloración, el espíritu crítico, la opinión personal y todas aquellas actitudes que los estimulen a participar activamente en la sociedad.

➤ Garantizar que niños, adolescentes y jóvenes se desempeñen en papeles o funciones propias de las características y posibilidades de su edad cronológica y mental

➤ Mantener la vinculación de los creadores y especialistas que trabajan para la niñez y la adolescencia con el Centro de Investigaciones Sociales del ICRT, así como con el resto de los organismos, organizaciones e instituciones relacionadas con la labor en favor de la infancia y la familia para garantizar tanto el acercamiento al destinatario infantil y su entorno, como a la política estatal que tiene que ver con su desarrollo.

➤ Contribuir a elevar su capacidad de análisis en torno a problemas tales como la política, la moral, la economía, la cultura y la sociedad sin sacrificar el carácter recreativo, la calidad artística y el consecuente disfrute estético.

➤ Incrementar la presencia de programas de participación que resalten la actividad de los jóvenes como sujetos activos de la sociedad.

➤ Desarrollar espacios que eleven la información cultural, estimulen la sensibilidad artística y los valores estéticos.

- Tendrá en cuenta las particularidades de cada etapa del desarrollo humano para el diseño de los espacios.
- Velará porque la participación de niños, adolescentes y jóvenes en los programas represente una posibilidad de identificación para sus semejantes y para la aprehensión de elemento contribuyan a la formación.
- Tendrá en cuenta en sus espacios, en correspondencia con las diferentes etapas del desarrollo humano la importancia del juego y la participación como formas de aprendizaje.
- Fomentará la participación genuina de los niños, adolescentes y jóvenes en la concepción y desarrollo de los espacios a ellos dedicados.

5.6 – PROGRAMACIÓN CINEMATOGRÁFICA

- Mantener el adecuado balance temático, por género y nacionalidades así como la selección de los mejores exponentes cinematográficos, a partir de la disponibilidad y fuentes con que contamos.
- Propiciar dentro de la programación el conocimiento del cine cubano y la difusión de sus exponentes más representativos.
- Preservar los índices de programación de estreno alcanzados y elevarlos en lo posible. Utilizar adecuadamente los fondos de archivos del ICRT y otras instituciones.
- Priorizar en los espacios destinados a niños y jóvenes materiales que a la vez que entretengan, formen una cultura cinematográfica y propicien la asimilación de normas humanas, morales y sociales que contribuyan a una mejor formación integral de este sector poblacional.
- Desarrollar la cultura cinematográfica de la población, tanto por la muestra de productos de indiscutible calidad, como por los comentarios críticos correspondientes, que deben referirse no solo a las características y virtudes técnicas de un filme, sino a su contexto social y a sus implicaciones ideológicas.
- Garantizar que los materiales con escenas eróticas, de desnudo y violencia ocupen los horarios adecuados en correspondencia con los públicos a que están destinadas estas producciones
- Las obras cinematográficas que por sus altos valores conceptuales y artísticos constituyen patrimonio cultural deben ser respetadas en su integridad

- Las obras que según esta política deban ser modificadas para su exhibición, contarán con una advertencia previa para la tele audiencia
- Fomentar la producción de materiales documentales como forma de abordar temas nacionales de interés.

5.7 – PROGRAMACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA

- Estimular el conocimiento y actualización de los avances más significativos de la ciencia y la técnica tanto nacional como internacional.
- Garantizar la divulgación de los logros investigativos, inventivas y su consecuente aplicación dentro de la vida de nuestro país.
- Garantizar en la programación la presencia de las personas y las instituciones que hacen posible el desarrollo científico-técnico y la protección medioambiental en nuestra nación.
- Propiciar la presencia de cualquier programación que tangencialmente trate o divulgue el quehacer científico en cualquiera de sus manifestaciones.
- Divulgar los resultados más relevantes de las forum de ciencia y técnica y su vinculación con los programas priorizados por la dirección del país encaminados a satisfacer las necesidades de la población.

6.- SOBRE LA CORRESPONDENCIA, LOS CONCURSOS, COMPETENCIAS Y LOS PREMIOS EN LOS PROGRAMAS DE RADIO Y TELEVISIÓN

6.1.-Sobre la correspondencia:

- Las cartas, llamadas, telegramas o cualquier mensaje de los receptores, deben responderse en el tiempo más breve posible utilizando cualquier vía que garantice y haga evidente que su reclamo ha sido atendido, priorizando los que se pronuncien sobre aspectos críticos o realicen sugerencias para mejorar la calidad de los programas.
- Ningún anónimo será tenido en cuenta en el ejercicio que se hace normalmente con la correspondencia del programa. Se clasificará aparte y se atenderá de manera diferenciada.
- La correspondencia en los programas no podrá utilizarse para promover beneficios personales ni dar relevancia a una persona sobre otra, a no ser que se refieran a sus méritos en cualquier sector de la vida del país.

6.2.- Sobre los concursos y competencias

➤ La Radio y la Televisión cubanas incorporaran a sus respectivas programaciones concursos y competencias como un ejercicio sano de relacionarse con los receptores de sus mensajes.

➤ La realización de estas actividades promoverá la estimulación del conocimiento y las habilidades, la investigación, la dedicación al estudio y la participación de los televidentes y nunca incluirá elementos que tiendan a la banalidad, denigren o humillen a los participantes.

6.3.- Sobre los premios

➤ Los premios que entregan los programas de Radio y Televisión pueden ser de carácter moral y material

➤ La entrega de premios en los concursos de los programas de Radio y Televisión tendrán como base el esfuerzo, la sabiduría y la dedicación demostrados y estarán en correspondencia proporcional a la complejidad de las tareas encomendadas.

➤ Los premios materiales que se entreguen en los concursos y competencias de la Radio y la Televisión responderán a las características de los temas en los que se compite y siempre estarán vinculados a la estimulación del crecimiento espiritual, cultural y moral de los competidores.

➤ Para la selección de ganadores en los concursos y competencias de los programas de Radio y Televisión se utilizarán jurados integrados por personas competentes y reconocidas que prestigien estas selecciones y siempre se tendrá en cuenta el criterio del ICRT representado por quien se designe en cada caso.

➤ Se tratara de reducir al mínimo las premiaciones producto del azar y en los casos que se utilicen se caracterizaran por una transparencia y probidad que no deje lugar a dudas.

Anexo 5. Política Informativa

Para nuestra sociedad, el ser humano tiene pleno derecho a la información, a conocer las decisiones y directivas del Partido y del Estado, los resultados y perspectivas del esfuerzo común, todos los aspectos de la vida política, económica y social del país, así como el mundo en que vivimos.

La información en la Radio y la TV debe reflejar en sus enfoques la política del PCC y del gobierno, así como las actitudes heroicas y de resistencia y el espíritu de trabajo creador de nuestro pueblo en la defensa de la soberanía y la identidad nacionales y nuestra Revolución Socialista.

Es requerimiento obligado sistematizar las acciones que garanticen que los informativos constituyan espacios principales y de alta calidad en la estructura de programación de la radio y la televisión cubanas. Deben explotarse en ellos todos los resortes de la comunicación.

Los contenidos principales de la información deben responder prioritariamente a un reflejo cada vez más cercano a los intereses sociopolíticos, económicos y culturales de la población cubana, considerando las características de territorios y diversidad de sectores.

Información nacional:

- Priorizar los resultados de la gestión estatal en las actuales circunstancias económicas destacando el espíritu de iniciativa y la agudización al máximo de todas las reservas de energía e inteligencia colectiva en la búsqueda de soluciones a nuestras dificultades.
- Estimular el surgimiento de programas informativos que propicien un mejor conocimiento de los esfuerzos que realiza el país para llevar adelante el desarrollo económico, a la vez que incrementen la posibilidad de las masas de ejercer su derecho a participar activamente en la divulgación de los logros de colectivos destacados y obreros de vanguardia, así como de las organizaciones políticas y de masas.
- Garantizar que en las prioridades de información esté representada la actividad que desarrollan los sectores y grupos sociales que conforman la sociedad cubana actual, en correspondencia con el lugar y papel que desempeñan.
- Fortalecer la credibilidad de nuestros medios. Erradicar tanto la apología y el triunfalismo, que dan origen a falsas expectativas e incredulidades, como el hipercriticismo y el sensacionalismo, generadores de resquemores y susceptibilidades

que enrarecen las relaciones con las fuentes y pueden llevar al desaliento y a la desmoralización. Crear espacios de análisis y participación en torno a la realidad nacional.

➤ Prestar interés especial a fortalecer las relaciones de trabajo con la Unión de Periodistas de Cuba, y aunar esfuerzos por acrecentar la labor de las delegaciones de base en la búsqueda de un mayor nivel de profesionalismo del personal dedicado a la información, y elevar la calidad del contenido y la forma de los programas dispuestos a estos fines.

Información internacional:

➤ Denunciar de forma permanente las agresiones imperialistas contra nuestro país, manteniendo informada a la población de las modalidades que adoptan y las consecuencias de las mismas.

➤ Difundir la política exterior de nuestra Revolución expresando las posiciones de Cuba ante los acontecimientos internacionales.

➤ Se deberán reflejar las campañas de apoyo a la Revolución Cubana por parte de diferentes pueblos del mundo, especialmente en lo referente a las denuncias del bloqueo que Estados Unidos ejerce sobre nuestro país, el caso de nuestros Cinco Héroes prisioneros en cárceles norteamericanas y la política contradictoria del gobierno de los Estados Unidos en relación con el terrorismo, informando igualmente la contribución que Cuba brinda a diversos países del mundo en numerosas esferas.

➤ Exponer con argumentos el carácter histórico del enfrentamiento con los diferentes gobiernos de los Estados Unidos.

➤ Brindar el panorama informativo del acontecer internacional de manera que promueva la reflexión del receptor y le permita arribar a conclusiones propias y acertadas acerca de la complejidad de los eventos que suceden en el mundo.

Información deportiva:

➤ Se brindará una destacada atención al desarrollo deportivo en nuestro país y sus triunfos en la arena internacional.

➤ Ofrecer una adecuada cobertura en estos medios de los principales eventos deportivos nacionales e internacionales. Se darán a conocer los éxitos de nuestros deportistas destacando aquellos cuya trayectoria constituya un ejemplo para las más jóvenes generaciones.

➤ Se propiciará el conocimiento de todas aquellas iniciativas y soluciones que en las circunstancias actuales sirvan para promover la práctica deportiva en escuelas, barrios y en cualquier lugar en el que sea factible.

➤ Favorecer el ejercicio de la crítica en el deporte sobre una base analítica que enfoque con realismo los resultados de nuestros atletas y sus posibilidades de competición en la arena internacional, con el fin de ayudar de forma constructiva a la elevación de la calidad de nuestro deporte en cada una de sus modalidades.

➤ Se evitarán las informaciones sobre contratos, salarios y premios de atletas profesionales en cualquier evento, incluyendo a los deportistas cubanos, así como se será cuidadoso en la información del boxeo y el béisbol de esta naturaleza. Sobre estos deportes solo se harán referencias históricas o comparaciones en comentarios y programas, pero siempre resaltando las bondades del deporte revolucionario.

Información cultural:

➤ Destacar los valores de la identidad cubana y de la cultura nacional como armas de afirmación y defensa de la Patria, de su soberanía e independencia, de su ética y voluntad de trascendencia.

➤ Estimular la información sobre la labor de creación de los jóvenes escritores y artistas, difundiendo sus obras, así como las soluciones para desarrollar su actividad en las actuales circunstancias.

➤ Llevar a nuestro pueblo la información sobre las mejores realizaciones de la creación artística mundial, con un sentido crítico objetivo a partir de nuestra ética revolucionaria.

➤ Desarrollar la crítica artística y literaria como forma de ayudar al mejoramiento de la producción de nuestros creadores y el nivel de la Radio y la Televisión.

➤ Garantizar que la difusión cultural en Radio y Televisión sea plenamente abarcadora de todo el universo cultural

Información de la legalidad socialista

➤ Contribuir a que el pueblo, además de conocer la Constitución de la República, también domine sus leyes, y la responsabilidad que corresponde a cada cual en la exigencia y el respeto a ellas y las consecuencias de su incumplimiento.

➤ Divulgar los hechos que pongan de manifiesto la vigilancia de las masas en el respeto a la Ley.

Información científico-técnica:

- Difundir los principales logros científicos alcanzados en el país, destacando los centros y colectivos laborales que los han hecho posible.
- Dar a conocer utilizando los diferentes géneros del periodismo, la labor de técnicos, innovadores y racionalizadores, brigadas juveniles y otras fuerzas, en la búsqueda de soluciones prácticas e inventivas que contribuyan a mantener la producción en nuestras condiciones actuales.
- Divulgar los principales resultados alcanzados en los Forum de Ciencia y Técnica, y su vinculación con los programas priorizados por la dirección del país.
- Fortalecer los programas dedicados a esta temática a través de la superación y la especialización de los periodistas y realizadores dedicados a ella.
- Difundir los logros de la ciencia y la técnica internacional sin levantar falsas expectativas acerca de las posibilidades de adopción por nuestro país.

Información de la defensa:

- Hacer énfasis en destacar las actividades sobre la defensa, en específico, los principios que rigen nuestra doctrina militar de “La guerra de todo el pueblo” y el desarrollo del Sistema Único de Vigilancia y Protección como forma superior de alianza entre el pueblo y las diferentes instituciones defensivas del país, para hacer frente a cualquier provocación del enemigo y combatir las manifestaciones delictivas internas.

Anexo 6. Política Musical

- Favorecer el predominio de lo mejor de la música cubana y tener en cuenta el equilibrio y la variedad entre géneros, épocas, estilos, autores e intérpretes.
- La utilización de la música en programas de otro tipo, debe contar con la aprobación de la estructura que atiende el quehacer musical en cada uno de los medios.
- Jerarquizar la producción musical de mayor calidad y autenticidad en correspondencia con los perfiles de cada espacio.
- Priorizar en la difusión musical los géneros auténticamente cubanos así como las agrupaciones e intérpretes incluidos en los catálogos de excelencia del ICM.
- Promover el empleo de los mejores y más prestigiosos compositores e intérpretes para las producciones musicales, sea cual sea el tipo de programa que necesite este recurso.
- La Radio y la Televisión se reservaran el derecho de transmitir las producciones musicales concebidas y producidas por otras instituciones sin la participación de estos medios.
- Propiciar y estimular desde el principio de la calidad la presencia del arte lírico, la música de concierto y la campesina.
- Incluir, en el caso de la TV lo más auténtico de la expresión danzaría nacional e internacional, con énfasis en nuestros bailes populares.
- Favorecer lo más genuino de la música de América Latina y el Caribe.
- Proteger las expresiones de la música popular y evitar las visiones folcloristas de esta.
- Ampliar la variedad de programas musicales con formatos diversos.
- Garantizar que la información que se brinde en los programas musicales apunte hacia una proyección cultural evitando toda manifestación de banalidad y superficialidad.

Anexo 7. Política editorial para la página web de Telecubanacán

Quiénes somos:

Un equipo de periodistas comprometidos con la política de la Revolución cubana, que abarcamos e informamos desde cada uno de los municipios de la provincia de Villa Clara.

Nuestra página www.telecubanacan.co.cu es una herramienta de comunicación de los integrantes, redactores y reporteros del Sistema de Televisión de la provincia de Villa Clara, donde reflejamos fundamentalmente el acontecer económico, político y social de nuestro entorno, sin despreciar aquellos acontecimientos que por su importancia o trascendencia en el orden nacional o internacional sea oportuno reproducir.

Lo que ofrece este sitio es un periodismo revolucionario y comprometido, donde tiene reflejo el quehacer de todas las organizaciones e instituciones villaclareñas en su empeño por desarrollar el país. También tendrá espacio nuestra rica historia local, llena de leyendas, acontecimientos y personajes que han hecho trascender cada rincón de nuestra tierra.

NUEVA FILOSOFIA DE GESTIÓN:

Estamos aquí no solo para crear, producir y transmitir programas de televisión, sino para informar a nuestros públicos en el en la provincia, Cuba y el mundo, desde una perspectiva cultural e identitaria y con enfoque integrador, haciendo llegar el mensaje de nuestro Partido Comunista al mundo, o sea, combatir por la Patria, la Revolución y el Socialismo.

IDENTIDAD: Somos un Sistema de la Televisión Cubana que pertenecemos al Instituto Cubano de Radio y Televisión, herederos de la experiencia profesional que otorga el privilegio de haber sido de los primeros a nivel continental; orgullosos de pertenecer a lo que el Comandante en Jefe ha definido como la artillería pesada de la Revolución.

Nacimos como Centro Regional de Información para las provincias centrales, y nos transformamos cualitativamente hasta convertirnos en un sistema con un telecentro provincial, tres municipales y diez corresponsalías de televisión, con la función social de servicio público responsabilizado con la información, el entretenimiento, la educación político-ideológica, moral y estética de la población.

Nuestra capacidad de llegar a cada habitante de la provincia y a cada rincón del mundo nos posibilita establecer un activo y rico proceso de comunicación con nuestros públicos, a los cuales les reconocemos un papel activo.

MISION: Somos un sistema informativo, educativo y de entretenimiento, que desde una perspectiva esencialmente cultural, trabaja por satisfacer los intereses de los diferentes públicos de la provincia de Villa Clara, Cuba y del mundo a través de la página Web www.telecubanacan.co.cu, en correspondencia con los principios de la Revolución Socialista.

VISIÓN: Ser cada vez más reconocido en el territorio y en el mundo por los diferentes públicos como un equipo de trabajadores que actuamos con alta profesionalidad, sentido humanístico y revolucionario, manteniendo nuestras tradiciones culturales y nuestra identidad nacional.

SOBRE LA PÁGINA WEB

www.telecubanacan.co.cu es una web periodística —cuyos mensajes están dirigidos a públicos internos y externos—, con una redacción especializada y con las colaboraciones de todos los periodistas del Sistema de la Televisión de Villa Clara.

En la nueva guerra ideológica que impone la mundialización, nuestro sitio web será utilizado como un arma de combate. Concederá prioridad al cumplimiento de la política editorial, y publicará contenidos de calidad, teniendo en cuenta los valores noticia, inmediatez, actualidad, veracidad, en consonancia con las normas de redacción para Internet.

Esta publicación se propone ser un soporte expedito para ofrecer nuestros puntos de vista a los lectores. En este nuevo entorno comunicacional, **Telecubanacán web** pretende lograr un mayor posicionamiento y visibilidad en los principales buscadores y portales informativos, y lograr cambios en el diseño de la cadena productiva tradicional, así como readecuar sus rutinas productivas a los nuevos imperativos de la red de redes.

Internet es una propuesta cierta de futuro y en ella cada usuario puede ser espectador y actor. Por tanto, debemos confeccionar nuestro foro de discusión y utilizar el correo electrónico con el objetivo de continuar generando acciones de movilización e intercambio con miles de personas en el planeta, en aras de lograr una mayor interactividad con los internautas y eficacia informativa al dar a conocer al mundo el mensaje de la Revolución cubana. También, aspiramos a un mejor tratamiento de la hipertextualidad en los materiales publicados, al uso de la multimedialidad en el sitio y al aprovechamiento del video.

www.telecubanacan.co.cu debe repensarse como una web en construcción, a partir de la informatización del flujo productivo desde cualquier municipio y de los nuevos roles que asumirá en este proceso el personal periodístico. Además, para adecuarnos a los nuevos

requerimientos del lenguaje multimedial, el software que sostiene la página requiere ser renovado o desarrollado sin la utilización herramientas disponibles libremente en Internet.

Los cambios deben atender los intereses de los usuarios, sin renunciar a los objetivos que sustentan al medio. La calidad de la publicación y su ajuste al perfil serán indicadores evaluados con sistematicidad., de modo que la publicación se acerque más a las exigencias crecientes del periodismo mundial.

DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Se utilizarán los materiales del equipo especial de la página, y las colaboraciones del resto de los redactores del Sistema de la Televisión de Villa Clara. Las fuentes oficiales para los temas nacionales e internacionales serán la Agencia de Información Nacional (AIN) y Prensa Latina (PL), y cuando por su importancia, trascendencia o el enfoque se considere oportuno podrá reproducir algunos de los contenidos de los periódicos Granma, Juventud Rebelde, Trabajadores y CubaDebate

LOS OBJETIVOS DE LA PUBLICACIÓN

Telecubanacán Web se inserta en el escenario mediático de Internet para ampliar la presencia del país en espacios físicos y virtuales, a partir del tratamiento de temas de actualidad -nacional e internacional-, desde nuestros referentes socio-culturales y políticos.

Telecubanacán Web encuentra personalidad propia como publicación desde el punto de vista temático, a partir de reforzar la intencionalidad del mensaje desde su propuesta de actualidad villaclareña. Para ello pretende que cada trabajo contenga como elemento distintivo, la visión de la provincia sobre los temas abordados, a través de la inserción de documentos y posiciones oficiales del país.

A partir del estrecho vínculo de la publicación con su institución gestora, **Telecubanacán** se propone ofrecer servicios de valor agregado elaborados especialmente para apoyar las coberturas periodísticas.

ENFOQUE DE LA PUBLICACIÓN

Telecubanacán Web es esencialmente informativa, con materiales de cualquier género periodístico que aporten sobre las tradiciones de los pobladores de Villa Clara.

Esta visión informativa y documentada descansa en la necesidad urgente de atender las exigencias cada vez mayores de la comunicación en Red, y hacer un periodismo profundo, que trascienda lo inmediato para devenir en conocimiento.

PÚBLICO META

Telecubanacán Web está dirigida a todos los usuarios que se interesen fundamentalmente por la actualidad de la provincia de Villa Clara, aunque no es ajena al acontecer nacional e internacional. Ante la atomización del mercado informativo y la sobreabundancia de información disponible en Internet, el público destino deberá encontrar una mirada más completa de la provincia, sustentada en mayores dosis de argumentación y contextualización rigurosa. **Telecubanacán Web** debe presentar las posibles conexiones entre los principales acontecimientos de la realidad villaclareña.

Dentro de los públicos de **Telecubanacán Web** se encuentran en primer lugar los de la provincia, y en orden de tratamiento los de Cuba y el mundo, además de los propios medios cubanos, aprovechando el flujo informativo desde cada rincón de la provincia.

CONTENIDOS Y ORGANIZACIÓN LA PUBLICACIÓN

Después de la experiencia acumulada durante los últimos años y las consultas realizadas con otros órganos de prensa, y una evaluación de nuestra página en correspondencia con los objetivos y público meta identificados, permiten reformular criterios asociados tanto a los contenidos como a su organización, por lo cual se redefinen las secciones habituales de **Telecubanacán Web**.

La información se organiza según tres categorías principales denominadas Canales, Secciones y Servicios.

CANALES

Canales: El término se refiere al sistema de comunicación clásica que los medios han concertado con el público para dar a conocer la actualidad cotidiana. Con igual nombre, en Internet se inaugura este servicio que se ha impuesto a partir de los canales RSS.

Los canales propuestos se clasifican en espaciales y temáticos. Seguidamente son detallados:

➤ **Espaciales:** Se sustenta en la posibilidad de que los usuarios accedan a la información atendiendo al criterio geo-espacial de los contenidos que se publiquen. Esta clasificación incluye dos categorías:

- **De Villa Clara:** lugar especial de la página para ofrecer la información de actualidad de la provincia.
- **De Cuba:** lugar reservado para presentar la información que se publique sobre el país, independientemente de su contenido temático, tratamiento informativo o lugar de origen de la fuente.

- **Del Mundo:** lugar reservado para presentar la información de carácter internacional que se publique, independientemente de su contenido temático, tratamiento informativo u origen de la fuente.
- **Temáticos:** Este criterio de clasificación tiene que ver con las aristas o los tópicos en que los medios segmentan la realidad para su tratamiento, a escala nacional e internacional. En este criterio se incluyen:
 - **Economía:** Abordará lo relacionado con el intercambio, la producción, distribución, y administración material de bienes y servicios del individuo o la colectividad -a escala provincial y nacional-, así como sus repercusiones sociales.
 - **Sociedad:** comprenderá trabajos relacionados con el conjunto de agrupaciones, instituciones y organizaciones que intervienen en el todo social, así como los vínculos e interacciones que se establecen entre ellos y en su interior.
 - **Ciencia y tecnología:** Comprenderá materiales periodísticos relacionados con el desarrollo científico y tecnológico, así como sus impactos sociales.
 - **Cultura:** Se abordará desde las manifestaciones artísticas que tradicionalmente han aparecido en los medios de comunicación, bajo la sombrilla de este concepto: arquitectura, arte digital, cine, danza, dramatizados, escultura, literatura, música, pintura, teatro, radio y televisión -del ámbito cubano y mundial.
 - **Deportes:** recogerá los trabajos relacionados con los eventos deportivos. Abordará también el tema desde una perspectiva interpretativa y de opinión.

Secciones: El término se refiere a espacios dedicados tanto a informaciones como a servicios de interés para el público según criterios de “cobertura informativa” y espacios de opinión, que por sus características, trascienden el valor informativo. Enfatizan el carácter dialógico e interactivo de la publicación.

Secciones permanentes de *Telecubanacán Web*

- **Titulares del día:** Con los titulares de las noticias más importantes publicadas sobre nuestro país en Cuba y el mundo.
- **Mesa Redonda:** Con el tema principal del programa televisivo para el día
- **Meteorología:** Con el parte del tiempo para Villa Clara
- **Reflexiones del Compañero Fidel:** Con las reflexiones del día.
- **Telecubanacán por dentro:** Con una síntesis de los programas y sus días de transmisión
- **La frase de Hoy:** Con frases de destacadas personalidades del país.
- **Villa Clara en cifras:** Con las cifras de los principales indicadores de la provincia de Villa Clara relativas a los principales sectores de la sociedad, con enlaces a artículos relacionados con el tema.
- **El video de Hoy:** Con lo más trascendental abordado por su institución rectora desde cualquier municipio.
- **Exclusivo:** Con un reporte exclusivo para la página que por su importancia merezca realce informativo

SERVICIOS

Servicios: se ofrecen para que el usuario encuentre, desde la propia publicación, espacios informativos, de retroalimentación de búsqueda y recuperación de información, lúdicos, de entretenimientos y de funcionalidad.

- **Informativos y de promoción:** Con los eventos y pronósticos más importantes de los acontecimientos de Villa Clara.

- **Interactivos y de participación**

- **Enviar a un amigo**

- **Votar:**

- **Socializar:** Marcar el trabajo a través del “etiquetado social”.

- **Comentar:** Debe ser el espacio reservado dentro del sitio para que los usuarios expresen sus criterios en relación con el medio, tanto en los aspectos formales como en los de contenido. En cada trabajo interpretativo debe aparecer la opción “Comentar” que accede a un formulario.

- ✓ **Foros:** Deben ser propuestos a partir de los principales temas abordados por el medio. Es imprescindible estructurarlos a partir de reconocidos moderadores que puedan garantizar un flujo comunicativo organizado.

- ✓ **Encuestas:** Sobre temas priorizados por la agenda del medio.
- **De recomendaciones a sitios externos**
 - **Directorio de la Comunicación:** Directorio que contiene las referencias de los medios de comunicación cubanos. Este servicio del CIPRE puede enlazarse también desde ***Telecubanacán Web***.

VÍNCULOS CON LOS USUARIOS

Atender y pensar en las necesidades de los usuarios, sin renunciar a los objetivos e intereses de la publicación, resulta inaplazable para un medio de comunicación en Internet.

Es por ello que, como parte las secciones fueron concebidas hacia una mayor participación de los lectores y que evolucionen en las concepciones más interactivas.

Por otro lado, se debe diseñar y ejecutar una labor de posicionamiento de esta Web periodística en los principales motores de búsquedas y sitios nacionales e internacionales, así como mantener una labor permanente de respuesta a los mensajes de los lectores de ***Telecubanacán Web***.

La visibilidad de los principales temas y tendencias de búsqueda en la Web por parte de los internautas, así como un sistemático monitoreo de las estadísticas y las posteriores inferencias para conocer el impacto de ***Telecubanacán Web*** en Internet, serán herramientas permanentes de las consideraciones para incluir, potenciar, modificar y eliminar cualquiera de las secciones, los canales o servicios diseñados en la publicación.

NORMAS Y ESTILOS DE REDACCIÓN

Escribir para Internet deviene un reto para los profesionales de Telecubanacán, pues se trata de asumir un estilo de redacción diferente al que se utiliza cuando se redacta para la televisión.

El ciberespacio se acerca más a la llamada prensa escrita, o plana. La extensión de los trabajos, el titulado, el empleo de las cifras y las siglas, difieren de las normas que emplea la televisión a la hora de redactar para el propio periodista o un locutor de espacio informativo.

La presente Carta de Estilo de ninguna manera es un texto definitivo. La propia dinámica del trabajo para la Web seguirá recomendando nuevas propuestas para perfeccionarla.

ESTILO DE REDACCION

a) El estilo de redacción debe ser breve, sencillo, claro, conciso, y preciso. Fácilmente comprensible para el lector, con el fin de captar su interés.

b) Las palabras empleadas deben ser comunes. Cuando haya que incluir términos poco frecuentes (por estar en desuso o por ser excesivamente técnicos) o que sean exclusivos del habla cubana o de nuestro sistema social, es preciso explicar al lector su significado. Ejemplo: No escriba, Juan Pérez, primer secretario del Partido; sino: Juan Pérez, primer secretario del Partido Comunista de Cuba. Recuerde que las palabras cederistas, cuentapropistas, anapistas, son propias de nuestro país y requieren explicación.

c) Los párrafos deben ser breves, no expresar más de una idea. Su extensión no debe exceder las siete líneas.

d) La extensión de los trabajos estará acorde con el género periodístico y la trascendencia del suceso. La información no debe exceder los siete párrafos, pudiendo llegar hasta 15 en los restantes géneros. En todo caso, utilice las ventajas del hipertexto.

e) No es necesario emplear la reiteración con la misma concepción a la que utilizamos en los espacios televisivos.

f) Cuando en una información se cite por vez primera a una persona, se explicará de quien se trata, comenzando siempre por los nombres y dos apellidos. En las restantes citas, puede utilizar sólo los apellidos. (Ej: Raúl Pacheco Guzmán, director de la Empresa de Cultivos Varios Yabú)

g) Para el tratamiento de celebridades, sitios históricos, entidades, instituciones y lugares trascendentales se debe respetar el nombre artístico, profesional e histórico por el cual es conocido, además de hacer referencia obligada sobre el tema, que enlace a:

- 1) Bases de Datos
- 2) Sitios Web
- 3) Páginas web personales

h) No hay que abusar de frases como 'declararon en exclusiva a Noticentro...', y otras análogas. Expresiones como éstas deben reservarse para figuras y personalidades que en realidad ofrecieron declaraciones exclusivas a la televisora.

i) En la mayoría de los países las personas leen de izquierda a derecha. Por ello la alineación lógica de los textos ha de ser a la izquierda. Los textos centrados o alineados a la derecha son complicados de leer y extraños a la vista

j) Los trabajos para Internet se caracterizan por su valor documental. Estas entregas estarán contextualizadas y enriquecidas con investigaciones y elementos que la complementan. Estos datos enriquecen, orientan y aportan teniendo en cuenta que siempre el lector conoce o recuerda detalles que estamos obligados a refrescar. Ej: Si se habla de los médicos de familia, por qué no incluir la cantidad total de ellos que existen en el territorio? cuántos nuevos médicos se graduarán en el presente curso? o la cobertura total del médico de la familia en el municipio o la provincia?

k) La redacción para la Web implica interiorizar claramente que el destinatario fundamental está fuera del país. Es posible escribir con pasión y dominio del tema sin tener que incluir las palabras “nosotros”, “nuestro”.

l) Para referirnos a Fidel Castro, no debemos escribir “nuestro Comandante en Jefe”, es preferible expresar: “el presidente cubano Fidel Castro”, “el líder de la Revolución Cubana”. Sus cargos irán siempre en mayúscula, cuando haga mención a ellos. Ej: “El Primer Secretario del Comité Central del Partido Comunista de Cuba”, “El Presidente de los Consejos de Estado y de Ministros”; “El Jefe de Estado”.

PRESENTACION Y ENVIO DE LOS TRABAJOS PERIODISTICOS

a) El redactor podrá sugerir el párrafo que se colocará en portada, junto al titular, para atraer la atención del lector.

b) El redactor podrá incluir datos y referencias que serán utilizados por los editores, para complementar el trabajo periodístico.

c) El periodista presentará como mínimo 2 fotos en la carpeta compartida de la Web. Podrá sugerir la foto de portada e interior, junto al pie de foto, para atraer la atención del lector.

FIRMA Y FECHA EN LOS TRABAJOS PERIODISTICOS

a) Todas las notas tienen que mostrar al lector la fecha de actualización, el lugar de procedencia de la nota y nombre del autor. Queda libre su ubicación dentro de la información. Para los trabajos atemporales, solo se precisará del autor, y en la fecha, solo requieren mes y año.

ENTREVISTAS

a) Si se tratara de un diálogo con varios entrevistados, se componen con una P en “negrita” la pregunta o intervención del periodista (salvo en la primera pregunta que se escribirá: -Periodista, seguido de dos puntos. El nombre de los entrevistados se compone también en “Negrita”, seguidos de dos puntos. A partir de la segunda respuesta, se colocarán las iniciales del entrevistado.

TITULARES

a) Los titulares deben responder fielmente a la información, éste no debe exceder las 12 palabras.

b) El uso de las interrogantes y admiraciones debe ser limitado. Los dos puntos se utilizarán sólo cuando después de un nombre propio siga una frase entrecomillada (una frase pronunciada por esa persona).

c) No deben emplearse siglas en los titulares, salvo que sean sobradamente conocidas, y nunca más de una en un mismo título.

d) Los verbos de los titulares se ponen, preferiblemente, en tiempo presente. También se prefiere la afirmación a la negación.

e) Evite el uso indiscriminado de números al comenzar los titulares, en caso de emplearlos, debe escribir con letras cifras que se escriben con guarismo. Ejemplo: “Cuarenta heridos en accidente de tránsito en Manicaragua”

f) No se emplearán cursivas en los titulares.

g) En los titulares se emplearán letras en Alta y baja.

CIFRAS Y ABREVIATURAS

a) Elimine el subrayado de los números en el texto. No es necesario destacarlos de esa forma.

b) Las cifras del uno al nueve se componen con letras. Del 10 en adelante con números: Cuando sean cifras largas, escribimos: dos millones 567 mil 200; 10 mil 547; 150 mil 547. Una excepción: no escribimos: “mil 325”, sino: “1 325”.

c) En caso de series numéricas, se optará por ponerlas todas con números ('3 ministros, 45 senadores, 100 diputados').

d) Asimismo se emplearán siempre guarismos en los siguientes casos

e) Los días del mes ('13 de abril'),

f) En una fecha histórica, “26 de Julio”, “5 de Septiembre”).

g) Nombre propio: “Movimiento 26 de Julio”

- h) Los números de calles o plazas ('San Miguel, 7 y 9').
- i) Los años, no las décadas ('2008', 'los años ochenta').
- j) Los números que identifiquen a un texto legal ('Real Decreto 125/1979') o los que correspondan a una de sus partes ('capítulo 5º', 'artículo 25º', 'párrafo 3º').
- k) Las cifras con decimales ('17.50 centímetros').
- l) Los porcentajes: en este caso, sin el signo matemático unido al último número ('65,50 por ciento de analfabetos').
- m) Los nombres de productos industriales ('KRIM 218')
- n) Los números de unidades militares ('regimiento número 10').
- o) Los de calles y carreteras ("calle 41")
- p) Las fracciones de hora; en este caso, con separación de dos puntos ('a las 8:50 p.m.'). (Ver más adelante en inciso en 6b).
- q) Los calibres de las armas ('Parabellum del 9 largo').
- r) Los números en los nombres de aviones, misiles o naves espaciales ("Soyuz T 15", 'Titán 2', 'Apolo 12').
- s) Los grados y minutos de latitud o de longitud.
- t) Los grados de temperatura; en este caso, ('5°C').
- u) Los tantos, tiempos o cilindradas de las competiciones deportivas.
- v) Cuando se expongan problemas matemáticos o de pasatiempos.
- w) Se recomienda usar lo menos posible los números romanos, para representar los ordinales, salvo referido a siglos. Ejemplo: Siglo XX. En el caso de aniversarios, es preferible: "Aniversario 25". Como regla general, para los eventos acogeremos la forma de enumeración del logotipo oficial: Ejemplo: "V Simposio Internacional sobre Periodismo Digital"
- x) Los números ordinales inferiores a veintiuno, podrán escribirse indistintamente con letras ('primero', 'undécimo', 'decimonoveno'), con números romanos ('Movimiento V República', 'III Frente Oriental')
- y) Conviene recordar que los ordinales correspondientes a once y doce son 'undécimo' y 'duodécimo' (no 'decimoprimeros' y 'decimosegundo') y que la partícula avo no indica orden de secuencia, sino las partes en que se divide una unidad ('piso decimosexto' y no 'dieciseisavo').

z) Es incorrecto escribir frases como 'de 40 a 45 mil pesos ' cuando lo que quiera decirse sea 'de 40 mil a 45 mil pesos’.

aa) No escriba: 20 CUC, sino: 20 pesos cubanos convertibles. Así ocurrirá con las monedas extranjeras.

bb) Siempre que pueda escriba “25 kilómetros”, no: “25 km”; “20 megawatts”. No “20 MW”.

NOMBRES Y SIGLAS

a) El nombre de organismos y entidades, nacionales o internacionales, debe escribirse completo la primera vez, que se mencione en una información, y a continuación, entre paréntesis, las siglas que los identifican. En las siguientes citas se puede escribir sólo las siglas.

b) Nunca debe escribirse una sigla, por conocida que sea, sin explicar su significado. Recuerde que CDR, FMC, UBPC, ANAP, CTC, son siglas exclusivas de nuestro país, no se conocen en otras naciones.

c) En las informaciones sobre actos públicos (un congreso, una asamblea, un simposio), el nombre oficial de la reunión debe escribirse completo la primera vez, que se cite. En las referencias siguientes puede abreviarse o se puede utilizar un sinónimo.

d) Los nombres extranjeros se componen como mismo se escriben. Ejemplo: “The Guardian”, no: “De Guardian”.

e) Cuando una ciudad, país o entidad hayan cambiado de nombre recientemente, el anterior se citará siempre, entre paréntesis.

f) Ubique geográficamente a comunidades y cabeceras municipales. Para ellos, se tomará como punto de referencia la capital provincial. En el caso de los reportes de municipios se debe especificar a la provincia y región geográfica a la que pertenece. También la distancia en kilometraje entre la ciudad cabecera provincial y la capital del país.

HORAS

Las horas se escriben con letras (siempre del uno al nueve), no con números, salvo en estos tres casos:

1. Cuando contengan fracciones (incluidos los cuartos y las medias).

Ejemplo: 9:12 a.m.

2. Cuando se trate de relaciones horarias (programas de actos y de radio o televisión). Ejemplo: 8:30 a.m.

3. En los cronometrajes de competiciones deportivas. (Ejemplo: 2.30.15)

En el caso de escribirse con letras, (siempre del uno al nueve) por tratarse de horas completas, se añadirá, según corresponda, 'de la mañana' (a partir de las seis), 'de la tarde' (a partir de la una), 'de la noche' (a partir de las ocho) o 'de la madrugada' (a partir de la una). Para las 12 de la mañana o de la noche es preferible escribir, respectivamente, 'mediodía' o 'medianoche'

Cuando se empleen números, de acuerdo con las tres excepciones establecidas más arriba, hay que escribir 'las 8:45 de la noche'. Es incorrecto: 'las nueve menos cuarto de la noche' o 'las 8:45 de la tarde'.

a) Las fracciones de hora se separan con dos puntos. Se escribirá además: p.m. o a.m. Es incorrecto redactar 'a las 7,30'. Debe escribirse 'a las 7:30 p.m.'

b) Los minutos y segundos de los tiempos deportivos se expresarán con puntos ('la marca ha quedado establecida en 2.30.27'), pero no con comillas para los minutos y apóstrofes para los segundos (2 30" 27').

GRAFIA

a) Se suprimirá la p en las palabras construidas con prefijos de origen griego, como pseudós (seudónimo), psitacós (sitacosis) o psora (soriasis). Con una sola excepción: los derivados de psyche (psicosis, psicología, etcétera).

b) Los compuestos de las palabras norte y sur se escribirán con R (noroeste) y con D (Sudáfrica).

c) Las palabras en cuya grafía se emplee la x con sonido de j se escribirán con X. Ej: México

CITAS Y ENTRECORTILLAS

A) Una palabra o frase con matiz irónico irá entre comillas.

B) Una cita breve de uno o dos renglones puede ir entre comillas, y se abrirán después de "que" cuando la cita es textual. Ejemplo: (correcto) El dirigente dijo que "nos mantendremos en la avanzada de la producción". (Incorrecto): El dirigente dijo "que nos mantendremos...".

C) Los nombres de centros de trabajo, escuelas, centrales, cooperativas, no llevarán comillas ni se escribirán en negritas ni cursivas. Ejemplo: El central azucarero Abel Santamaría, pero si debes escribir: En el “Abel Santamaría”...

D) Cuando se precisa realizar un llamado o una indicación para notas aclaratorias, se utilizará un número de manera exponente, y al final del texto se expresa en Notas aclaratorias.

MAYUSCULAS Y MINUSCULAS

a) Hay que evitar la proliferación o utilización innecesaria de las letras mayúsculas. Como norma general, se emplea mayúscula inicial en los nombres de entidades u organismos, siempre que se escriban completos. Ejemplos: 'Partido Comunista de Cuba; 'El Ministerio de Educación', “El Ministro de Educación”, sin embargo, se escribe: Luis Ignacio Gómez, ministro de Educación.

b) En todo caso, se escriben con mayúscula inicial los nombres propios de

1. Personas

2. Animales ('el burro Perico').

3. Instituciones ('el Ejército').

4. Establecimientos y entidades comerciales, industriales o culturales (tienda El Encanto, 'cine Cubanacán').

5. Organismos oficiales ('Instituto Nacional de la Vivienda')

6. Fiestas patrióticas y sociales (El 26 de Julio; el Día de los Niños).

7. Regiones geográficas específicas o zonas con significación ideológica propia ('Oriente Próximo', 'Mare Nostrum', 'Tercer Mundo')

8. Acontecimientos históricos ('la Revolución Francesa').

9. Premios y condecoraciones ('Premio Nobel de la Paz')

10. Los puntos cardinales ('el Norte', sin embargo escribimos: 'al norte de Cienfuegos', 'Aguada norte', en este último caso, cuando actúa de adjetivo.

11. Acontecimientos deportivos importantes ('Juegos Olímpicos de Verano')

12. Los de textos legales cuando se escriban completos ('Real Decreto 125/1979', pero 'el citado real decreto').

13. Los apodos y el artículo que les precede (“El Chuchi”, con mayúsculas iniciales y entre comillas, pero escribimos: Santiago Martín, el Chucho, con mayúsculas iniciales y sin comillas el apodo)

14. Las ciencias o disciplinas académicas ('Medicina)

15. Los documentos y reuniones políticos, diplomáticos o religiosos ('Conferencia de Desarme', 'Cumbre de Río', 'Tratado de Damasco')

16. Los artículos que formen parte de un apellido, siempre que no vayan precedidos del nombre, en cuyo caso se escribirán en minúsculas ('Del Valle', 'De Gaulle', sin embargo escribimos 'José del Valle', 'Charles de Gaulle';)

17. Los de personas o lugares aplicados a cosas cuando se refieran a un número determinado de ellas, y no a todas las de su especie, como si se tratase de un apellido ('un Picasso legítimo')

18. La primera palabra en los títulos de libros, películas, obras de teatro y canciones, cualesquiera que sean las normas al respecto del idioma en que estén escritos, salvo que en el título figure algún nombre propio. ('La CIA y el culto del espionaje', 'The CIA and the cult of intelligence'. Una excepción: los títulos de periódicos, que llevan mayúscula inicial en todas las palabras, Juventud Rebelde')

19. Existen accidentes geográficos que llevan un nombre genérico como parte del nombre propio, y entonces sí deben escribirse con mayúscula (La avenida no se llama De los Presidentes, sino Avenida de los Presidentes; la ermita no se llama De Monserrate, sino Ermita de Monserrate)

c) Se escribirán en letra y con mayúscula inicial los nombres de organizaciones (el Movimiento 26 de Julio), y las cifras que inicien párrafo o sigan a un punto.

d) Las palabras que designan accidentes geográficos, edificios, locales públicos y vías urbanas no forman parte del nombre propio. Por tanto, se escriben con minúscula inicial ('mar Egeo', 'palacio de Santa Cruz', 'cine Camilo Cienfuegos', 'avenida de Carlos III). En cambio, se emplea mayúscula con esas mismas palabras cuando correspondan a un idioma distinto al español, a fin de evitar el uso de la

cursiva en el nombre genérico. Ejemplos: 'Rue de Rivoli', pero no 'rue de Rivoli'; 'Palazzo Chigi', pero no 'palazzo Chigi'.

e) Después de dos puntos se escribe siempre en minúscula, salvo en estos tres casos:

1. Que se abra una cita, en cuyo caso la palabra inicial irá en mayúscula aunque sea a texto seguido.

2. Que se trate de una enumeración, en cuyo caso cada apartado irá en punto y aparte y con mayúscula inicial

3. Que se refiera a nombres propios. Ejemplo: nombres de personas, zonas geográficas.

PUNTUACION

a) No se pone punto final en los titulares, pero sí en los pies de foto.

b) Los puntos suspensivos nunca deben ir al final de una información.

c) Las siglas se escriben con mayúsculas, pero sin puntos de separación.

d) Si una cita se divide en varios párrafos, hay que poner comillas al comienzo y al final de la cita, no cerrando al final de cada párrafo.

e) Las partes aligeradas en una cita se indicarán con puntos suspensivos entre paréntesis (...)

f) Evite el uso indiscriminado de la coma. En televisión es factible para una mejor comprensión por parte del locutor. Debe evitarse separar el sujeto y el predicado mediante comas. Ejemplo de incorrección: Los trabajadores de la Empresa Clorosa, cumplieron el plan de producción. Se exceptúan los casos en que media una incidental entre sujeto y predicado. Ejemplo: La medicina natural y tradicional, como ya ha quedado apuntado, permitirá evitar la enfermedad.

g) Cuando se haga un inciso en una cita, no se cerrarán comillas y el inciso irá entre comas. Ejemplo: «Al finalizar la década de los ochenta, dijo el conferenciante, había en el país...»

h) Los títulos de libros, películas, obras de teatro, periódicos, canciones y, en general, las palabras no castellanas o los neologismos, no se entrecomillarán. Ejemplo: La telenovela *Al compás del son* es la propuesta del canal Cubavisión...

i) Tampoco se entrecomillarán los nombres de animales, barcos, aviones, misiles o naves espaciales.

j) Los nombres de organismos, entidades comerciales y formaciones políticas, nunca irán entrecomillados, puesto que llevan ya mayúscula en el inicio de la palabra o palabras que componen su título.

k) Tampoco se subrayarán o entrecomillarán los nombres de las agencias de noticias, nacionales o extranjeras, y los de calles, plazas, edificios, entidades, organismos y partidos escritos en un idioma distinto al castellano. (Ejemplos: EFE, France Press, British Broadcasting Corporation, Kneset, Sinn Fein.)

l) Los guiones se utilizan para señalar el cambio de interlocutores en una entrevista corta, en sustitución de los paréntesis en las oraciones intercaladas y para unir dos adjetivos. En este último caso, siempre que cada uno de los adjetivos conserve su identidad (acuerdo cubano-venezolano; es decir, entre los Gobiernos de Cuba y Venezuela). En cambio, se escribirán sin separación cuando esos dos adjetivos supongan una nueva identidad (comunidad cubanoamericana; esto es, los norteamericanos de origen cubano).

m) Las abreviaturas llevarán siempre punto. Ejemplo: “Cuba vs. Haití”

FOTOGRAFIAS

a) Las fotografías deben llevar pie. Los pies deben ser puramente informativos, y descriptivos, y su extensión no debe exceder las dos líneas

b) Es de uso obligatorio el atributo ALT.

c) El pie de foto nunca debe ser una frase escogida del texto.

d) La foto de una persona muy conocida internacionalmente y a la cual se hace referencia en el texto no requiere especificar el nombre.

e) El periodista debe presentar dos fotos en la carpeta compartida y sugerir el pie de foto.

Anexo 8. Guía de observación

Fecha:

Lugar:

Frecuencia:

Hora de inicio:

Hora final:

Objetivos:

Caracterizar los componentes infraestructurales del telecentro.

Patrones a observar:

- Condiciones de trabajo
- Recursos materiales.
- Descripción de actividades.
- Observaciones y reflexiones generales.

Anexo 9. Entrevista semiestructurada

1. ¿A quién se subordinan?
2. ¿Las instituciones gubernamentales influyen directamente en la regulación de sus políticas?
3. ¿Quiénes son las instancias que pueden determinar e incidir directamente?
4. ¿Quiénes, en que momento y con qué criterios deciden lo que es producible en el telecentro?
5. ¿Cómo seleccionan los temas?
6. ¿Grados de autonomía de que disponen realmente en cuanto a ley?
7. ¿Cómo es la tecnología con la que cuentan?
8. ¿Cuáles son las funciones del telecentro?
9. ¿Se estimula a la creatividad y la innovación para alcanzar el objeto social del telecentro? ¿Cuáles son sus patrones individuales de motivación?

Anexo 10. Entrevista en profundidad

1. ¿Cómo valora usted la oferta de programación del telecentro en comparación con su objeto social?
2. ¿Cómo diseñan la tira programática? ¿Cada qué tiempo la revisan y rehacen? ¿Bajo qué criterios se decide transformarla o no? ¿Qué papel juega la investigación para amparar decisiones?
3. ¿Qué nivel de participación tienen en la estructuración de la misión y la visión del telecentro? ¿Cómo se estimula?
4. ¿Cómo usted concibe la función del telecentro hoy para la provincia de Villa Clara en medio de las múltiples ofertas de carácter foráneo que cada vez con mayor presencia tiene la población. Cómo usted considera que el telecentro se inserta en este entramado? ¿Potencialidades, limitaciones?
5. ¿Conoce usted la política cultural del país?
6. ¿Qué es política cultural para el telecentro?
7. ¿Cómo considera usted se produce la articulación entre lo que en materia simbólica-cultural genera el telecentro y lo que demanda nuestra política cultural?
8. ¿Cuáles son las mayores posibilidades para estimular esta articulación y en qué consisten las limitaciones?
9. ¿Cómo se garantiza que la programación actual tribute adecuadamente a lo que establece la política cultural? ¿Cómo lo corroboran?
10. ¿Ustedes realizan reuniones en las que se discutan cuestiones relativas a la política cultural, al perfil del telecentro, a cómo organizar los procesos al interior?
11. ¿Qué valoraciones cree usted que predominan en el telecentro respecto a la política cultural, al objeto del telecentro, a su misión y visión? ¿Cómo valora usted la armonía o no entre estos elementos?