UNIVERSIDAD CENTRAL "MARTA ABREU" DE LAS VILLAS
VERITATE SOLA NOBIS IMPONETUR VIRILISTOGA. 1948

Departamento de Estudios Socioculturales.

Tema: La gestación en la radio.

Título: Propuesta de gestación sociocultural para el rediseño de la programación de la emisora Estéreocentro FM93.5.

Autora: Maria Isabel Oses Andrés.

Tutora: Mrs. Maylen Villamañan Alba.

Co- tutora: Mrs. Anaiky Borges Machín.

Consultante: Eloy Montenegro

Curso: 2010- 2011

Santa Clara.

“Nunca te concedas un deseo sin concederte también la facultad de convertirlo en realidad.”

Richard Bach.

“Nadie es tan pobre que no tiene algo que dar, nadie es tan ignorante que no tiene que enseñar.”

Anónimo.

Dedicatoria

A mi familia por su amor, apoyo y dedicación. Por ser mi sostén, mi consuelo, mi fuerza y mi espada en cada batalla.

Agradecimientos:

A Gladys y a Mario por estar siempre a mi lado, queriéndome y apoyándome en todo.

A Yunier y a Jorge por el cariño y por incentivar la confianza en mi.

A Maylen por su incansable faena guiándome en la investigación, por estar siempre pendiente de mi, por su confianza y cariño.

A Gustavo y a Ángela por ayudarme cada vez que he recurrido a ellos.

A Maylin García por demostrarme su amistad en los momentos más difíciles.

A Roberto Fernández por compartir el gusto por la radio y por sus consejos.

A Airenys, Arlietys y Yiny por la amistad, el cariño y el apoyo.

A Lisandra, Aylen, Cecilia, Yamilet, Dianeisy, Suyen y Yanaisy por todos sus consejos y cooperación.

A Anaiky por ser mi co-tutora, por sus enseñanzas y por su afecto.

A Eloy y a Maylin por abrirme las puertas de la emisora FM 93.5

A Oscar por estar ahí siempre que lo he necesitado.

A todos los profesores que han contribuido en mi formación académica sobre todo a Alicia, Carratalá, Cebey y Gerardo.

A Yoandy por ayudarme con el uso de la tecnología, por recuperarme los documentos.

A los que hicieron posible la materialización de esta tesis.

A los que confiaron en mí y a los que no lo hicieron.

A todos muchas gracias.

ÍNDICE

Resumen.....7

Introducción.....8

Capítulo 1: Referentes teóricos de la gestación sociocultural en la radio.....15

Epígrafe 1: Medios de Comunicación: campo cultural de la radio.....15

1.1: Sociedad, cultura e Industria Cultural: Medios de Comunicación de Masas.....15

1.2: Del análisis de las masas a los estudios de recepción: masas, habitus y consumo de las prácticas mediáticas.....19

1.3: Especificidades de la radio 24

Epígrafe 2: Gestación sociocultural.....29

2.1: Antecedentes de la intervención sociocultural.....29

2.2: Gestión sociocultural, gerencia social y gestación sociocultural.....32

Capítulo 2: Diseño metodológico y aplicación de la propuesta de gestación sociocultural en la radio. 37

Epígrafe 1: Diseño metodológico.....37

1.1: Metodología, métodos, técnicas y selección muestra.....37

Epígrafe 2: Propuesta y aplicación del sistema de acciones de gestación.....44

2.1: Diseño de la propuesta.....44

2.2: Aplicación de la propuesta.....46

2.3: Consideraciones finales de la aplicación de la propuesta.....65

Conclusiones.....66

Recomendaciones.....67

Bibliografía. **68**

Anexos. **71**

RESUMEN

El presente Trabajo de Diploma se realizó con el objetivo de implementar un proceso de gestación sociocultural para el rediseño de la programación de la emisora Estéreocentro FM 93.5. Se revisaron conceptos como: sociedad de masas, Industria Cultural y campo cultural, así como las diferentes mediaciones que inciden sobre los receptores durante el consumo. Además, se consultaron los conceptos de gestión y gestación sociocultural. Estas categorías se aplicaron al análisis del Medio de Comunicación de Masas estudiado: la radio. Para la realización del diagnóstico se tuvo en cuenta detectar las características de la emisora, de sus programas y de la audiencia. A partir de estos resultados, se elaboró y se aplicó una propuesta de gestación para llevar a cabo el rediseño de la programación, a través del modelo de planificación conjunta del grupo gestor. La implementación de este proceso de gestación obtuvo como resultado el nuevo diseño de la programación.

INTRODUCCIÓN

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Se trata de un proceso donde, como mínimo, intervienen tres elementos: emisor, mensaje y receptor. ***"La comunicación, es la realización de todo el sistema de relaciones del hombre, siendo además la condición más importante de asimilación por el individuo del desarrollo histórico de la humanidad"*** (Andreeva, G. M; 1981 citado por Villamañan, M; 2008).

La comunicación nace de la actividad, de la necesidad de relacionarse con los demás hombres con el fin de producir los medios indispensables para la satisfacción de las necesidades básicas. Para ello, se vio en la obligación de buscar ayuda, de entablar relaciones con los individuos que le rodeaban. De la relación necesidad de comunicarse- satisfacción de necesidades, surgieron instrumentos de comunicación oral y escrita como el lenguaje y la escritura[1].

La invención del alfabeto fue el punto máximo de la primitiva codificación de la comunicación. Fue propiciado por los pueblos de mayor desarrollo social y de mayor interrelación comercial con otros pueblos. El alfabeto constituyó una clave de intercomunicación y una herramienta para el intercambio cultural en manos de aquellos pueblos de la antigüedad que crearon las primeras rutas de comercio tanto marítimas como terrestres. Se desarrollaron sistemas paralelos de comunicación mediante la escritura en todas las civilizaciones, que alcanzaron parecido desarrollo cultural. Se creó entonces un sistema de comunicación intercomunal adaptado a las características de cada comunidad desde pequeñas aldeas hasta las macrópolis: el sistema de correos.

[1] El proceso de comunicación primitivo transitó por cuatro fases:

- Mnemónica (de memoria): se emplearon objetos reales como datos o mensajes entre personas que vivían alejadas y no pertenecían al mismo sistema convencional de comunicación.
- Pictórica: la comunicación se transmite mediante la pintura, representaciones de objetos.
- Ideográfica: asociación de símbolos pictóricos con objetos e ideas, utilización de signos en la representación de ideas La máxima cima cultural de este sistema de comunicación fue la escritura jeroglífica de los egipcios.
- Fonética: se establece cuando el signo representa un sonido fuera de palabras enteras (sílabas o lo que hoy se llama letra como unidad fonética menor), nace entonces el alfabeto.

La historia de la comunicación está asociada a la división socioclasista y las relaciones de poder. Así, el correo como instrumento de acceso a las fuentes de noticias, estaba reservado a la casta minoritaria dominante, en correspondencia con la organización esclavista de las sociedades de dicha formación política económica. Estas castas hacían de él el uso que más convenía a sus intereses de poder en relación con la población dominada. Durante la Edad Media tanto la transmisión oral como la representación gráfica serían instrumentos de comunicación sometidos al control supremo de la iglesia sancionadora y del poder temporal. En sus manos está el control de los instrumentos de comunicación debido a que poseen los soportes de escritura, conocimientos de escritura y acceso a las fuentes de noticias. Esto demuestra que el control de la comunicación social se ha aplicado desde siempre a dar una intencionalidad al comunicado coincidiendo con los intereses del emisor para imponérselos al receptor. Se evidencia la desigualdad en la posición histórica que ocupan el emisor y el receptor.

En el siglo XV Gutenberg inventó la imprenta de tipo móviles que reemplazó a los manuscritos e hizo posible fijar el pensamiento, multiplicarlo y difundirlo. La nueva técnica puso al alcance de cualquiera la edición de miles de ejemplares de libros, y la Iglesia perdió el monopolio de la copia de libros. El nacimiento del libro amplió las posibilidades de la comunicación y la difusión de la lectura y de la escritura: ya en el siglo XVI las imprentas producían miles de libros en diversos idiomas. Tres siglos después surge el periódico, con lo que comienza la modernidad. En el siglo XVII, la publicación de periódicos era común en varios países de Europa occidental y se generalizó extendiéndose luego a las colonias americanas. Sobre todo, a partir de los inicios de siglo XX, los periódicos, revistas y libros leídos en el mundo produjeron cambios en el modo de actuar y sentir de los hombres. La eficacia de la letra impresa fue contundente, y no tuvo rival alguno hasta la aparición de otros medios masivos de comunicación que compitieron en la información. En el siglo XX aparecen más medios de comunicación: el cine, la radio y la televisión.

Al igual que sucedió con la imprenta y el periódico, los medios de comunicación nacidos en el siglo xx también se generalizaron por todo el mundo. Cuba fue una de

las pioneras en América Latina en desarrollar la radio y la televisión, pues desde 1922 y auspiciada por la International Telephone and Telegraph (ITT), en la isla caribeña fue montada la primera planta radial. La primera emisora que transmitió en Cuba fue la 2LC de Luis Casas Romero, el 22 de agosto de 1922[2].

Alternativamente, El 24 de febrero de 1958, sale al aire desde la Sierra Maestra, en las montañas del oriente cubano, Radio Rebelde, emisora de la Revolución fundada por Ernesto Che Guevara, y con ella comienza una nueva etapa en la historia de la radiodifusión en Cuba. A finales de 1959, había en el país 156 repetidoras radiales.

El 24 de mayo de 1962, mediante la Ley 1030 del Consejo de Ministros de Cuba, se crea el Instituto Cubano de Radiodifusión, con el objetivo de difundir y orientar las emisiones de la radio y televisión para todo el territorio nacional. En 1975 el nombre sufre un cambio y pasa a denominarse Instituto Cubano De Radio y Televisión (ICRT), con las mismas atribuciones. Desde su creación el Instituto Cubano de Radio y Televisión, ICRT, tiene como Misión ofrecer una programación radial y televisiva, portadora de altas virtudes políticas, ideológicas, sociales, éticas y estéticas, al servicio de los conocimientos, la cultura, la recreación y la defensa de los valores e intereses más sagrados de la nación y de todos sus ciudadanos. La Red[3] Nacional de la Radio en Cuba cuenta con 91 emisoras: 1 emisora internacional, 6 nacionales, 18 provinciales, 66 municipales. Asimismo, existen 84 estudios municipales de radio, distribuidos por todo el territorio nacional.

Dentro de las emisoras municipales está la F.M 93.5 que pertenece al municipio de Santa Clara, la cual daba apoyo a la C.M.H.W (emisora provincial) hasta el año 2006. A partir de ese momento, pasa a ser una emisora radial independiente y municipal. En la actualidad está ubicada en la calle Buen Viaje entre el Parque Leoncio Vidal y la calle Maceo. Dicha emisora será objeto de estudio en esta investigación.

[2] El 10 de octubre de 1922, la primera transmisión de la PWX, es considerada oficialmente como el inicio de la radiodifusión, momento en el cual se transmitió – en español y en inglés - un discurso inaugural del entonces Presidente de la República, Alfredo Zayas.

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

Para la realización de este trabajo de diploma se hizo necesario la revisión de antecedentes sobre gestación sociocultural, Medios de Comunicación de Masas y estudios realizados en la emisora F.M 93.5 para poder sustentar el proceso de gestación en la radio, específicamente en dicha emisora. En cuanto a gestación sociocultural, se cuenta con investigaciones realizadas por el Centro de Estudios Comunitarios de la Universidad Central de las Villas y por autores como Manuel Martínez Casanova y Joaquín Alonso Freyre.

Sobre los Medios de Comunicación de Masas se han realizado variados estudios a través de los años resaltando las diferentes teorías comunicativas que han sido abordadas por diferentes autores como son: Lazarsafeld, Merton, Edgar Morin, Theodore Adorno, Charles Wright Mills, Mauro Wolf, Jesús Martín Barbero y Néstor Canclini, entre otros. En cuanto a la emisora F.M 93.5 en particular, hasta el momento se han realizado: dos estudios de audiencia, un estudio de contenido y una caracterización del universo radial de Santa Clara, realizados por el Proyecto de Radio de la Universidad Central de las Villas, integrado por estudiantes y profesores de dicha institución. Todos estos resultados de un modo u otro servirán de base al presente trabajo.

Con la realización de este trabajo de diploma la institución tendrá otro estudio que aporte a indagaciones futuras, ya que debido a su juventud, cuenta con pocas investigaciones. Es la primera vez que se realiza una propuesta de gestación para el rediseño de la programación de una emisora municipal, a través de un grupo gestor, donde los trabajadores participaron activamente convirtiéndose en los protagonistas. Por lo que este trabajo va a satisfacer una necesidad de la emisora FM 93.5 de rediseñar su programación, de forma tal que cumpla con su objeto social de emisora municipal, según criterios del ICRT.

Situación problémica:

La comunicación constituye la principal herramienta de socialización, de ahí la necesidad de que la política cultural en nuestro país preste especial atención a los mensajes emitidos por los Medios de Comunicación de Masas. La FM 93.5 Estéreocentro, como planta radial independiente, es una emisora muy joven debido a su separación de la CMHW. Se han realizado varias investigaciones sobre esta institución. Estas investigaciones han permitido obtener los siguientes resultados: una caracterización de la programación y tipos de programas de la planta radial, además, del espectro radiofónico de Santa Clara. Estas investigaciones demuestran que el público no identifica esta emisora como planta radial independiente a la CMHW. Existe repetitividad de las informaciones, de los mensajes de bien público y de la producción musical. Los perfiles de los programas se asemejan, por lo que hay una parte de la población que no se ve representada, no se tienen en cuenta sus intereses y necesidades. El ICRT y el PCC de Villa Clara, coincidiendo con el resultado de las investigaciones anteriores, plantean que la emisora no cumple con su objeto social y, por tanto, surge la necesidad de rediseñar la programación de la emisora FM 93.5.

El presente trabajo pretende desarrollar un proceso de gestación para el rediseño de la programación de la emisora, lo que conduce al siguiente **problema científico:**

¿Cómo implementar un proceso de gestación sociocultural para el rediseño de la programación de la emisora Estéreocentro FM93.5?

Objetivo general:

Implementar un proceso de gestación sociocultural para el rediseño de la programación de la emisora Estéreocentro F.M 93.5.

Objetivos específicos:

1. Fundamentar los referentes teóricos que sustentan la gestación en la radio.
2. Elaborar una propuesta para el rediseño de la programación de la emisora Estéreocentro F.M 93.5.

3. Aplicar la propuesta para el rediseño de la programación de la emisora Estéreocentro F.M 93.5.

Interrogantes científicas:

1. ¿Cuáles son los referentes teóricos que sustentan la gestación en la radio?
2. ¿Cómo elaborar una propuesta para el rediseño de la programación de la emisora Estéreocentro F.M 93.5?
3. ¿Cómo aplicar la propuesta para el rediseño de la programación de la emisora Estéreocentro F.M 93.5?

Metodología:

Se parte del principio de la unidad de lo cualitativo y lo cuantitativo según Joaquín Alonso Freyre (2008), donde no se establece una oposición entre estas dimensiones sino que se complementan. Se asume que la unidad de lo cualitativo y lo cuantitativo implica la búsqueda en el objeto de la cualidad o la cantidad en que se manifiesta aquella esencialidad, que se estudia según el objetivo trazado. En el presente trabajo se tomó como método principal el grupo gestor y los demás métodos y técnicas lo complementaran.

La presente investigación es de tipo explicativa porque no se limita a la descripción de los conceptos, fenómenos o a la relación entre estos, sino que se dirige a buscar respuestas a sus causas, centra su atención en explicar por qué ocurre el fenómeno, en qué condiciones, por qué se relacionan las variables y proporciona mayor sentido de entendimiento del fenómeno que se estudia. La fase de dicha investigación es interventiva porque no solo se hace un diagnóstico sino que requiere de una propuesta, su aplicación, evaluación y sistematización. En este trabajo solo se llega hasta la aplicación y los resultados de la misma.

Los métodos teóricos empleados fueron: el Histórico-lógico, el Analítico-sintético y el Inductivo-deductivo. Los métodos empíricos utilizados fueron: Análisis de documentos, Observación participante y el Grupo gestor. Las técnicas usadas fueron: Análisis de

contenido, Lluvia de ideas y Mapas mentales. Los métodos y técnicas manejados, así como la operacionalización, serán desarrollados en el capítulo dos.

La muestra total está compuesta por 1097 personas y 29 programas radiales. La muestra se subdivide en tres grupos muestrales: el primero está compuesto por 1077 receptores villaclareños, el segundo grupo es de 20 personas que forman el grupo gestor y el tercero es de los 29 programas del diseño de la programación de la emisora Estéreocentro F.M 93.5.

Este trabajo de diploma se divide en dos capítulos. En el primero se hará la correspondiente fundamentación teórica del tema. En el segundo se desarrollaran los presupuestos metodológicos y se abordará la propuesta de gestación para el rediseño así como su aplicación.

CAPÍTULO 1: REFERENTES TEÓRICOS DE LA GESTACIÓN SOCIOCULTURAL EN LA RADIO

Epígrafe 1: Medios de Comunicación: campo cultural de la radio

1.1: Sociedad, cultura e Industria Cultural: Medios de Comunicación de Masas[4]

Con el desarrollo de la humanidad los procesos de comunicación se han ido complejizando. Asociado a la revolución industrial y al crecimiento del capitalismo, surge la comunicación de masas. En el siglo xx se vuelve protagónico el fenómeno que se venía generando desde la invención de la imprenta de Gutenberg y a partir de allí se generan nuevas maneras de comunicación como son: la radio, el cine y la televisión. El impacto social de dichas tecnologías propició que se comenzaran a realizar los primeros estudios sobre comunicación masiva y que aparecieran las primeras teorías y modelos que tratan de explicar el proceso de comunicación y la cultura de masas.

Los primeros estudios sobre la comunicación masiva surgen a partir de la década del 20 en Estados Unidos, con el fin de conocer qué efectos producen los medios en las personas. Por tales motivos, los primeros estudios de recepción se inscriben en el llamado modelo de los efectos. La primera teoría es la hipodérmica o Bullet Theory, surgida tras la primera guerra mundial. La hipodérmica tiene una teoría social implícita y un modelo comunicativo. La teoría social implícita reconoce un nuevo tipo de organización social: la sociedad de masas[5] y su modelo comunicativo se basa en la psicología de la acción. La psicología de la acción se basa en el estudio de la conducta humana a través de la relación estímulo-respuesta, **"la estrecha relación entre los dos hace imposible definir a uno sin que sea en los términos del otro. Juntos constituyen una unidad. Estímulos que no producen respuestas no son estímulos. Y una respuesta debe necesariamente haber sido estimulada."** (Lund, F. H; 1933, pp. 35)

[4] Existe gran polémica en torno a esta denominación, no es nuestro interés disentir en cual es o no el correcto, lo tomaremos como: Medios de Comunicación de Masas (MCM).
[5] Esta categoría se abordará en el siguiente epígrafe.

Según la teoría hipodérmica, los individuos reaccionan a las órdenes y sugerencias de los Medios de Comunicación de Masas. En tal caso, se evidencia la omnipotencia del emisor y su capacidad manipuladora. Los medios podrían lograr los efectos que quisieran sobre la masa amorfa en la que se diluían los individuos aislados entre sí. Se ve el proceso comunicativo de forma unidireccional, donde el emisor asumía el papel activo y el papel pasivo, supuestamente, correspondía al individuo anónimo, atomizado. Es decir, los medios adquieren un carácter manipulador e inefable.

Se considera una superación de esta teoría al modelo de Lasswell. En muchos aspectos representa una evolución de la teoría hipodérmica. Lasswell organizó el proceso de comunicación en torno a las siguientes preguntas: quién, dice qué, a través de qué canal, a quién, con qué efecto. Cada una de estas preguntas define y organiza las líneas de investigación. La primera se refiere al estudio del emisor, quien tiene el control de lo que se difunde; la segunda, da lugar al análisis de los contenidos de los mensajes y en la tercera, al análisis de los medios. La cuarta se centra en el análisis de la audiencia y la quinta pregunta está destinada al análisis de los efectos de los medios en las masas.

Este modelo corrobora, implícitamente, lo que la teoría hipodérmica afirma de forma explícita: la descripción de la sociedad de masas y el supuesto que la iniciativa corresponde al comunicador y los efectos al público. Para Lasswell el proceso de comunicación es asimétrico. El emisor tiene un papel activo y es quien produce el estímulo para la masa pasiva que reacciona ante él. La comunicación es intencional, o sea, tiende a un fin: obtener cierto efecto. En este proceso el emisor y el receptor aparecen aislados.

Posterior a la hipodérmica, siguen apareciendo otras teorías que continúan con esta línea de los de los efectos de los medios en las masas. No es hasta la teoría funcionalista donde ya no se van a investigar los efectos, sino las funciones de los Medios de Comunicación en la Sociedad. Esta teoría le concede a los medios de comunicación tres funciones: concesión de status, imposición de normas sociales y disfunción narcotizante. Los medios de comunicación confieren un status a las

cuestiones públicas, a las personas, a las organizaciones y a los movimientos sociales. Otorgan prestigio y aumentan la autoridad de los individuos legitimando su *status quo*, dan testimonio de que el individuo es importante por haber sido elegido entre grandes masas anónimas y que su conducta y opiniones son significativas. Además, los medios sirven para reafirmar las normas sociales, revelando al público las condiciones que están en desacuerdo con la moralidad pública. Esta revelación exige, en alguna medida, la acción social organizada frente a lo que antes era tolerado en privado. Finalmente, la exposición a grandes cantidades de información puede dar lugar a la disfunción narcotizante. Cuanto más tiempo el individuo le dedique a los medios, menos tiempo tiene para la acción organizada, las energías de los hombres se pueden transformar en conocimientos pasivos en lugar de participación activa. Esto conduce a que los MCM influyen en la formación de las opiniones, simplificando tanto la realidad, que se torna casi imposible transformar esas concepciones.

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

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

Esto coincide con los postulados de la denominada teoría crítica alemana, la cual contribuyó a explicar el mito de la supremacía de los medios. Se centraron en la crítica mordaz al sistema capitalista y rechazaron el término de la cultura de masas como expresión de lo popular. En su lugar, asumieron el término de Industria Cultural como una construcción de las élites para las masas, que garantizan el control y dominio social imponiendo su cultura.

Para Edgar Morin (1967) la cultura de masas, tiene lugar a partir del desarrollo industrial del sistema capitalista donde surgen nuevos estilos de vida que van desplazando las antiguas culturas por la llegada de nuevas necesidades. La cultura de masas no es más que un producto industrial facturado bajo las leyes de la sociedad

capitalista. La Industria Cultural es el sistema creado para la producción y consumo de una cultura preelaborada, subordinada a la clase de poder. Con la definición de Industria Cultural, los teóricos europeos denunciaban los intereses capitalistas de homogenizar a los individuos haciéndolos idénticos. Como diría Adorno (1967): **"El consumidor no es soberano, como la Industria Cultural desearía hacer creer, no es su sujeto sino su objeto, la sociedad lo manipula a su antojo."** (Citado por Wolf, M; 2006, pp. 49).

En otras palabras, los MCM como Industria Cultural, se basan en la economía de mercado, la racionalidad técnica, en la fetichización[6] y en la rentabilidad económica, encaminada a producir ganancias y no en desarrollar al sujeto. La rentabilidad económica está por encima de la rentabilidad social. La producción de masas y el consumo de masas imponen la búsqueda de un denominador común donde se compense una calidad media para un oyente medio, lo cual conduce al sincretismo homogenizado que consiste en utilizar elementos distintivos, típicos, arquetipos y se reduzcan a estereotipos, de manera tal que se logre la homogenización[7], se difumine lo real y lo imaginario. Esto posibilita la conformación de la cultura de masas, donde lo popular es lo que se vende y no lo que es producido de forma espontánea por el pueblo. La cultura de masas se presenta como cultura popular, siendo su interés fundamental y real, el intercambio entre producción y consumo.

Por otro lado, la teoría culturológica de la escuela francesa estudia la cultura de masas, poniendo de manifiesto elementos antropológicos en la relación entre el consumidor y el objeto de consumo. Esta teoría explica que la cultura de masas es un resultado de la Industria Cultural, afirma que aún cuando es la dominante no es la única forma de expresión cultural, existen otras que responden a otros sectores poblacionales. Edgar Morin (2006) entiende que la cultura de masas es un conjunto de valores, símbolos y mitos, referidos a la vida práctica y a la imaginaria. La cultura de masas, al ser un

[6] El vocablo fetiche se remite a un cuerpo racional de mecanismos que apuntan a ocultar las relaciones sociales de producción que prevalecen en la sociedad burguesa.
[7] Es el proceso de reducción de toda esa diversidad a un sistema de pautas fácilmente asimilables por todo el público, un proceso de sistematización del sincretismo. Busca hacerle asimilables los diversos contenidos a un hombre medio ideal.

resultado de la Industria Cultural, responde a la lógica de producción –consumo, que no es otra cosa que las leyes del mercado. De la relación producción -consumo aparece el consumidor medio como mecanismo de control y mantenimiento del *status quo*.

No solo es importante tener en cuenta la relación entre los MCM con la sociedad, la cultura y la Industria Cultural a través de los años, sino que además, se requiere de la comprensión del análisis de las masas en los estudios de recepción. De este modo, se obtiene una visión más completa, se muestran las dos caras de una misma moneda, por un lado lo que se dice de los MCM y por otro lo que se expresa de las masas.

Epígrafe 1.2: Del análisis de las masas a los estudios de recepción: masas, habitus y consumo de las prácticas mediáticas

Los primeros estudios mediológicos reconocieron y comprendieron un nuevo tipo de organización social: la sociedad de masas. La teoría hipodérmica afirma que tal sociedad es un conglomerado de individuos con características homogéneas, aunque procedan de ambientes distintos. Son el resultado de la industrialización, del debilitamiento de los vínculos tradicionales (familia, comunidad, asociaciones profesionales, religiosas, etc.) y de la desintegración de las élites. Finalmente, carecen de tradiciones, reglas de comportamientos y estructura organizativa. La personalidad no es importante pues la sociedad de masas unifica a todos los miembros.

De esta manera, los individuos permanecen aislados y anónimos. El aislamiento del individuo provoca que los Medios de Comunicación de Masas los manipulen con mayor facilidad. Ello supone la supremacía de los medios, quienes pueden lograr los efectos que deseen en las masas. Se percibe que el proceso comunicativo ocurre de modo unidireccional, donde los emisores ocupan el papel activo y, supuestamente, los receptores, el pasivo.

Posteriormente, la teoría funcionalista incorporó el primer modelo centrado en el proceso de recepción con el enfoque de los usos y gratificaciones. Desde este momento, se comienza a estudiar lo que hacen las personas con los mensajes que les

llegan de los medios. Este modelo explica que los usos que las personas hacen de los medios están determinados por sus necesidades. La hipótesis de los usos y las gratificaciones concibe que los medios tienen la función de satisfacer cinco tipos de necesidades personales: cognoscitiva, afectivo-estético, integradoras a nivel de personalidad, integradora a nivel social y evasión. Se destaca que:**"el mensaje es interpretado, disfrutado y adaptado al contexto subjetivo de experiencias, conocimientos y motivaciones"** (Merton, R; 1982, citado por Wolf, M; 2006, pp. 39). Se considera al receptor como un ente activo, aunque sigue predominando la concepción lineal, unidireccional y transmisiva en los procesos comunicativos.

Con la llegada del concepto de Industria Cultural se reafirma que los medios tienen el control social y psicológico sobre las personas. Para la Industria Cultural es indispensable producir para un consumidor medio. Debido a esto, el nivel de los estándar estéticos y los gustos del público se han rebajado, aunque los gustos de algunos sectores de la población se hayan elevado o mantenido. Los gustos intelectuales y estéticos han sido corrompidos por los productos estereotipados. Esto conlleva a la regresión, el público pierde la capacidad de discernir, de comparar la calidad estética que poseen los productos. Esto se resume a que la Industria Cultural educa tu gusto estético, establece patrones predeterminados. Por lo tanto "**la gente puede no solo perder la verdadera comprensión de la realidad, sino puede llegar a tener debilitada la capacidad de entender la experiencia de la vida por el uso constante de lentes ahumados (…) [mientras] más se materializan y esclerotizan los estereotipos**". (Adorno, T; 1954 citado por Wolf, M; 2006, pp. 49).

Debido a la importancia que tiene el consumo de los Medios de Comunicación de Masas, no pocos autores han tratado este fenómeno. Como casi todos los teóricos contemporáneos, Néstor García Canclini (2006) estudia los fenómenos comunicativos desde el paradigma cultural. De Bourdieu (2005), toma la preocupación por el consumo, viéndolo como un hecho cultural. Canclini asume alguna de sus categorías como el concepto de campo. **"El campo cultural es el sistema de relaciones que incluye a productores, propietarios, creadores, artistas, marchantes, críticos, públicos, y todos los sectores que se involucran en torno a los procesos de**

producción, circulación y consumo cultural." (Canclini, N; 1990, pp.37 citado por Medina, I; 2005, pp. 32).

La sociedad esta formada por campos diferentes (económico, científico, cultural, político, etc.) determinados por la existencia de un capital común. En los campos culturales se reproducen jerarquías leyes y normas. El campo cultural se expresa en el habitus que es la internalización del campo y define el consumo cultural. Una persona puede pertenecer a varios campos. En dependencia de los campos culturales en los que se mueva va a seguir determinadas leyes, normas y habitus que responden a dichos campos. Este habitus va a determinar el consumo de ese individuo.

Para Canclini (2005) la cultura es producción, la recepción es consumo y la interacción es transacción. **"Estudiar la cultura como producción supone considerar no sólo el acto de producir, sino todos los pasos de un proceso productivo: la producción, la circulación y el consumo. Es otra manera de decir que el análisis de una cultura no puede centrarse en los objetos o bienes culturales, debe ocuparse del proceso de producción y circulación social de los objetos y de los significados que los diferentes receptores le atribuyen"** (Canclini, N; 1982, pp. 37 citado por Medina, I; 2005, pp. 33).

Estos estudios sobre consumo mediático cobran importancia en estos tiempos debido a que nuestros medios, aunque persiguen un desarrollo a tono con el ideal social del sistema social cubano, no están exentos de la influencia[8] nociva de los medios, que obedecen al consumo irracional y al mercantilismo promulgado por el sistema capitalista neoliberal y su carácter globalizado. Por tanto, se hace oportuno abordar las mediaciones que intervienen en el consumo mediático.

Jesús Martín Barbero (2005) trata la línea del reconocimiento de las mediaciones que intervienen en los procesos de interacción entre los MCM y sus consumidores. Para él,

[8] Esta influencia es tanto externa, debido a la globalización y la interconectividad del mundo (Internet, DVD, etc.) como a la cristalización de prácticas aprehendidas durante la etapa prerrevolucionaria y que son reproducidas socialmente.

hablar de comunicación es hablar de prácticas sociales[9] y de cultura[10]. Por tanto, asume el concepto de cultura por el de comunicación, debido a que este concepto permite pensar en los nuevos procesos de socialización[11] y no se reduce al intercambio comunicativo.

Barbero (2005) reconoce que los MCM reproducen las matrices culturales de los sujetos, solo que homogenizadas y estilizadas, o sea, lo que las personas buscan en los mensajes es su identificación. Por ende, concibe a la recepción como un proceso activo donde las personas buscan reconocimiento a través de las prácticas culturales ofrecidas por los medios. De ahí viene el placer que experimenta el público. Además, la recepción también implica oposición y resistencia ante los mensajes emitidos.

Si se reconoce que el receptor es activo, entonces, hay que reconocer que el consumo también lo es, pues constituye un espacio de producción de sentido. Lo que los consumidores interpretan no siempre es igual a lo que los emisores quieren decir. Los sujetos reflexionan sobre el consumo en las prácticas mediáticas, donde interiorizan la desigualdad social y expresa sus deseos.

Para Guillermo Orozco (2005) la recepción es interacción, lo que significa que hay acción de las dos partes. Entiende que las personas ante de exponerse a los medios ya poseen un cúmulo de conocimientos y predisposiciones, lo cual implica que al escoger el medio o el programa, están respondiendo a patrones socioculturales. Orozco asume que la interacción de los receptores con los medios no es individual sino colectiva, pues las apropiaciones individuales de los receptores responden a posiciones socioculturales. Por tanto, las personas no se van a considerar como

[9]La práctica social debe ser comprendida teóricamente como toda actividad humana que al transformar la sociedad y la naturaleza transforma, a su vez, al sujeto que la ejerce. Como proceso, y concepto, manifiesta y contiene la unidad de la teoría y la práctica en toda actividad humana, sea tanto del ámbito de la producción de bienes materiales, como en el de la producción intelectual (Alonso, J.; 2009).

[10] Por Cultura privilegiamos un concepto que sitúa al hombre como sujeto de un proceso de asimilación-transformación de valores que hereda y crea en su constante interacción con el medio y que le permite proyectar consciente el futuro.

[11]La socialización es el proceso mediante el cual los individuos pertenecientes a una sociedad o cultura aprenden e interiorizan un repertorio de normas, valores y formas de percibir la realidad, que los dotan de las capacidades necesarias para desempeñarse satisfactoriamente en la interacción social. (http://es.wikipedia.org/wiki/Socializaci%C3%B3n)

receptores aislados aunque respondan ante los mensajes de manera individual, sino como miembros de una audiencia segmentada por características socioeconómicas, culturales y demográficas. Una audiencia fraccionada según clase social, edad, sexo, etnia, etc.

Para Guillermo Orozco (2005), existen diferentes variables mediadoras como por ejemplos: la mediación individual, la institucional, la situacional y la tecnológica. La mediación individual es la que depende de las características socioculturales de la persona e incluye la mediación cognoscitiva y la referencial. Vinculada a la mediación cognoscitiva, propone la utilización del término guión mental que no es más que una representación mental de una serie de eventos dirigida a la obtención de metas. Explica que los guiones se aprenden a través de toda interacción social y se adquieren desde el nacimiento cuando el niño comienza a interactuar con las personas que le rodean. La mediación individual también incluye a la mediación referencial. Las personas están ubicados dentro de una serie de referentes culturales como son: el sexo, la edad, la etnia, lugar de residencia y origen social, que van a influir en la conformación de los guiones mentales. Las instituciones como: la familia, la escuela, la religión, los amigos y las organizaciones sociales van a constituir otro tipo de mediación. Una persona puede pertenecer a varias instituciones y cada una le propone guiones mentales. Con la combinación de todos ellos la persona conforma sus guiones mentales individuales.

La mediación situacional se multiplica según los diversos escenarios en que se producen las reapropiaciones. Por ejemplo, durante el consumo mediático las personas pueden estar no solo mental sino físicamente activas, haciendo simultáneamente otras actividades, lo que no implica que la atención fija sea un requisito indispensable para la comprensión. Otra mediación situacional puede ser la soledad o la compañía, pues cuando la persona está expuesta a un medio completamente solo, no tiene acceso de inmediato del precepto del otro. Sin embargo, cuando se está acompañado, este puede modificar la lectura que hubiese hecho estando solo. Por tanto, las mediaciones situacionales también influyen en la conformación de los guiones mentales individuales.

La mediación tecnológica está asociada a los mismos procesos que han posibilitado desde el desarrollo tecnológico la comunicación social. La utilización del sonido se basa en crear guiones mentales en los sujetos, es decir, partiendo de la referencia social de los sujetos y con el uso de las frecuencias altas- como la FM- y bajas, se transmiten informaciones, permitiendo la cercanía entre el emisor y el receptor, que recrean su realidad circundante. En este caso se encuentra la radio, Medio de Comunicación que a pesar de haber sido desplazado por el desarrollo de medios como la televisión o la Internet, aún mantiene sus adeptos en la actualidad.

Epígrafe 1.3: Especificidades de la radio

La radio se encuentra entre los Medios de Comunicación de Masas más rápido y espontáneo a la hora de transmitir sucesos noticiosos de última hora. Tiene la cualidad de llegar a todos los públicos pues 1) no es necesario saber leer; 2) sus mensajes son sencillos y fáciles de entender por todos; 3) es accesible para los hogares. Además, cuenta con la ventaja que su escucha es compatible con la realización de otras actividades. Brinda información y música, a la vez que entretiene.

La radio, debe ser examinada como Medio de Comunicación de Masas y sistema de la Industria Cultural, al tiempo que es analizada en tanto campo cultural. Todo estudio sobre este medio implica entender como la radio también se basa en la economía de mercado, siendo su interés fundamental el intercambio producción-consumo. A pesar de que la radio cubana responde al proyecto socialista, todavía están presentes algunos rasgos de la Industria Cultural que deben ser considerados, como la fetichización y la estandarización. En la radio cubana, persiste la tendencia de ponderar la evaluación de los niveles estéticos de los programas y los gustos del público, para buscar un punto medio, un equilibrio para ofrecerle este producto a toda la audiencia.

Desde la teoría del campo cultural en la radio se interrelacionan tres agentes: los trabajadores de la emisora, el producto que ofrecen y el público que lo consume. La radio constituye un campo cultural pues está determinado por un capital común y en su interior se establecen leyes, normas y jerarquías. Por tanto, los trabajadores deben

obedecer las leyes y normas de la institución y del ICRT y su trabajo debe corresponder con los objetivos de la emisora. En este sentido, la jerarquía de la radio está articulada en relación con los diversos agentes que conforman dicho campo. Un lugar cimero lo asumen los directivos y administrativos que, a pesar de no estar asociados directamente a la producción, son responsables de definir y controlar el cumplimiento de las leyes regentes en el campo radial acorde al contexto que ocupan, o sea, establecen los aspectos formales del funcionamiento institucional y de la producción radial.

En segundo lugar, se encuentra el personal asociado directamente a la producción, quienes en estrecho nexo con los administrativos, son los que crean el producto radial. Las personas que intervienen en la realización de un programa constituyen el equipo de trabajo o de realización. Este equipo es la base indispensable, de cuya interrelación depende en gran medida la calidad de cada emisión radial. Está compuesto fundamentalmente por el escritor o guionista **(**desarrolla un tema o adapta una obra para el medio radial), el asesor (recomienda, valora, sugiere) y el director (de quien depende la realización radial). Los demás integrantes del equipo son: locutor, actores[12], especialistas con secciones fijas, periodistas, realizadores de sonidos, musicalizador, efectista[13] y editor y todas las personas que, de una forma u otra, compongan el equipo de realización. Pueden ser utilizados otros especialistas como productores musicales, asistentes de programas, fonotecarias, etc. Cada uno de ellos tendrá asignada una función o varias que el director ha determinado de antemano. El director tiene una previa coordinación con el equipo en el momento que se diseña el espacio, antes de salir al aire por primera vez.

Otro agente, es el producto que ofrece la institución, o sea, los programas. Para realizar cualquier análisis sobre ellos es necesario tener en cuenta su clasificación,

[12] Los locutores o actores. Los locutores deben poseer un amplio manejo de la información de actualidad; objetividad; una adecuada formación cultural, científica y capacidad de improvisación. Su estabilidad y permanencia en el programa son indispensables para lograr habitualidad. En ocasiones se incluyen otras voces (locutores) de apoyo, para determinados trabajos, que se insertan como parte integrante de un programa. Estas voces de apoyo deben estar compensadas y al ritmo que mantienen los locutores principales.

[13] El realizador de sonidos, efectista o musicalizador deben mantener un stock de efectos, spots, música incidental y todos los elementos necesarios que conforman la sonoridad de los programas, para que el espacio tenga un sello que los distinga y que a la vez se inserten dentro de la sonoridad general de la emisora.

funciones y temáticas que utilizan. La clasificación de programas, por su forma, responde a cuatro grupos donde se enmarcan los diferentes tipos de espacios de manera más específica:

Programas Escenificados: Son aquellos programas producidos en forma escenificada, unitarios o de continuidad; originales o adaptados para la radio, que narran un conflicto mediante personajes, creando ambientes y escenarios sonoros y emplean todos los elementos que componen el sonido del mundo radiofónico. Recrean hechos reales o de ficción.

Programas Informativos: Ofrecen elementos informativos- explicativos para difundir todo tipo de hechos, acontecimientos, teorías y previsiones de la sociedad, la naturaleza y las ideas, mediante la comunicación de mensajes de carácter periodístico.

Programas Musicales: Son los que su contenido fundamental es la música, no sólo la difusión de obras musicales, sino todo tipo de información sobre ellas, que incluye tanto la formación y la orientación como el disfrute y el entretenimiento.

Programas Variados: Son aquellos en los que coexisten de forma armoniosa varios elementos formales y de contenido. Poseen dosis de formación e información, por lo que contribuyen a ampliar el conocimiento humano a través del entretenimiento, la diversión o el disfrute.

Cada programa es capaz de cumplir varias funciones, pero una de ellas es la que sobresale, es quien define la tipología del programa[14]. Las funciones son:

Educativa: Contribuye al desarrollo de la capacidad intelectual del hombre, en el contexto de las necesidades de instrucción que demanda la sociedad, a la vez que trabaja en el aspecto gnoseológico de los problemas. Se puede apoyar en métodos e instrumentos didácticos y pedagógicos.

[14] Para ver esta clasificación se sugiere consultar el manual de calidad de la radio.

Informativa: Proporciona, con sentido selectivo, los elementos básicos explicativos para difundir hechos, acontecimientos, teorías y previsiones de todos las esferas de la vida, ofrecidos a través de los géneros periodísticos.

Cultural: Estimula el desarrollo de valores no conocidos y reafirma el conocimiento de otros, en relación con los logros y aspiraciones espirituales del hombre. A su vez promueve y sirve de aliciente creativo a los que descubren nuevos horizontes, fórmulas o técnicas no conocidas y llegan a encontrar placer o satisfacción en las ciencias, las artes y otras, incrementando el acervo cultural del ser humano.

Recreativa: Contribuye a complementar parte del tiempo libre de la población a través del esparcimiento, la distracción, la diversión, el entretenimiento y el recreo. Puede a su vez contribuir al disfrute estético.

Orientación: Contribuye a crear en el hombre un sistema de valores, actitudes y modelos de conducta positivos en consecuencia con los principios de la sociedad, a la vez que a la preservación y reafirmación de ellos. Logra, además, llevar a la conciencia del ser humano patrones de conducta, hábitos y costumbres.

Divulgativa: Difunde actividades de todo tipo de instituciones de las diferentes esferas del quehacer humano y da a conocer otros aspectos de la vida cotidiana que resultan útiles a la población. Asimismo, contribuye a propagar usos, hábitos, costumbres y consumo.

El hilo conductor de cada programa es el tema como aspecto principal que se trata en este. Cada tema puede tener implícito otros, que son afines o sugieren elementos propios, de los que se utilizarán aquellos fundamentales de acuerdo a la función del programa. Los programas que asuman como tema principal la categoría "Temas Varios", deben tratar diversas temáticas en sus contenidos, por lo que no es necesario especificar otros.

Los programas deben estar dirigidos hacia todo tipo de público aunque su diseño haga énfasis en un destinatario específico. A esto le llaman Intencionalidad de Destinatario,

o sea, el grupo de edades, ocupacional, o de otro tipo a quien va dirigido un mensaje determinado, con el fin de influir sobre su conducta, hábitos, costumbres y movilizarlo hacia los objetivos deseados. Para que este fin se logre, es necesario utilizar recursos radiales tales como lenguaje apropiado, argot especializado o utilizado por el grupo, siempre que se inscriba en las normas del lenguaje y la música, en función de las temáticas para este grupo; así como ritmo, tono y timbre de locución, entre otros aspectos.

Todos los programas van dirigidos a un público, quien se constituye en el tercer agente de este campo cultural. El público es quien realiza el consumo de este producto, por ende, se debe tener en cuenta los gustos, intereses y necesidades de los oyentes para ofrecer una buena programación y cumplir con la misión y objetivos de la emisora. Los oyentes ya no van a considerarse como receptores pasivos sino como miembros de una audiencia segmentada por características socioeconómicas, culturales y demográficas y con capacidad electiva. En función de estos elementos y de las diferentes variables mediadoras que propone Orozco, cada sujeto es capaz de realizar sus propias construcciones de sentido, no siempre van a interpretar lo que los MCM quieren decir de igual forma que el resto del público o con la intencionalidad original del mensaje, lo cual evidencia el proceso de recepción activa. La radio es consumida en relación con gustos, necesidades y mediaciones (situacionales, tecnológicas, personales e institucionales).

Esto supone que todo proceso dentro de la radio que comprometa su programación, precisa articular el análisis de los tres agentes vinculados y valorar las características que el Medio de Comunicación de Masas posee.

Epígrafe 2: Gestación sociocultural

2.1: Antecedentes de la intervención sociocultural.

La preocupación por los procesos de intervención sociocultural y, específicamente, por la gestación, puede rastrearse en tanto políticas culturales implícitas en el desarrollo

histórico de la humanidad[15]. Es a mediados del siglo XX, coincidiendo con las guerras mundiales, cuando se comienza a perfilar una definición clara y su aplicación a nivel estatal y mundial.

Las grandes potencias económicas y militares, en especial Estados Unidos, fortalecidas tras la Segunda Guerra Mundial, se convierten en un nuevo paradigma para el resto del mundo y, por tanto, en un referente a alcanzar por todos. Estas potencias, debido a la industrialización y el desarrollo tecnológico, trajeron aparejado el aumento de la productividad y un mayor tiempo libre para el disfrute de la cultura.

Desde este punto de vista, el acceso al consumo cultural dependía del desarrollo económico alcanzado, por lo que algunos sectores de la población no podían acceder a la adquisición de conocimientos y disfrute de las artes. Es por ello que solo se realizaban acciones aisladas por parte de algunas instituciones culturales, surgidas para atender la *conservación* del *patrimonio* y para la difusión de una cultura elitista[16]. Estas acciones serían tomadas como patrón de referencia para países desarrollados o en vías de desarrollo. Al extrapolarse a otros países, el modelo mostró síntomas de ineficiencia, pues su implantación en naciones pobres, trajo como resultado destrucción al Medio Ambiente, así como la intensificación de las desigualdades sociales y la destrucción o demérito de las culturas populares.

Lo anterior provocó un debate internacional en el que la UNESCO y otros organismos intergubernamentales afirman que el peor error en esta situación ha sido omitir al

[15] La PC como concepto toma consistencia para los gobiernos mundiales a partir de la II GM, marcando el desarrollo posterior de toda la producción cultura. Ello reafirmaría la fortaleza del poder político sobre la creación humana en el ámbito de la cultura. Así, en las diversas formaciones económicas- sociales que le anteceden al Capitalismo, se reconocen dentro de la producción cultural, los legados de la Grecia clásica, el Renacimiento y el Medio Evo en un proceso de institucionalización de las políticas culturales. Su desarrollo se vislumbra en un doble proceso determinado por su papel en: la consolidación del Estado (factor político); y la construcción de una filosofía del gusto (factor estético). Un sistema societal que históricamente se ha sustentado sobre la base de las relaciones de poder. La mercantilización del arte y su inversión, es un fenómeno característico ya de la Edad Moderna. Con tales fines, se erigen una serie de instituciones, se plantean políticas y se promueven organizaciones cuyo objetivo será canalizar toda la creación humana, generando un vínculo entre la creatividad estética y los modos de vida colectivos.

[16] Se entiende como cultura elitista a aquella cultura legitimada por la clase élite, o sea, por el grupo o clase social dominante en determinada etapa del desarrollo histórico social. Esta cultura se define como única o mejor dicho, como hegemónica.

hombre como centro de desarrollo y no reconocer las peculiaridades de las culturas populares (Carcasés, A. y Casanovas, A; 2003). A partir de aquí, se planteó lograr el desarrollo cultural tomando en cuenta los valores propios de cada país o comunidad, donde el Estado sea el principal regulador de la economía y de los procesos socioculturales.

En la década del sesenta, en América Latina, se realizan distintas acciones[17] que asumen diversos nombres. A las acciones de corte social se les denomina *desarrollo comunitario* mientras que a los proyectos culturales se les asocia a la *educación popular*. En este sentido tiene gran importancia la alfabetización y las investigaciones que se realizan, incorporando a estas a los campesinos, obreros y otros sectores sociales, lo que suscita la participación popular. Esto favoreció la producción de conocimientos de las clases desfavorecidas en función de la transformación social. A partir de este momento y tomando en cuenta estas experiencia, se comienzan a readecuar estrategias relacionadas con la promoción y animación sociocultural.

Se plantean estrategias promocionales como la creación de infraestructura en zonas carentes de estos servicios y la organización de grupos que lleven a estas zonas los productos culturales. Bajo esa tendencia, los MCM juegan un papel importante pues a través de ellos no solo llegan informaciones sino también manifestaciones artísticas.

Con esta visión expansiva, se ingresa en la etapa de *difusión cultural* y se comienza a hablar de animación y promoción en las pláticas oficiales como en la Conferencia Intergubernamental de Venecia, 1970. La animación es interpretada como una acción encaminada a hacer las instituciones más vivas y como una vía para invitar al público a participar, en el sentido de que el público asistiera a las actividades que se les ofrecen. Fue asumida como una acción generada hacia las bases para que pudiesen asimilar las riquezas del patrimonio cultural.

[17] Estas acciones son de carácter aislado pues no son apoyadas por instituciones estatales sino más bien promovidas por grupos o investigadores específicos. Aquí se destacan Paulo Freyre y otras acciones desarrolladas en contraposición a la CEPAL.

Según Alina Casanovas y Ana Iris Carcasés (2003; pp.6) **"la promoción y la animación se homologan en cuanto a sus objetivos y contenidos; ambas pretenden el disfrute de los bienes y servicios culturales propios de la élite cultura por amplios sectores de la población y utilizan la difusión y la educación para lograr sus fines. Sin embargo, la promoción se asocia más a una estrategia general que crea las condiciones propicias para este acceso e ilustración, mientras que la animación se supone que ejerza estas funciones a nivel de las comunidades y bases sociales".** La práctica de la animación en las comunidades creó una tendencia participativa y autogestionada, en algunos casos, lo que contribuyó a despertar la creatividad en los procesos culturales de las comunidades.

A pesar de la irrupción de dichas prácticas, se asume el modelo de *democratización cultural,* basado en una estrategia de llevar las políticas nacionales a los niveles provinciales y municipales con el fin de mostrar esta cultura nacional como única y sus valores, como universales. Por tanto, las iniciativas de las comunidades se mantenían con un carácter aislado y asistémico, lo que impedía que el público dejara de ser pasivo y se convirtiera en activo, basado en la creatividad individual. No obstante, la democratización significó una reactivación de la vida cultural y fue útil para propagar la cultura y ampliar las audiencias. No obstante, imposibilitó la creatividad en lo cultural por parte de las clases sociales más desfavorecidas.

Por eso, el Consejo de Europa y la UNESCO, promovieron dos ideas: la pluralidad de la cultura y la creatividad. Desde las altas esferas se suscitan la diversidad de prácticas culturales. Se deja atrás el concepto de cultura elitista y se enfatiza en el papel de la creatividad individual para lograr en las masas un comportamiento activo en lo cultural. Acorde a estos presupuestos, se populariza en los años ochenta el paradigma conocido como *democracia cultural*, basada en la idea de que el progreso es el resultado del desarrollo sociocultural de cada comunidad y de sus circunstancias históricas.

Se inicia una política donde el Estado[18] apoya y promueva las actividades en el campo cultural para preservar la identidad. Con la aplicación de este paradigma fue necesario reformular los presupuestos culturales y se asume el concepto de gestión cultural a fines de los ochenta, una nueva propuesta que sistematiza las acciones de promoción y animación desde una perspectiva más amplia.

Epígrafe 2.2 Gestión sociocultural, gerencia social y gestación sociocultural.

La gestión se define como el conjunto de trámites para lograr un fin, un cambio. Al referirse a gestión cultural Manuel Martínez Casanova (s/a) afirman que: **"son las acciones y procedimientos planificados para realizarlas, que proyectan y ejecutan organismos e instituciones culturales determinados".** Para Alina Casanovas y Ana Iris Carcasés (2003; pp.8) la gestión cultural es concebida como: **"el conjunto de procesos que favorecen la creación y el desarrollo de la cultura, a saber la promoción, la animación, la preservación, la investigación, el financiamiento, la información, la formación de recursos humanos y, en resumen, tantos aspectos como áreas y competencias comprenda la amplia cobertura de lo cultural en sus diversos escenarios socioculturales".**

Concebida de esta forma, la gestión cultural se asemeja a elementos de lo que Manuel Martínez llama gestión sociocultural. Para él, dicho concepto es**:"una modalidad de la intervención sociocultural[19], caracterizada por la gestión movilizadora y transformadora que se hace con los recursos socioculturales. Incluye la caracterización sociocultural correspondiente y acciones socioculturales complejas dirigidas a satisfacer demandas y necesidades. Puede hacerse en y desde instituciones culturales o no y en comunidades"** (Martínez, M; s/a). Además, afirma que la gestión sociocultural tiene como modalidades[20]: la promoción,

[18] Uno de los principales órganos de regulación y administración de la cultura han sido los Ministerios de Cultura, entidades estatales que tradicionalmente han centralizado todas las competencias en el ámbito de la producción cultural. De esta forma, el MC se convierte en el encargado de financiar la producción artística y literaria, preservar el patrimonio, y promover su desarrollo dentro de un sistema social.

[19] La intervención sociocultural tiene cuatro niveles: Caracterización, Intervención, Gestión y Gestación sociocultural.

[20] Las modalidades de la gestión sociocultural según Manuel Martínez Casanova son:

la animación y la recreación. Por lo que se establecen puntos de contacto entre lo que algunos autores llaman gestión cultural y lo que aquí se denomina gestión sociocultural. Estos puntos están dados porque en ambas concepciones lo primordial son las acciones y procedimientos que se ejecutan para favorecer el desarrollo de la cultura. Incluyen acciones de promoción y animación.

Para desarrollar la gestión sociocultural, el gestor o coordinador debe desarrollar una buena comunicación con los implicados, ser capaz de transmitir mensajes positivos y de retroalimentación, incentivar a la participación y lograr que los implicados sean los protagonistas de las transformaciones, contribuir a desarrollar y cultivar la espiritualidad de los participantes y estar preparado para neutralizar las tensiones alienantes. En cambio, Carlos Alberto Vélez Venegas (2003) utiliza otro término semejante al de gestión sociocultural, este término es: la gerencia social. Este autor concibe que la misma no pueda separarse del contexto económico y sociocultural. Se fundamenta sobre los procesos de participación de la comunidad, en la planeación de los programas y en los proyectos de desarrollo social. Configura un nuevo esquema integral de intervención, una nueva modalidad de gestión en las que el gerente social cumple el papel de coordinador de planes o programas sociales. Para ello, el gerente social debe estar en condiciones de trazar criterios de eficiencia (hacerlo bien) y eficacia institucional (hacerlo bien y en menos tiempo). Expone que la gerencia social no es una tarea exclusiva del Estado, sino que también debe incluir a otros sectores.

Cuando explica los retos del gerente social, incluye elementos que debe tener en cuenta el gestor sociocultural como: una comprensión detallada de la política social y las necesidades de los grupos sociales vulnerables; debe aprender a leer la

---

-Promoción: acción de promover, divulgar, dar a conocer determinado hecho, obra o talento que resulta insuficiente conocido por una población o público determinado y para el cual puede ser importante en lo individual o colectivo.
-Animación: es una actividad interventiva, programada y dirigida no solo a promover o recrear, sino también a desarrollar y propiciar el crecimiento sociocultural de las personas a las que se dirige la animación. Es importante tener en cuenta que en una actividad de animación se desarrolla la intercomunicación entre los grupos o colectivos, se estimula el talento y la creatividad de las personas participantes.
-Recreación: por tal se entiende generalmente, la capacidad de disfrute y de esparcimiento físico y/o espiritual que se realiza en el marco del tiempo libre. Comprende una variedad infinita de actividades humanas que se realizan por placer y sin una finalidad utilitaria. Estas actividades no necesariamente tienen que ser realizadas en un tiempo ocioso, pues pueden acompañar acciones principales de aprendizaje, creación y servicio social.

diversidad, entendiendo las lógicas de las culturas locales y el entorno regional; además, de ser un excelente comunicador y negociador. Tiene que estar conectado con el mundo, pues deberá construir redes e intercambiar información y experiencias, aprender de otros y mostrar los éxitos. Se trata de un gestor de oportunidades que sabe aprovechar aquellas que se le presenten. Puede decirse, entonces, que la gerencia cultural y la gestión sociocultural poseen puntos de encuentro relacionados con su capacidad transformadora de la realidad circundante, la participación de la comunidad en dichas acciones transformadoras, la presencia de un coordinador y las cualidades que estos deben poseer.

La diferencia fundamental con los presupuestos de Martínez Casanova (s/a) y los demás autores se centra en el carácter sistémico asociado a acciones administrativas o de políticas directivas en lo sociocultural. Para Martínez Casanova, la gestión se vincula en aquellas acciones de promoción, animación y recreación; concebidas por el resto de los autores como prácticas independientes que se imbrican conjuntamente con otras en un proceso de gestión[21]. El término que utiliza Martínez Casanova para referir a esos procesos de carácter macro e integradores se denomina gestación sociocultural.

La gestación sociocultural constituye la forma más compleja y superior de la intervención. Esta incluye caracterización, intervención y gestión sociocultural. Además, puede ser realizada en y desde instituciones socioculturales. Manuel Martínez Casanova(s/a) denomina gestación sociocultural a**:"la capacidad para plantearse estrategias de crecimiento y formación de nuevos significados socioculturales en correspondencia con las exigencias que va estableciendo el desarrollo social progresivo, lo que nos permite hablar de gestación sociocultural, siendo esta la forma superior de expresión de las capacidades creadoras de los grupos y comunidades de referencia".**

[21] Este concepto fue tomado de la gerencia empresarial y su función se centra en la planificación y la administración de procesos culturales o sociales. Es así como lo conciben Carcasés y Casanovas (2003) y Vélez (2003).

La gestación implica los procesos de transformación macro, ajustes de políticas culturales, cambios profundos en la planificación y la administración de proyectos. Se asocia a la restructuración y/o creación de nuevas perspectivas socioculturales. Su diseño puede ser conformado desde una institución o comunidad, un municipio o una nación. Estos cambios inciden sobre la misión y la visión de una entidad, sobre el funcionamiento institucional y el desarrollo del objeto social de la misma. Otras variantes incluyen la concreción de macroproyectos que articulen la ejecución de diversos procesos de gestión o intervención crítica.

La presente investigación consiste en la aplicación de la gestación sociocultural donde se desarrolla una estrategia de crecimiento y formación de nuevos significados socioculturales en la emisora Estéreocentro. Se trata de desarrollar las capacidades creadoras del grupo, en correspondencia con las necesidades de la emisora y del público santaclareño. Esta transformación está vinculada a un cambio esencial en su política mediática y su misión y visión institucional, es decir, a la transformación de la función de la emisora de emisora musical alternativa a emisora municipal.

CAPÍTULO 2: DISEÑO METODOLÓGICO Y APLICACIÓN DE LA POPUESTA DE GESTACIÓN SOCIOCULTURAL EN LA RADIO

Epígrafe 1: Diseño metodológico

1.1: Metodología, métodos, técnicas y selección muestral

La presente investigación se basa en la unidad entre lo cualitativo y lo cuantitativo en tanto presupuestos del materialismo dialéctico. La dialéctica expresa el carácter intercambiable de lo cualitativo y lo cuantitativo y lo trata como cuestiones indivisibles. Según Joaquín Alonso (2008; pp.1) **"la asunción de la unidad de lo cualitativo y lo cuantitativo desde la dialéctica implica la búsqueda en el objeto de la cualidad o la cantidad en que se manifiesta aquella esencialidad que se estudia según el objetivo trazado. Separar lo cuantitativo y lo cualitativo significaría separar objetos que en la realidad concreta esta íntimamente interrelacionado. Además, esta separación sería reducir la investigación al momento empírico. Lo cualitativo no se establece por oposición a lo cuantitativo sino que ambos se complementan en su unidad y relación".**

La utilización de la unidad de lo cualitativo y lo cuantitativo permite el uso de métodos y técnicas cualitativas y/o cuantitativas según el objeto y los objetivos de la investigación. Implica la transformación social para la cual el conocimiento no constituye un fin, sino el modo con que la ciencia forma parte de esa realidad. Involucra a todos como sujetos de la transformación y, por tanto, se adoptan estrategias de acción y participación que implican un contacto intenso y prolongado del investigador con el resto de los participantes. Se emplea el análisis interpretativo para captar los significados profundos que estructuran la realidad analizada para su futura transformación, armonizando lo subjetivo con lo objetivo y viceversa, por tanto, es abierta a otros métodos.

Toda investigación precisa de operacionalizar sus categorías y establecer su unidad de observación, la unidad de análisis y lo métodos teóricos (analítico-sintético, histórico-lógico e inductivo-deductivo) así como los métodos empíricos (análisis de

documentos, observación participante y grupo gestor) y técnicas de recolección de información (análisis de contenido, lluvia de ideas y mapas mentales) a implementar.

La gestación sociocultural para el rediseño de la programación e la Emisora FM Estéreocentro parte de operacionalizar gestación sociocultural con los siguientes indicadores: planificación conjunta, proceso y resultados de la propuesta. Se estableció como unidad de observación la programación la Emisora F.M 93.5 y como unidad de análisis el rediseño de la programación radial.

Los métodos teóricos utilizados fueron:

Histórico-lógico: significa comprender los procesos históricos en la lógica de su desarrollo. Permite conocer el desarrollo de la planta radial desde sus inicios como apéndice de la CMHW hasta su condición actual de emisora municipal y entender el funcionamiento lógico de la institución y la necesidad del rediseño de su programación, de acuerdo a su condición de emisora municipal.

Analítico -sintético: implica delimitar los aspectos significativos de las diversas partes que conforman un todo y sintetizar la esencia del fenómeno. Se utilizó con el fin de realizar un análisis de todos los programas para entender la estructura y diseño integral de la emisora, con vista a articular en los mensajes de bien público, las informaciones y la producción musical en una propuesta de gestión para el rediseño de la programación radial.

Inductivo- deductivo: implica el análisis de lo particular y su vínculo con lo general. A partir del análisis, caracterización y diagnóstico de la emisora se podrá comprender como la misma responde a las normas y leyes del Instituto Cubano de Radio y Televisión y a los principios del proyecto social cubano.

Métodos empíricos:

Análisis de documentos: constituye el punto de entrada al ámbito de la investigación e incluso puede ser la fuente que en muchas ocasiones origina el tema o el problema de la misma. Este método se desarrolla en cinco etapas. En la primera, se realiza el

rastreo e inventario de los documentos existentes y disponibles. En la segunda, se hace una clasificación de los documentos identificados. La tercera etapa, se basa en la selección de los documentos más pertinentes para los propósitos de la investigación. La cuarta, se orienta a la realización de una lectura en profundidad del contenido de los documentos seleccionados, para extraer elementos de análisis y señalarlos en anotaciones secundarias que registren los patrones, tendencias y contradicciones que se vayan descubriendo. Posteriormente, en el quinto paso, se realiza una lectura cruzada y comparativa de los documentos sobre los hallazgos –previamente- realizados, de modo que sea posible construir una síntesis sobre la realidad analizada. Mediante el análisis de los documentos institucionales revisados se pudo conocer las leyes y normas del centro, saber como funciona la institución y caracterizar la misma.

Observación participante: La observación es una forma de recoger información, que, generalmente, se lleva a cabo en el contexto natural donde tienen lugar los acontecimientos. El investigador observa lo que acontece, lo registra y después analiza la información y elabora sus conclusiones. La observación participante tiene su origen en la antropología y, posteriormente, fue aplicada por sociólogos y psicólogos para abordar grupos o problemas concretos de las sociedades modernas. Mediante la observación participante el investigador puede seleccionar un grupo o colectivo de personas y convivir con ellas, participando en su forma de vida y en sus actividades cotidianas con mayor o menor grado de intensidad y de implicación. Este método posibilitó la integración del observador como parte del grupo de planificación conjunta, por lo que se pudo obtener información sobre este en cuanto a: ideas, comportamientos, formas de organización, jerarquías y funcionamiento institucional.

Grupo gestor: Sirve para organizar la participación y canalizar el flujo de información, consulta y decisión. El método del grupo gestor se basa en la experiencia del denominado" grupo formativo"[22].

[22] El "grupo formativo" denominado así por Mirtha Cucco y Luis Lozada, directores del Centro de Formación e investigación Mary Langer de Madrid, España. Se conformaba con la finalidad de propiciar, con la reflexión colectiva y con el uso activo de técnicas participativas, incluyendo la experiencia de juegos dramáticos, el crecimiento personal de sus miembros y la modificación de las representaciones sociales presentes en los mismos,

La eficacia de este método consiste en que no solo permite acceder al contenido de las representaciones grupales sino también, y al mismo tiempo, actuar sobre ellas, brindando elementos para su legitimación o transformación según corresponda, propiciando con su accionar, la concientización de las contradicciones esenciales de su entorno, que en estado de latencia, obstaculizan su desarrollo personal y social y, lo que es más importante, su proyección acerca de las acciones a desarrollar. Se incluyen ellos como sujetos activos, en el contexto social más amplio, comunitario, preponderantemente, lo que convierte su acción en una intervención genuina e interna a la comunidad y en expresión gestora de protagonismo y participación social. Resulta de gran importancia, en este método, la concepción de las acciones de selección de los integrantes del grupo y el diseño y ejecución de las actividades.

Pueden existir diferentes modelos de participación. Los tres tipos más comunes de participación son: difusión de información, participación como consulta o asesoría y participación integral o planificación conjunta. Este último modelo es el que se aplicó en esta investigación ya que implicó que los involucrados (trabajadores) determinaran las necesidades del centro y desarrollaran la propuesta.

El modelo de planificación conjunta o integral, es el modelo donde los involucrados tienen una participación que envuelve la decisión a través de la planificación conjunta entre el grupo gestor y sus involucrados. Es el modelo más complejo y el más enriquecedor para todos los participantes. Aquí el grupo gestor crea un grupo de planificación conjunta compuesto por miembros del grupo gestor e integrantes de la comunidad de involucrados. Ambos comienzan juntos un proceso de planificación donde la información fluye libremente y las decisiones se toman en el grupo de planificación conjunta. Los representantes de la comunidad involucrada pueden incluir técnicos, profesionales y funcionarios del gobierno, en una combinación que promueva

como recurso para prepararlos en los diálogos futuros que estos, como miembros de sus respectivas comunidades, realizarían en las mismas. Es por esto que se prefiere hablar de grupo gestor para referirnos al grupo de trabajo, cuando éste se realiza desde el enfoque metodológico del CEC-UCLV, aunque lo que lo hace gestor es su capacidad ulterior de transformación interventiva en la comunidad, mientras que cuando el trabajo se está realizando con este grupo (y aún no ha repercutido en la comunidad decisivamente) el mismo es un grupo formativo sin lugar a dudas.

la libre discusión. Los miembros del grupo de planificación se comunican con otros involucrados, estableciendo un proceso más abierto. En este estudio se utilizó para que los miembros de la institución y los miembros del grupo gestor (investigadores) conformaran el grupo de planificación conjunta. La utilización de este método posibilitó la participación de los trabajadores en las acciones a implementar para el rediseño de la programación.

Técnicas:

Análisis de contenido: Es una vía fundamental para descubrir los significados secundarios o los contenidos latentes que subyacen en los mensajes. Para Berelson (1952): **"el análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación"** (Urrutia, L.; 2003, pp.322). No solo se ajusta a materiales escritos sino que también es utilizado para el análisis de emisiones radiales y programas de televisión. El análisis de contenido no se centra solo en las palabras sino en los significados que se transmiten. El análisis de contenido se puede realizar como sondeo debido a la amplitud del objeto analizado, o sea, un análisis de contenido de una muestra seleccionada. Esta técnica permitió analizar el contenido de los programas de la emisora Estéreocentro FM 93.5 para en función de esos resultados programar acciones a implementar para el rediseño de la programación radial.

Lluvia de ideas: Esta técnica tiene como objetivos: crear un grupo informal, sin críticas, que estimule la imaginación, dando la posibilidad de que surjan ideas novedosas. Promueve la búsqueda de soluciones distintas y quizás más eficaces que las tradicionales. Impulsa a actuar con autonomía y con originalidad. Con anticipación, el grupo debe conocer el problema o tema sobre el cual se va a trabajar, con el fin de informarse y pensar sobre él. Para su realización, se procede de la siguiente manera: el coordinador o facilitador del grupo precisa el problema y explica la forma de proceder. Puede designarse un secretario que no pertenezca al grupo para registrar todas las ideas. Las mismas no deben ser criticadas, los miembros exponen sus puntos de vista sin limitaciones. Terminado el plazo de tiempo para la generación de

ideas creativas, se pasa a la valoración de las mismas, en un sentido crítico, en cuanto a realidad, viabilidad y posibilidades prácticas. Las anotaciones hechas facilitarán la revisión de las ideas anteriormente expuestas. El facilitador del grupo hace un resumen y junto con los miembros extrae las conclusiones. Se realizó para recoger información sobre los aspectos relevantes a tener en cuenta en el rediseño de la programación de la emisora como información preliminar para visualizar la imagen que tiene los miembros de la emisora sobre su institución y programación.

Mapas mentales: Es una técnica creada por Tony Buzan (2006), investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation. El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro. Es una técnica de usos múltiples. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas. En la exploración del problema es recomendable su uso para tener distintas perspectivas del mismo. Para su elaboración se siguen los siguientes pasos: se toma una hoja de papel, grande o pequeña, según sea un mapa grupal o individual. El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja. Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada. De esos temas parten imágenes o palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara. Las ramificaciones forman una estructura nodal. Los mapas mentales se pueden mejorar y enriquecer con colores, imágenes, códigos y dimensiones que les añaden interés, belleza e individualidad. Se utilizó no solo para conocer los aspectos más importantes para el rediseño de la programación sino para desglosar cada uno de estos elementos teniendo en cuenta la opinión de cada uno de los individuos pertenecientes al grupo de planificación conjunta.

Selección de la muestra

Por la complejidad de esta investigación se requirió de la selección de tres grupos muestrales, pues la propuesta implementada incluye a los miembros de la emisora, sus productos y su público. La muestra total es de 1097 personas y los 29 programas radiales de la emisora.

El primer grupo muestral está integrado por 20 personas miembros de la Radio que conforman el grupo para el grupo de planificación conjunta. De ellos 10 son mujeres y los 10 restantes son hombres. Esta muestra está compuesta por 4 directivos de la emisora Estéreocentro, 9 realizadores quienes a su vez asumen otras funciones en la institución tales como directores de programas, locutores y asesores. Además, participaron 5 locutores y 2 operadores.

Para el estudio de contenido, que representa el segundo grupo, se tomó una muestra de 29 programas. El diseño de programación se divide en tres espacios: la programación de lunes a viernes, la del sábado y la del domingo .De ellos 13 tienen función recreativa, 1 divulgativa, 3 informativa y 12 cultural. En cuanto a la clasificación de programas por grupos, 16 son musicales, 10 son variados y 3 son informativos.

El tercer grupo está compuesto por receptores santaclareños y comprende dos subgrupos. El subgrupo A lo componen 681 personas del estudio de audiencia efectuado en el año 2008 en tres consejos populares de Santa Clara y el subgrupo B lo conforman 396 personas del estudio para conocer los hábitos de vida de la población, realizado en el 2009 en cinco consejos populares de dicho municipio[23].

Epígrafe 2: Propuesta y aplicación del sistema de acciones de gestación

2.1: Diseño de la propuesta

El proyecto de gestación sociocultural, se basa en el modelo de planificación conjunta del método del grupo gestor. Para su ejecución, se elaboró una propuesta teniendo en cuenta sus etapas.

Etapa 1: Acercamiento inicial

Objetivos:

- Presentar el proyecto a los directivos de la emisora Estéreocentro F.M 93.5.

[23]Las muestras II y III son resultados de investigación del proyecto "La radio como producto comunicativo institucional". Se utilizan como apoyo y contraste durante la propuesta.

- Caracterizar la emisora Estéreocentro F.M 93.5.
- Identificar a los posibles participantes del grupo de planificación conjunta.

Actividades:

- *Encuentro # 1 de la etapa # 1:* Debate con los directivos del centro para conocer sus opiniones sobre el proyecto e identificar los posibles participantes.
- *Tarea:* Caracterización de la emisora Estéreocentro F.M 93.5 (grupo gestor).

Etapa 2: Integración

Objetivos:

- Crear el grupo de planificación conjunta.
- Conocer las opiniones de los participantes respecto a los cambios que se llevarán a cabo.
- Priorizar los aspectos a tener en cuenta para el rediseño.
- Analizar los programas para conocer cuáles no cumplen con los parámetros establecidos por el ICRT y las características de Santa Clara.

Actividades:

- *Encuentro # 1 de la etapa # 2:* Intercambio con el grupo de planificación conjunta y aplicación de las técnicas mapas mentales y lluvia de ideas para conocer las opiniones de los participantes respecto al cambio.
- *Tarea:* Análisis de los programas para conocer cuáles no cumplen con los parámetros establecidos por el ICRT y las características de Santa Clara. (Directivos y realizadores)

Etapa 3: Planificación conjunta

Objetivos:

- Diagnosticar el campo cultural de la emisora.
- Desarrollar una visión común en el grupo de planificación conjunta.
- Elaborar las acciones a implementar con vistas al rediseño de la programación.

Actividades:

- *Tarea:* Realizar un diagnóstico del campo cultural de la emisora a partir de las investigaciones realizadas por el proyecto estudiantil. (Grupo gestor).
- *Encuentro # 1 de la etapa # 3:* Socialización del diagnóstico con los directivos.
- *Encuentro # 2 de la etapa # 3:* Socialización del diagnóstico con el grupo de planificación conjunta.
- *Encuentro # 3 de la etapa # 3:* Elaboración de acciones a implementar para el rediseño.

Etapa 4: Ejecución y monitoreo

Objetivo:

- Implementar las acciones con vistas al rediseño de la programación.
- Presentar la nueva programación a los trabajadores de la institución.

Actividades:

- *Tarea:* Ejecución de las acciones para el rediseño. (Grupo de planificación conjunta).
- *Encuentro # 1 de la etapa # 4:* Presentación de la nueva programación radial a todos los trabajadores del centro (Grupo de planificación conjunta).

2.2: Aplicación de la propuesta

El grupo gestor fue conformado por los integrantes del Proyecto de Radio de la Universidad Central de las Villas. Dicho grupo es quien crea un grupo de planificación conjunta compuesto por miembros del grupo gestor e integrantes de la institución de involucrados. Ambos comienzan juntos un proceso de panificación, donde la

información fluye libremente y las decisiones se toman en el grupo de planificación conjunta. Se asume que los miembros del grupo de planificación se comunican con otros involucrados, estableciendo un proceso más abierto.

Etapa # 1: Acercamiento inicial

Encuentro #1 de la etapa 1

En esta primera etapa se realizó la presentación formal del grupo gestor a los directivos y posteriormente a todos los miembros de la entidad. Esta actividad se realizó de manera satisfactoria pues los trabajadores del centro se mostraron muy interesados al ser informados sobre el proyecto. Se observaron las formas de relación y de organización de los trabajadores, así como todo lo relativo al funcionamiento institucional. Se realizaron entrevistas a los informantes claves, en este caso a la directora y al jefe del grupo metodológico del centro con la finalidad de que identificasen los posibles miembros del grupo planificación. Los informantes propusieron que fuese conformado en su mayoría por los realizadores y directivos de la planta radial, ya que son los más vinculados al proceso de diseño de los programas y, por ende, a la constitución de la imagen de la nueva emisora municipal, aunque no quedó exenta la participación de otros trabajadores.

Posteriormente, se pasó a realizar la caracterización de la emisora por parte del grupo gestor, para conocer las particularidades del terreno en el cual se desarrolla la investigación.

Caracterización

La emisora radial FM 93.5 comenzó sus primeras trasmisiones en el año 1987 con el propósito de contrarrestar los efectos de la radio enemiga. Inicialmente, su programación se estructuró con un componente totalmente musical, luego se fue perfeccionando en la búsqueda de espacios alternativos a la programación de la CMHW, esencialmente, con formas de programas que no tuvieran presencia en la

Cadena Provincial de Radio, considerando importante que los radioyentes encontraran una identidad y una diferencia entre el dial ubicado en la FM 93.5.

De este modo, la Estéreocentro trasmite diariamente 14 horas y 30 minutos a partir de las 9:30 de la mañana hasta las 12 de la noche, utilizando la frecuencia modulada. La señal recorre todo el territorio villaclareño y parte de la provincia de Cienfuegos, Santi Spíritus y Matanzas. Su perfil principal se apoya en lo musical, lo informativo y lo cultural.

En el inicio, se concibió ofrecer la misma programación de las emisoras provinciales por ambas frecuencias, ya que constituía un apéndice de la emisora CMHW. Sin embargo, la radio villaclareña propuso realizar algunas trasmisiones experimentales para ofrecer una programación distinta que se comenzó el 29 de julio de 1987 con un espacio musical desde las 10:20 AM hasta la 1:00 PM. A partir de ese momento, la FM 93.5 fue ganando audiencia y preferencia por lo que, gradualmente, su programación fue ampliándose, a tal punto, que se extendería hasta las 11: 00 PM. Desde esta etapa se empieza a transmitir una programación estable y muy bien aceptada, se logra que sea reconocida como emisora independiente de la CMHW a finales del 2003.

Actualmente, la emisora trabaja para cumplir con la política de programación del ICRT. Con esta finalidad se orienta en ofrecer una programación radial, portadora de altas virtudes políticas, ideológicas, sociales, éticas y estéticas, al servicio de los conocimientos, la cultura, la recreación y la defensa de los valores e intereses más sagrados de la nación y de todos sus ciudadanos.

En función de las características que tiene nuestra sociedad, la *misión* de la institución es: orientar, organizar dirigir y controlar la realización y producción de los programas radiofónicos dirigidos a la población santaclareña, garantizando eficiencia y calidad. Su *visión* es: alcanzar una elevada calidad de los productos radiofónicos dirigidos a todos los tipos de destinatarios y ser capaces de competir con efectividad en el espectro radiofónico y con otros medios.

La programación cultural es ampliamente representada por todos los espacios que incluyen la música, la literatura, la poesía y las diversas actividades culturales que se realizan en Santa Clara de forma cotidiana.

La FM Estéreocentro tiene como objetivos:

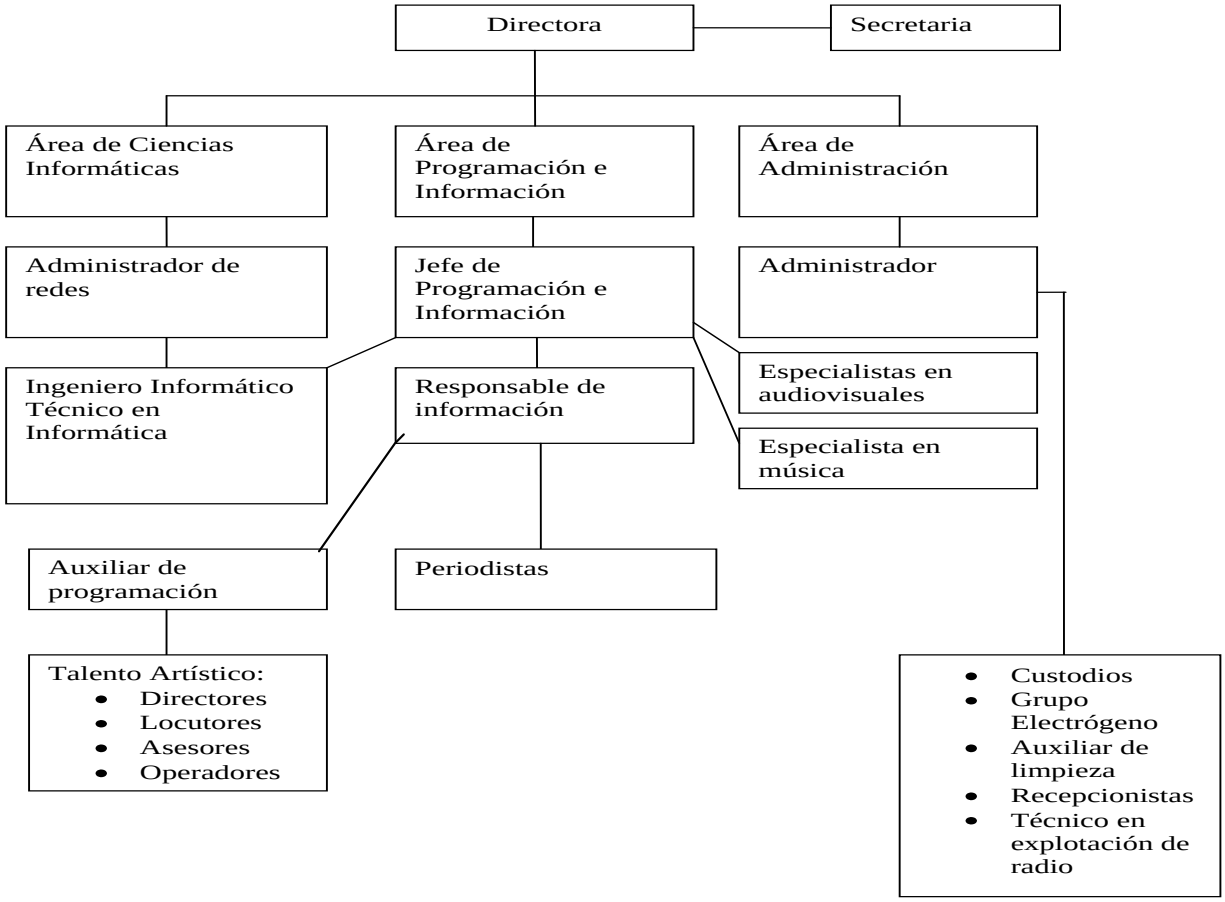
- Trabajar en los programas radiales con los diferentes grupos etáreos a los que va dirigida la programación a partir de las características sociodemográficas de los destinatarios de la ciudad de Santa Clara.
- Desarrollar y promocionar valores y potencialidades artísticas de la cultura santaclareña a través de la radio como medio comunicativo, partiendo de que la investigación del entorno permite comprobar que la ciudad es una plaza cultural por excelencia.
- Difundir a través de la radio los mensajes educativos dirigidos al pueblo en lo referente a la salud, la educación, los avances científico-técnico y el desarrollo biotecnológico a través de espacios informativos creados con ese perfil.

La emisora cuenta actualmente con 3 departamentos y 2 estudios de grabación.

Los departamentos están divididos en:

- Área de programación e información.
- Área informática.
- Área administrativa.

ORGANIGRAMA DE LA EMISORA ESTÉREOCENTRO



Resultados de esta etapa:

- Se mantuvo una buena comunicación y cooperación con los directivos del centro.
- Los trabajadores se mostraron interesados en el proyecto.
- Se realizó la caracterización de la emisora.

Pronóstico:

- Mantención de las relaciones de buena comunicación y cooperación con los directivos.
- Presencia de dos posturas por parte de los trabajadores ante los cambios que debe sufrir la emisora: la primera de resistencia al cambio y la segunda de

aceptación y cooperación. Se estima que este punto es el más crítico, a causa de los años de trabajo de labor de la emisora como alternativa musical.

- Desarrollo de la propuesta de gestación para el rediseño de la programación de la emisora FM 93.5 en plazos más extensos que los dados por el ICRT.

Etapa # 2: Integración

Encuentro #1 de la etapa 2

En esta etapa se ejecutó el reclutamiento de los participantes. Los miembros del grupo gestor estuvieron a cargo de conversar por separado con cada uno de los realizadores para explicarles de forma más detallada lo que se pretendía realizar, conocer sus opiniones y si estaban interesados en ser miembros del grupo de planificación conjunta, la mayoría aceptaron ir a los encuentros. Con la aceptación de los miembros, se pasó a la previa conformación del grupo que quedó compuesto por directivos, realizadores, locutores y operadores.

Posteriormente, se realizó el primer encuentro con el grupo de planificación conjunta. Se efectuó un entrenamiento con los presentes sobre el trabajo con grupos y sobre el asunto en concreto, es decir, sobre el rediseño. Para desarrollar una visión común se llevó a cabo la aplicación de la técnica mapas mentales. Solo ocho miembros realizaron la técnica, los demás aunque se les explicó en que consistía y se les entregara el papel lo entregaron en blanco o se negaron a realizarla abiertamente. En el análisis de dicha técnica se comprobó que los que la realizaron tienen una visión común sobre la necesidad del rediseño y coincidieron en los aspectos a tener en cuenta para la nueva programación. Mediante la técnica lluvia de ideas se priorizaron los aspectos a tener en cuenta para el rediseño de la programación como son:

- Informaciones (estructura, géneros, horarios, etc.)
- Mensajes de bien público (contenidos)
- Programas (tipos, nivel de escucha, estructura, duración, temas)
- Producción musical (géneros, temas, distribución y balance)

- Públicos (edad, género, ocupación, preferencias y necesidades)

En este taller se tomó como acuerdo que los talleres serían cada miércoles, alternando los horarios para no correr el riesgo de que algunos trabajadores no pudiesen participar en ninguna ocasión por coincidir los talleres con el horario de sus programas. Además, se acordó realizarlos con más del 60% de los miembros presentes.

A cada miembro se le dio la tarea de analizar los programas para conocer cuáles no cumplen con los parámetros establecidos por el ICRT y las características de Santa Clara.

Resultados de la segunda etapa:

- Se conformó el grupo de planificación conjunta y se realizó el primer encuentro.
- Se evidencia la existencia de las dos posturas, la de resistencia al cambio y la de aceptación, cuando se les pide que realicen la técnica de los mapas mentales.
- Se priorizaron los aspectos a tener en cuenta para el rediseño de la programación.
- Se planificaron los encuentros para los miércoles, alternando los horarios y con el 60% de los miembros presentes.

Pronóstico:

- Deben continuar la existencia de las dos posturas, si se mantiene, se espera que en los encuentros comiencen las ausencias o que los miembros resistentes al cambio asistan para influenciar en las demás personas con su criterio. Esto implica un manejo difícil de las sesiones, arreciados por la juventud de la dirección y la resistencia abierta de algunos de los antiguos directivos.

- Se estima, además, que las personas que estén indecisas con respecto a que posición asumir, en los próximos encuentros lo decidan o minimicen su postura ambigua.

Etapa 3: Planificación conjunta

Se realizó un diagnóstico del campo cultural de la emisora a partir de las investigaciones realizadas por el proyecto estudiantil.

Resultados del Espectro radiofónico

Se denomina espectro, en el universo radiofónico, al conjunto de señales de emisoras que habitual o sistemáticamente se captan o sintonizan en un territorio determinado y que resultan opciones permanentes para la audiencia. Esta multiplicidad de alternativas permite ofrecer opciones diferentes y, por lo tanto, satisfacer un mayor número de necesidades, gustos y preferencias de los radioescuchas. A partir del estudio del espectro de la provincia, el territorio o municipio, es que se hace posible determinar características generales inherentes a la radio en su conjunto, horarios y frecuencias en relación con funciones, temas priorizados, intencionalidad de destinatarios, formas, entre otros elementos.

Con motivo de esta investigación, se realizó un análisis del universo radial, comprobando que cada emisora posee un sello distintivo. Para este estudio se analizaron las emisoras Taíno, Rebelde, Radio Ciudad del Mar, Progreso, CMHW, Sagua y Caibarién.

Radio Taíno:

Es una emisora de alcance internacional. Posee programas mayormente musicales (*Esta es mi música*, *El exitazo, Acento cubano y Cuba too night).*Cuenta con gran cantidad de programas informativos (*Al día, Dial Taíno, En primer plano* y *Con entera confianza*). Debido a que tiene alcance internacional, se caracteriza por tener muchos spots de publicidad en diferentes idiomas.

Radio Rebelde:

Es una emisora de alcance nacional. Se caracteriza por ser muy informativa. Ejemplos: *Haciendo Radio,* ofrece noticias nacionales e internacionales tanto científicas como culturales o deportivas; *Record,* que es un noticiero deportivo; *Noticiero Nacional de Radio* y a las 6:30 PM, transmiten la *Mesa Redonda Informativa*. Posee programas para los distintos tipo de públicos (*Visión, Así, Humor mix*, etc.).

Radio Progreso:

Una emisora conservadora en su forma de hacer radio. Se caracteriza por tener muchos dramatizados y sus programas están dedicados a distintos públicos, desde los niños hasta las personas de la tercera edad *("La familia pirulí, Juventud 2000, Nocturno, Novelas y Discotecas del ayer*). Transmite programas de perfil histórico (*Este es nuestro José Martí, Así se forjó la Patria* y *Un día en la historia*). Contiene, además, un programa humorístico como "*Alegría de sobremesa"* que tiene un alcance nacional y una tradición de renombre.

Radio CMHW:

Es una planta catalogada como emisora provincial. Sus programas tratan temas provinciales. Posee una amplia oferta en su programación (programas campesinos, deportivos, musicales, dramatizados, históricos e infantiles). La programación de la CMHW es muy buena, tiene mucha variedad, tiene programas especializados para todo tipo de público y trata temas de interés para la localidad. Tiene en cuenta las peticiones e intereses de los oyentes para tener una mayor audiencia, no solo en Villa Clara sino en otras provincias del país.

Radio Ciudad del Mar:

Se trata de una emisora provincial, por lo que aborda temas de interés provincial. Uno de sus programas más escuchados es *Hoy como ayer* dedicado al Benny Moré. Transmite programas dramatizados como novelas y series como *106*. Ofrecen música campesina y mexicana en comparación con otras emisoras que no tienen programas

destinados por completo a estos géneros musicales (*El guateque campesino* y *México y sus canciones*).

Radio Caibarién:

Trata temas de interés municipal. Como es un municipio costero tiene un programa divulgativo, variado, dedicado a los hombres del mar (*Alta Marea*). Posee variedad en sus programas (*Clave cubana*, musical variado; *Ronda del abuelo Pepe,* programa infantil; y *El dial de la risa,* humorístico). Emite varios informativos (*Notideportivo, Noticiero Nacional de Radio, Caibarién reporta* y *En síntesis*), programas de orientación para jóvenes (*Fuera de serie y Quién soy yo*). Además, cuenta con una revista de facilitación social en las mañanas (*A puertas abiertas*). Difunde novelas y programas culturales.

Radio Sagua:

Radio Sagua sale al aire las 24 horas con una producción semanal de 48 programas en la amplitud modulada 1400 Khz. en conjunto con la emisora Radio arte que produce: *La novela cubana* (09.00-09.20 AM), Aventuras *de siempre* (12.40-12.59 AM), *Novela universal* (20.00-20.19 PM). Radio Sagua se caracteriza por tener una producción variada con música nacional e internacional (*Cuando México canta* y *La música en el tiempo*) lo cual nos permite escuchar boleros, sones, baladas, instrumentales. Brinda melodías del pasado así como de actualidad. Contiene programas de participación que hacen de la radio saguera una opción amena y original *(Proyecto 2 PM).* Cuenta con una diversidad de ofertas como: boletines informativos, revistas culturales, programas históricos, deportivos y musicales de diversa producción. Los horarios de transmisión están adecuados, toda vez que se corresponde el tipo de programa con el gusto del público asiduo y cómplice en cada horario.

Una apreciación del espectro radiofónico permitió distinguir las semejanzas existentes en las programaciones de las emisoras. **(Ver anexo 1)**. De este modo, se detectaron

las tendencias en cada sesión de la semana y del día (mañana, tarde y noche). Están organizadas de lunes a viernes, sábado y domingo.

En la programación de lunes a viernes predomina:

En las mañanas:

- Noticieros informativos y revistas variadas. (*Patria* en la CMHW, *Lo último* en Radio Sagua y *Haciendo Radio* en Radio Rebelde).
- Programas infantiles. Ejemplos: *Pañoleta azul* (CMHW) y *Aquí pionero* (Sagua).
- Programas musicales dedicados a distintos públicos (informaciones, música, consejos) Ejemplos: *Frecuencia total* (Rebelde),*Juventud 2000* (Progreso)
- Dramatizados (novelas). Ejemplos: *Esta es tu novela* (CMHW), *La novela* (Radio Progreso) y *Novela* (Radio Ciudad del Mar).
- Secciones históricas. Ejemplos: *Cita con la historia* (CMHW) y *Este es nuestro José Martí* (Progreso).

En las tardes:

- Noticieros Deportivos. Ejemplos: *La explosión de las 12* (CMHW) y *Record* (Rebelde).
- Dramatizados (Aventuras y novelas). Ejemplos: *Acción 840* (CMHW) y *Clave 830* (Radio Progreso)
- Revistas culturales (Informaciones, música, curiosidades, consejos, secciones de participación). Ejemplos: *Hablemos* (CMHW) y *Así* (Rebelde).
- Programas musicales dedicados a jóvenes y adultos. Ejemplos: *Visión* (Rebelde) y *El exitazo* (Taíno).
- Noticieros Provinciales. Ejemplos: *En el centro* (CMHW) y *Actualidad* (Radio Sagua).

En las noches:

- Programas musicales. Ejemplos: *Qué noche* (CMHW), *Música viva* (Rebelde), *A solas contigo* (Sagua), *Nocturno* (Progreso) etc.

En la programación de sábado y domingo prevalecen:

En las mañanas:

- Programas informativos. Ejemplos: *Haciendo radio* (Rebelde) y *Lo último* (Sagua).
- Revistas variadas (informaciones, música, consejos, recetas de cocina). Ejemplos: *En familia* (Sagua) y *Radiorevista W* (CMHW).
- Programas musicales (Música, preguntas, curiosidades). Ejemplos: *Juventud 2000* (Progreso) y *Sorpresa* (Rebelde).

En las tardes:

- Programas humorísticos. Ejemplos: *Alegrías de sobremesa* (Progreso), *La zambomba* (CMHW) y *Humor mix* (Rebelde).
- Programas musicales. Ejemplos: *Discoteca popular* (Progreso), *Visión* (Rebelde), *Pirámide de éxitos* (Sagua) y *Recreativo del domingo* (CMHW).

En las noches:

- Programas musicales dedicados a distintos gustos. Ejemplos: *La isla musical* (CMHW), *Parada de éxitos* (Rebelde), *La hora del bolero* (Sagua) y *Ritmos* (Progreso).

<u>Resultados del estudio de contenido</u>

Para el estudio de contenido se estableció una clasificación de tres tipos de programas (I, II, III), que permite evaluar los mismos en tanto su calidad.

Los programas de Tipo I son caracterizados por ser programas de alto nivel estético, dirigidos a públicos minoritarios y especializados y que promueven géneros musicales poco difundidos. La propuesta para equilibrar el contenido del mismo es ampliar el espectro de contenidos (producto más abierto) y hacerlo asequible para todo tipo de público (ampliar propuestas para otros sectores).

Los programas de Tipo II son caracterizados por ser programas con líneas de oscilación estética, dirigido y recepcionado por un número considerable de oyentes y donde los géneros musicales y temáticos son de amplio espectro. La propuesta para lograr su equilibrio es facilitar un balance en los contenidos y música con alto nivel estético y lograr efectividad y estabilidad, para el incremento de calidad y nivel de escucha.

Los programas de Tipo III son caracterizados por ser programas dinámicos, vinculados a la difusión del hit-parade que genera oyentes ágiles y asiduos (se genera, tendencialmente, un receptor con superficialidad analítica) y tiene altos índices de audiencia. La propuesta para lograr su estabilización es generar productos con mayor nivel de elaboración en la producción musical, informativa y promocional y propiciar un receptor activo con implicación y compromiso social.

Resultados del estudio de recepción

Como corolario del estudio de audiencia del 2008 los programas privilegiados son de tipo III[24]. Esto orienta a verificar el habitus y las preferencias del público. En el 2009, se obtuvieron los siguientes resultados acerca de estos aspectos. Se conoce que el rango de edad que más escucha la radio es de 15-20 y el grupo etáreo que menos lo hace se encuentra entre 56 a 60 años, es decir, la emisora 93.5 FM trabaja para un público

[24] Ver tesis de diploma de Lisandra Rodríguez (2009) "La radio como producto comunicativo institucional."

bastante joven. El nivel de escolaridad de las personas que más escuchan la emisora es el nivel medio, después el básico y, por último, el superior. Se puede deducir que los profesionales se sienten muy poco identificados con la emisora. El género que más se identifica con la planta es el femenino. **(Ver anexo 2)**

En cuanto a las actividades que realizan los oyentes en su tiempo libre, está en un 80% ver el televisor, en un 78% escuchar la radio y otras actividades como: conversar con los amigos, 68 %; visitar a la familia, 42% y realizar las labores domésticas, 50%. Las motivaciones de los oyentes para sintonizar la emisora son, en primer lugar, para escuchar música; después para informarse; luego para relajarse y entretenerse y, por último, para instruirse.

Dentro de la preferencia de los géneros musicales que los entrevistados señalan, está la música romántica en un 70%, la música de salsa en un 40% y la música de reguetón en un 30% aproximadamente. **(Ver anexo 3).**

Los días de la semana que más se escucha la radio son de lunes a viernes con un 65,8%; después, el sábado con 52.3% y, por último, el domingo con 46.2%.

Para lograr una emisora ideal, los oyentes consideran que debe tener música romántica, salsa y reguetón, entre otros géneros musicales que son menos difundidos, pero que los oyentes también lo solicitan como el rock, el jazz, música mexicana, de concierto y la música campesina. Los temas que se sugieren tratar son los relativos a la ciencia, el sexo, la salud, la localidad y temas jurídicos. Además, los encuestados consideran que deben existir programas deportivos, humorísticos, de participación y, por último, que se informen más noticias nacionales.

Conclusiones del diagnóstico

El campo cultural radial responde simultáneamente a la ley del valor y a una lógica de participación social y elevada calidad estética. Como producto de la Industria Cultural existe fetichización, homogenización y esquematismos en sus productos. Esto provoca disminución del nivel estético y por tanto, pasividad y superficialidad analítica. Por otra

parte, hay rasgos en la programación que apuntan a desarrollar la conciencia crítica en sus receptores. Los realizadores deberán trabajar, entonces, en función de estabilizar esta situación y lograr creatividad e innovación, un alto nivel estético, conciencia crítica e implicación popular, promoviendo la capacidad activa del sujeto. Para lograr esto, es necesario conocer las tendencias del Universo Radial, tener en cuenta la recepción y haber realizado un diagnóstico previo.

Las tendencias en el Universo Radial establecen:

- Signos de esquematismo (preeminencia de tipos de programa o forma de diseño).
- Las emisoras tienen o suelen tener un sello característico respecto a su programación.
- Hay tendencias a publicitar los géneros musicales *populares* (masivos) por encima de otros como el son, el jazz, el rock, etc. en los que la mediación comercial no es dominante.

El estudio de recepción muestra que:

- La radio ocupa un lugar privilegiado en las actividades cotidianas.
- Los intereses principales se hallan en informarse y oír música. Pero instruirse ocupa el último sitio.
- La FM es escuchada por sectores poblacionales comprendidos fundamentalmente entre 15-25 años y 41-50.
- Existen sectores poblacionales de otros grupos etáreos que no se identifican con ella de igual forma.
- La población con mayor audiencia e interés por la FM se ubica entre el nivel medio y el básico.
- El sector superior debe contemplarse dentro de la programación.

El presente diagnóstico muestra que:

- La FM no muestra un sello distintivo.

- Muestra dificultades en el diseño institucional (claridad de misión, visión y súper-objetivo).
- Precisa una adecuación de los programas radiales en concordancia con las políticas culturales del ICRT y los resultados del proceso de investigación.
- Se centra en la música masiva y temas laterales.
- Presenta carencias acerca del acontecer municipal.
- No abarca la gama de intereses poblacionales en cuanto a géneros musicales y temáticas.

En función de la política de la Dirección Nacional y sus exigencias así como por los resultados obtenidos, se propone crear una estrategia de rediseño de la programación orientado a:

- Rediseño de la producción musical.
- Rediseño de las informaciones y mensajes de bien público.
- Diseño de programa.

Encuentro # 1 de la etapa # 3: socialización con directivos

Luego de haber realizado el diagnóstico, se efectúo el primer encuentro para socializar los resultados del diagnóstico con los directivos. En este encuentro se debatieron los resultados y se aclararon las dudas existentes por parte de la dirección del centro. Asimismo, se escucharon sus opiniones. Se mantuvo, en todo momento, buena comunicación con los participantes, los cuales se mostraron muy interesados en seguir adelante con la propuesta de gestación para el rediseño de la programación radial.

Resultados:

- Asistieron todos los miembros de la dirección, los cuales se manifestaron de acuerdo en continuar con la propuesta de gestación.
- Se aclararon todas las dudas respecto al diagnóstico.

Pronóstico:

- Se espera que en los próximos encuentros este grupo de directivos continúe aceptando los cambios y estén en condiciones de aclararles las dudas a sus compañeros.
- En el próximo encuentro el grupo de planificación conjunta será informado de los resultados del diagnóstico y es muy probable que continúen las posturas de resistencia al cambio y aceptación.

Encuentro # 2 de la etapa # 3: Socialización del diagnóstico con el grupo de planificación conjunta.

En este encuentro se socializó la información que se tenía hasta el momento, mediante la exposición de un power point. De esta manera se fue explicando el diagnóstico. Concluido este, continuaba una diapositiva con el nombre de propuesta de gestación para el rediseño de la programación cuando un miembro del grupo interrumpió la exposición. Aunque ya se le había explicado con anterioridad en qué consistía la propuesta, el compañero se exaltó e insistía en no entender. En un tono irónico llegó incluso a agredir verbalmente a los presentes y trató, en todo momento, de tergiversar la situación para lograr que los demás participantes, asumieran una postura de resistencia al cambio y echar por tierra todo el proyecto. Ante esta situación algunos miembros del grupo de planificación, fundamentalmente los directivos, hablaron en defensa de la propuesta de gestación y de las ventajas que traería consigo. El compañero muy ofendido se retiró del local y dejó en claro que no participaría de ningún otro encuentro.

Resultados:

- No se pudo terminar el intercambio de información como se tenía previsto debido a una interrupción de un compañero.
- El encuentro pasó de ser un debate para convertirse en una fuerte discusión donde los miembros defendían sus posturas.
- La discusión provocó en cierto momento confundir a algunas personas que en ese momento no sabían que posición asumir.
- Se contó en todo momento con el apoyo de la dirección para continuar con la aplicación de la propuesta de gestación para el rediseño de la programación.

Pronóstico:

- Se espera que la propuesta de gestación y su aplicación continúen.
- A partir de esta discusión se puede reforzar la postura de aceptación al cambio por parte de los demás integrantes del grupo de planificación conjunta.
- Se dejó de contar a partir de ese momento con la presencia de ese compañero en los encuentros y algunos de sus seguidores.

Encuentro # 3 de la etapa # 3: Elaboración de acciones a implementar para el rediseño.

Al inicio del encuentro se aclararon las dudas que quedaban, respecto a los resultados del diagnóstico y a la propuesta de gestación. Posteriormente, se planificaron las siguientes acciones específicas:

- Acción # 1: Confección individual de proyectos por parte de los realizadores.
- Acción # 2: Encuentro para la valoración de las propuestas de los proyectos presentados por los realizadores.
- Acción # 3: Conformación de la propuesta general con vistas al rediseño de la programación.
- Acción # 4: Encuentro final para la presentación del plan de ejecución de la propuesta para el rediseño de la programación.

Resultados:

- Se aclararon las dudas del encuentro anterior.
- Se planificaron las acciones a implementar para el rediseño de la programación de la emisora Estéreocentro FM 93.5.

Pronóstico:

- Se espera participación del grupo de planificación conjunta en las acciones a implementar.

Etapa 4: Ejecución y monitoreo

En esta etapa se llevó a cabo la ejecución de las acciones específicas.

Acción # 1:

En la confección de los proyectos, los realizadores fueron los protagonistas, pues ellos son los que tienen las herramientas necesarias para llevar a cabo esta tarea. Deben cumplir los presupuestos señalados por el ICRT y considerar los resultados sobre la población. Para ello, se les dio como plazo el mes de mayo de 2010.

Acción # 2: Encuentro # 1 de la Etapa # 4

El análisis de las propuestas de los proyectos presentados por los realizadores se realizó el miércoles 2 de enero de 2010 a las 10:00 AM, en un comedor obrero frente a la emisora F.M 93.5. Se hallaban implicados el resto del grupo de planificación, formando una comisión de calidad para analizar cada proyecto. Se revisó que cada proyecto satisficiera las necesidades y preferencias de la audiencia y que cumplieran con los requisitos y normas del ICRT y de la emisora. Los realizadores también estuvieron presentes emitiendo sus opiniones y escuchando sugerencias y posibles reajustes de sus proyectos.

Acción # 3:

La conformación de la propuesta general fue realizada por los directivos de la emisora en un plazo de tres meses, de septiembre a noviembre. Previamente, el grupo gestor le proporcionó en soporte digital los resultados de las investigaciones realizadas para que tuvieran en cuenta estos aspectos en el proceso de conformación del diseño de programación.

Encuentro # 2 de la etapa # 4: Presentación de la nueva programación radial a todos los trabajadores del centro.

La presentación de la propuesta general de rediseño a los demás trabajadores de la institución se realizó el 14 de diciembre de 2010 en el lobby de la emisora Estéreocentro. Estuvo a cargo de la dirección de la institución que presentó el diseño de la nueva programación y explicó que se introducirían los programas, gradualmente, en los meses de enero y febrero (**Ver anexo 4),** de manera tal, que en marzo estuviese al aire el nuevo diseño de programación **(Ver anexo 5).**

Resultado:

- Se presentó el nuevo diseño de programación a los trabajadores del centro.

Pronóstico:

- La implementación de la propuesta general de rediseño se hará de forma gradual.
- Se espera que el nuevo diseño de programación cumpla con los requisitos del ICRT, de la emisora y satisfaga la necesidad y los gustos del público de Santa Clara.

2.3: Consideraciones finales de la aplicación de la propuesta

- Se desarrollo la propuesta de gestación a través del modelo de planificación conjunta del grupo gestor.
- Se contó con el apoyo y la cooperación de la dirección del centro.

- Durante la aplicación de la propuesta, se evidenciaron dos posturas por parte de los implicados: una de resistencia al cambio y otra de aceptación y cooperación.
- Se socializaron los resultados del diagnóstico para ser considerados en la elaboración del diseño de programación.
- Se implementaron acciones con vistas al rediseño de la programación radial.
- Se cumplieron los objetivos de cada una de las etapas del proceso para el rediseño.
- La aplicación de la propuesta de gestación tuvo como resultado, el nuevo diseño de la programación de la emisora.

CONCLUSIONES

1. La investigación proporciona una propuesta de gestación para el rediseño de la programación de la emisora Estéreocentro FM 93.5 mediante el modelo de planificación conjunta del grupo gestor, el cual cuenta con cuatro etapas: Acercamiento inicial, Integración, Planificación conjunta y Ejecución y monitoreo.
2. El diagnóstico desarrollado en la propuesta de gestación arrojó dificultades en la identificación del público con la emisora a causa de la ausencia de un sello distintivo, signos de esquematismos en la programación, preferencia en la difusión de la música masiva (reguetón y salsa), escasas informaciones sobre el acontecer de Santa Clara y la no adecuación con los intereses de la población en cuanto a géneros musicales y temas.
3. Durante la aplicación de la propuesta, los participantes asumieron dos tendencias: una de resistencia al cambio y otra de aceptación. A pesar de ello, se obtuvo como resultado la elaboración del nuevo diseño de programación y su aplicación.
4. La nueva programación conformada contiene el rediseño de los programas, las informaciones, los mensajes de bien público y la producción musical, en relación con los diversos públicos.

RECOMENDACIONES

- Evaluar la imagen de la institución y su sello distintivo como emisora municipal.
- Evaluar la nueva programación como producto comunicativo de la emisora Estéreocentro FM 93.5 con respecto a:
    1. Espectro radiofónico de Santa Clara.
    2. Preferencias y necesidades del público santaclareño.
    3. Composición de las informaciones en cuanto a estructura, géneros, horarios y adecuación al entorno.
    4. Mensajes de bien públicos de la nueva programación en relación con el contexto y la misión y visión de la emisora.
    5. Producción musical acorde a los tipos de programas y su público específico en cuanto a géneros, temas, distribución y balance.
- Socializar los resultados con la dirección de ICRT Nacional y con el grupo metodológico de Villa Clara.

BIBLIOGRAFÍA

1. Abad, R. (2006): *"Sistema de bases para el coordinador de grupos como facilitador de creatividad."* Tesis de licenciatura. Cuba. Departamento de Psicología. Universidad Central de las Villas.
2. Alonso; J. (2008): "La unidad de lo cualitativo y lo cuantitativo". Publicado en *IX Taller Internacional Comunidades: Historia y Desarrollo. "La responsabilidad individual y organizacional desde el enfoque comunitario."* Marzo/2009. Samuel Feijoó. Santa Clara.
3. Alonso; J. (2009): "Fundamentos para una metodología de estudio de lo comunitario en el discurso de prácticas culturales específicas". Publicado en *IX Taller Internacional Comunidades: Historia y Desarrollo. "La responsabilidad individual y organizacional desde el enfoque comunitario."* Marzo/2009. Editorial Samuel Feijoó. Santa Clara.
4. Alvira, F.; García, M.; Sanmartín, R.; Veras, M. J.; Rubio, I; Ibarra, F. Goode, W.J. Hatt, P.K. Colectivo de autores. (2005): *"Selección de lecturas de Metodología, Métodos y Técnicas de Investigación Social II".* Editorial Félix Varela, La Habana.
5. Andreéva, G. M. (1984):"*Psicología social".* Editorial Vneshtorgizdat, Moscú.
6. Casanovas y Carcasés (2003):"*Consideraciones Metodológica sobre la promoción y la animación sociocultural, como acciones dinamizadoras de la participación social en la cultura. Algunas particularidades de la experiencia cubana."*Centro de Superación para la Cultura.
7. Duverger, M. (1962): *"Métodos de las Ciencias Sociales".* Ediciones Ariel, España.
8. Engels, F. (1974): "*Obras Escogidas: El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre".* Editorial Progreso, Moscú.
9. Hokheimer, M. y Adorno, Th., et al. (1969): "*Industria cultural y sociedad de masas*". Editores Monte Ávila. C.A.
10. Lund, F. H. (1933): *"Psychology. An Empirical of behavior".* Ronald Press, Nueva York.
11. Lumpuy, L. (2008*):"Las pautas de socialización contenidas en el video clip cubano".* Tesis de licenciatura. Cuba. Departamento de Estudios Socioculturales. Universidad Central de las Villas.

12. Manual de Calidad de la Radio. Inédito.
13. Martínez Casanova; M.: "*La Intervención Sociocultural como recurso de cambio*". Inédito.
14. Medina, I. (2005): "*Teoría de la comunicación. Desde el otro lado: Aproximaciones de los estudios latinoamericanos sobre recepción".* Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.
15. Merton, R., & Lazarsfeld, P. (1972): "*Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada".* En *Referencias: medios masivos de comunicación,* 3 (1), 191- 214.
16. Millar, A y Yúdice, G. (2004): "*Política Cultural".* Gedisa, Barcelona.
17. Moreno, J. (2006*): "Gestión de Proyectos Sociales y Culturales".* Editorial Félix Varela, La Habana.
18. Proveyer, C.; González, G.; Vásquez, A. y Fleitas, R. Compilación: *"Selección de lecturas sobre Trabajo Social Comunitario".* Impreso en el Centro Gráfico de Villa Clara.
19. Red de La Iniciativa de Comunicación (2003): *"Donde la comunicación y los medios son parte esencial del desarrollo social y económico de América Latina"*.http://www.comminit.com/en/node/149742/37
20. Rodríguez, L. (2009): "*La radio como producto comunicativo institucional".* Tesis de licenciatura. Cuba. Departamento de Estudios Socioculturales. Universidad Central de las Villas.
21. Sampieri, R. (2004): "*Metodología de la investigación I".* Editorial Félix Varela, La Habana.
22. Torres, P. (2006*):"Gestión Turística del Patrimonio Cultural*". Editorial Félix Varela, La Habana.
23. Villamañan, M; Montenegro, E; Fernández, R. (2010):" *Informe de la radio como producto comunicativo institucional*". Inédito.
24. Wolf, M. (2006): *"La investigación de la comunicación de masas."* Editorial Paidós, México.
25. Yúdice, G (2002): "*El Recurso de la Cultura".* Gedisa, Barcelona.

ANEXOS

Anexo 1 Espectro radiofónico

W	REBELDE	PROGRESO	TAINO	CIUDAD DEL MAR	SAGUA	CAIBARIEN
Chirrín Chirrán	Sorpresa	Discoteca del ayer		Sendero H	En directo	Aquí estudio 1
Chirrín Chirrán	Sorpresa			A esta hora	En directo	Aquí estudio 2
Microfonito informativo	Sorpresa			A esta hora	En directo	Aquí estudio 3
Microfonito informativo	Sorpresa			A esta hora	En directo	Aquí estudio 4
Olimpiada de éxitos	Sorpresa	Juventud 2000		A esta hora	En directo	Ámbito
Olimpiada de éxitos	Sorpresa	Juventud 2000		A esta hora	En directo	Ámbito
Olimpiada de éxitos	Sorpresa	Juventud 2000		A esta hora	En directo	Ámbito
Olimpiada de éxitos	Sorpresa	Juventud 2000	Subiendo la parada	Señal sur	En directo	Ámbito
Olimpiada de éxitos	Sorpresa	Juventud 2000	Subiendo la parada	Carrusel de canciones	En directo	Ámbito
Olimpiada de éxitos	Sorpresa	Juventud 2000	Subiendo la parada	Andando	En directo	Ámbito
Enlace milenio 3 (ciencia)	La parranda de Rebelde	Juventud 2000	El gusto es mío (Humor)	Andando	En directo	Los éxitos de aquel año
Enlace milenio 3 (ciencia)	La parranda de Rebelde	Juventud 2000	El gusto es mío (Humor)	Andando	En directo	Los éxitos de aquel año
Enlace milenio 3 (ciencia)	La parranda de Rebelde	Juventud 2000	El gusto es mío (Humor)	Andando	En directo	Los éxitos de aquel año
El azul que nos corona. (Dram.	La parranda de Rebelde	Juventud 2000	El gusto es mío	Andando	En directo	Los éxitos de aquel año

Hist.)			(Humor)			
El azul que nos corona. (Dram. Hist.)	La parranda de Rebelde	Juventud 2000	El gusto es mío (Humor)	Andando	En directo	Los éxitos de aquel año
El azul que nos corona. (Dram. Hist.)	La parranda de Rebelde	Huellas (histórico)	El gusto es mío (Humor)	Andando	En directo	Enhorabuena
El azul que nos corona. (Dram. Hist.)	La parranda de Rebelde	Huellas (histórico)	El gusto es mío (Humor)	Andando	En directo	Enhorabuena
Hoy es siempre todavía	La parranda de Rebelde	Huellas (histórico)	El gusto es mío (Humor)	Andando	En directo	Enhorabuena
Hoy es siempre todavía	La parranda de Rebelde	Cita con el arte	El gusto es mío (Humor)	La hora de Luís	En directo	Enhorabuena
Hoy es siempre todavía	La parranda de Rebelde	Cita con el arte	El gusto es mío (Humor)	La hora de Luís	En directo	Enhorabuena
Hoy es siempre todavía	La parranda de Rebelde	Cita con el arte	El gusto es mío (Humor)	La hora de Luís	En directo	Enhorabuena
La semana en 30 minutos (Inform.)	Humor mix	Alegrías de sobremesa	Taimodas	La hora de Luís	Imágenes	Enhorabuena
La semana en 30 minutos (Inform.)	Humor mix	Alegrías de sobremesa	Taimodas	La hora de Luís	Imágenes	Enhorabuena
La semana en 30 minutos (Inform.)	Humor mix	Alegrías de sobremesa	Taimodas	Suplemento	Imágenes	Enhorabuena
El guateque de Ernestina.	Humor mix	Noticiero dominical	Taimodas	Swing Latino	Rumores del Undoso	Enhorabuena
El guateque de Ernestina.	Humor mix	Noticiero dominical	Taimodas	Swing Latino	Rumores del Undoso	Alas
El guateque de Ernestina.	Humor mix	Noticiero dominical	Taimodas	Swing Latino	Rumores del Undoso	Alas
El guateque de Ernestina.	Humor mix	Noticiero dominical	Taimodas	Swing Latino	Rumores del Undoso	Alas

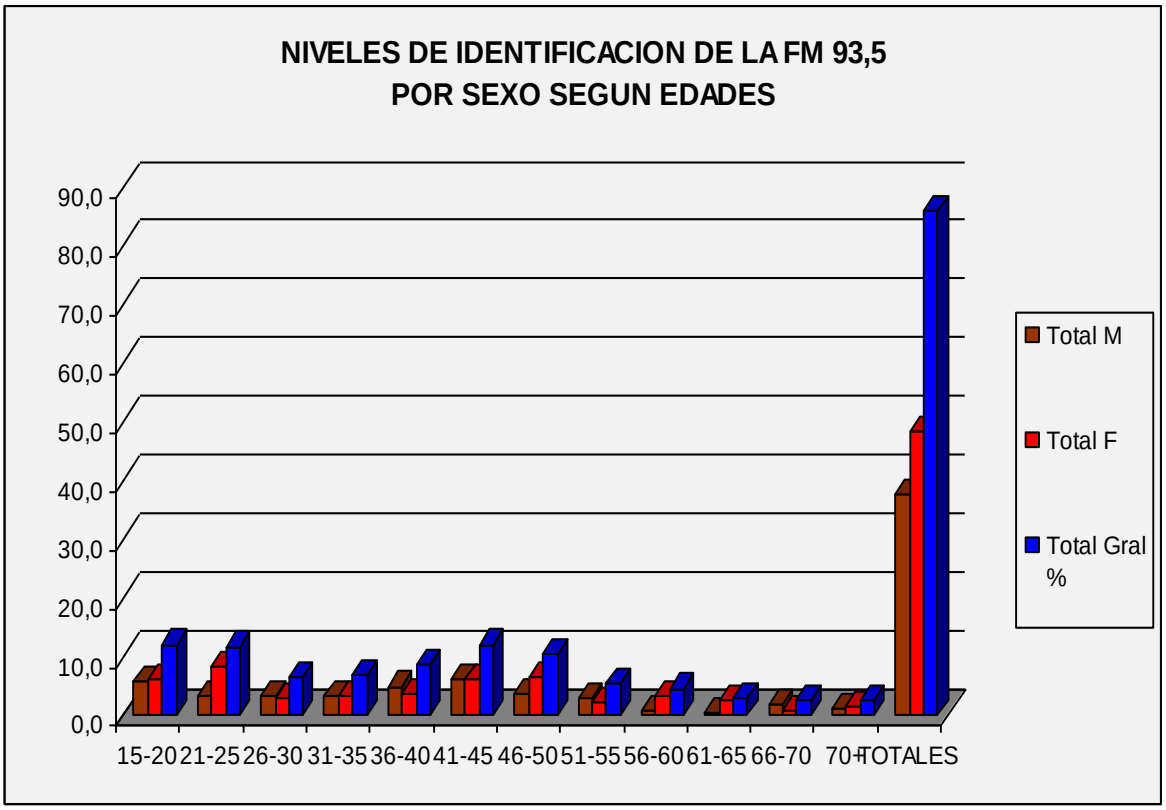
El guateque de Ernestina.	Humor mix	Noticiero dominical	Taimodas	Swing Latino	Rumores del Undoso	Alas
El guateque de Ernestina.	Humor mix	Noticiero dominical	Taimodas	Noticiero Nacional de Radio	Rumores del Undoso	Apuntes
Noticiero Nacional de Radio	Noticiero Nacional de Radio	Teatro	Luz del alba (temas y música latinoamericana)	Con todo detalle	Noticiero Nacional de Radio	Noticiero Nacional de Radio
Noticiero Nacional de Radio	Noticiero Nacional de Radio	Teatro	Luz del alba (temas y música latinoamericana)	Con todo detalle	Noticiero Nacional de Radio	Noticiero Nacional de Radio
La zambomba (humor)	Todo música	Teatro	Música y punto	En fase	Pirámide de éxitos (Repris)	Todo movido
La zambomba (humor)	Todo música	Teatro	Música y punto	El cuento	Pirámide de éxitos (Repris)	Todo movido
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Cuba y su música (en familia)	A buena hora (Cultural)	Unicornio	Pirámide de éxitos (Repris)	Todo movido
Recreativo del domingo (variado)				7000 musical		
Recreativo del domingo (variado)		Cuba y su música (en familia)	A buena hora (Cultural)	7000 musical	Pirámide de éxitos (Repris)	Todo movido
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Cuba y su música (en familia)	A buena hora (Cultural)	7000 musical	Pirámide de éxitos (Repris)	Todo movido
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Un domingo con Rosillo	A buena hora (Cultural)	7000 musical	Festival del domingo	Todo movido
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Un domingo con Rosillo	A buena hora (Cultural)	7000 musical	Festival del domingo	Todo movido
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Un domingo con Rosillo	A buena hora	Sendero H	Festival del domingo	Todo movido

			(Cultural)			
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Un domingo con Rosillo	A buena hora (Cultural)	Noticiero Radio Cadena Azul	Festival del domingo	El dial de la risa
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Un domingo con Rosillo	A buena hora (Cultural)	J S XXI	Festival del domingo	El dial de la risa
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Un domingo con Rosillo	A buena hora (Cultural)	Siempre el danzón	Festival del domingo	Carrusel de fantasía
Recreativo del domingo (variado)		Un domingo con Rosillo	A buena hora (Cultural)	La prensa ante el micrófono	Festival del domingo	Carrusel de fantasía
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Un domingo con Rosillo	La gran jugada	La prensa ante el micrófono	Festival del domingo	Supermusical
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Un domingo con Rosillo	La gran jugada	La prensa ante el micrófono	Festival del domingo	Supermusical
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Un domingo con Rosillo	La gran jugada	Con amor	Festival del domingo	Supermusical
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Un domingo con Rosillo	La gran jugada	Con amor	Festival del domingo	Supermusical
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Un domingo con Rosillo	La gran jugada	Ciudad del Mar	Festival del domingo	Supermusical
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Un domingo con Rosillo	La gran jugada	Sendero H	Festival del domingo	Supermusical
Recreativo del domingo (variado)	Todo música		El exitazo (de 5 a 7)	A esta hora	Festival del domingo	Supermusical
Recreativo del domingo (variado)	Todo música		El exitazo (de 5 a 7)	A esta hora	Festival del domingo	Supermusical
Recreativo del domingo (variado)	Todo música	Clásicos de la música	El exitazo (de 5 a 7)	A esta hora	Juglares	Síntesis semanal
				A esta hora		
Recreativo del domingo (variado)	Todo música		El exitazo (de 5 a 7)	A esta hora	Juglares	Síntesis semanal
Recreativo del domingo (variado)	Todo música		El exitazo (de 5 a 7)	A esta hora	Juglares	Síntesis semanal

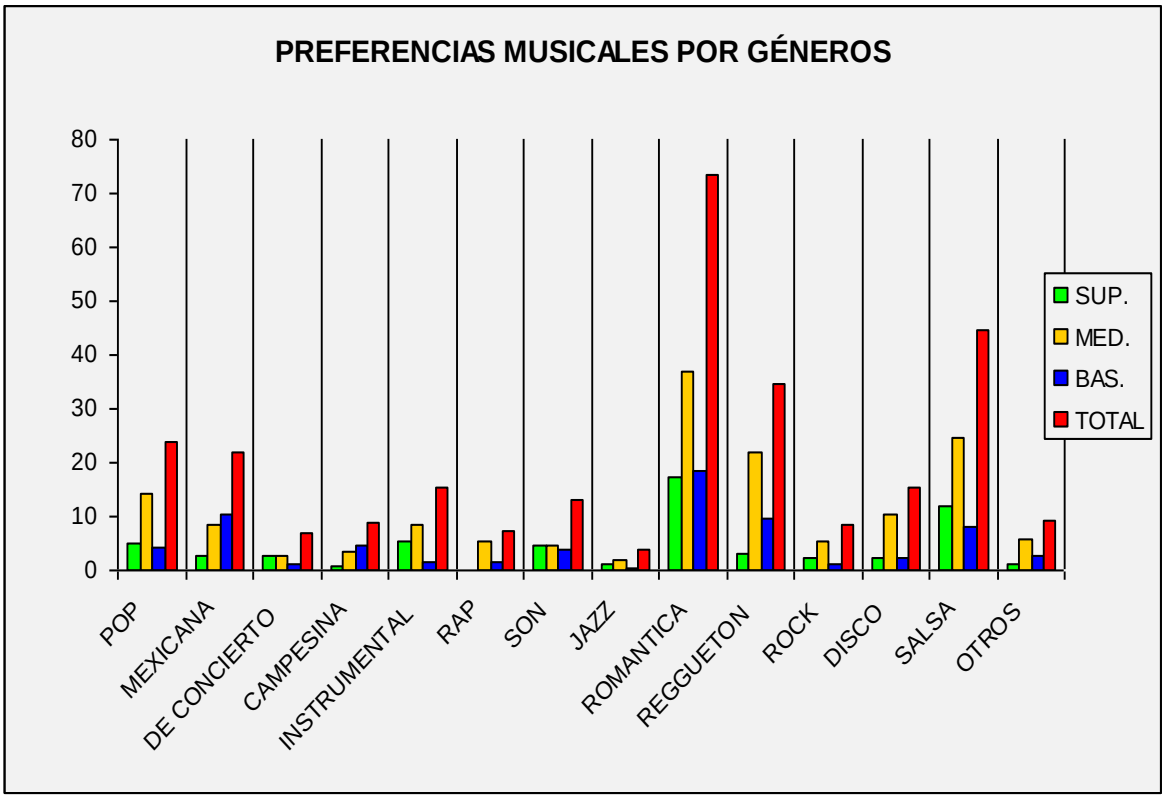
Melodías de siempre	El día posible	Aires de España	El exitazo (de 5 a 7)	Señal sur	Reflexiones	Teatro
Melodías de siempre	El día posible	Aires de España	El exitazo (de 5 a 7)	Carrusel de canciones	Reflexiones	Teatro
Melodías de siempre	El día posible		El exitazo (de 5 a 7)	Andando	Reflexiones	Teatro
Melodías de siempre	El día posible		El exitazo (de 5 a 7)	Andando	Reflexiones	Teatro
Melodías de siempre	Felicidades			Andando	Punto joven	Para vivir
Melodías de siempre				Andando		Para vivir
Melodías de siempre	Felicidades	Danzones		Andando	Punto joven	Lo mismo pero diferente
Melodías de siempre	Felicidades			Andando	Punto joven	Lo mismo pero diferente
Melodías de siempre	Felicidades	Alegrías de sobremesa		Andando	Punto joven	Lo mismo pero diferente
Melodías de siempre	Felicidades			Andando	Punto joven	Lo mismo pero diferente
Teatro	Con la musa a cuestas	Alegrías de sobremesa		Andando	De Cuba, su música	A todo ritmo
Teatro	Con la musa a cuestas	Alegrías de sobremesa		La hora de Luís	De Cuba, su música	A todo ritmo
Teatro	Con la musa a cuestas	De ayer a hoy		La hora de Luís	De Cuba, su música	A todo ritmo
Teatro	Con la musa a cuestas			La hora de Luís	De Cuba, su música	A todo ritmo
Teatro	Parada de éxitos	Nocturno		La hora de Luís	De Cuba, su música	A todo ritmo
Teatro	Parada de éxitos	Nocturno		La hora de Luís	De Cuba, su música	A todo ritmo
Teatro	Parada de éxitos			Suplemento	De Cuba, su música	A todo ritmo
Melodía inmortal	Parada de éxitos	Nocturno		Swing Latino	La hora del bolero	A todo ritmo
Melodía inmortal	Parada de éxitos	Ritmos		Swing Latino	La hora del bolero	A todo ritmo

Melodía inmortal	Parada de éxitos			Swing Latino	La hora del bolero	A todo ritmo
En el claro de la luna	Parada de éxitos	Ritmos		Swing Latino	Ámbito musical	Tendencia
En el claro de la luna	Parada de éxitos			Swing Latino	Ámbito musical	Tendencia
En el claro de la luna	La luz en lo oscuro	Ritmos		Noticiero Nacional de Radio	Ámbito musical	Clave cubana
En el claro de la luna	La luz en lo oscuro			Con todo detalle	Ámbito musical	Clave cubana
En el claro de la luna	La luz en lo oscuro	Bolereando y algo más	Solo música	Con todo detalle	A solas contigo	Los éxitos de aquel año
En el claro de la luna	La luz en lo oscuro		Solo música	En fase	A solas contigo	Los éxitos de aquel año
				El cuento		
En el claro de la luna	La luz en lo oscuro		Solo música	Unicornio	A solas contigo	Los éxitos de aquel año
En el claro de la luna	La luz en lo oscuro	Bolereando y algo más	Solo música	7000 musical		

Anexo 2 Niveles de identificación con la Emisora en relación con el sexo



Anexo 3 Preferencias musicales por nivel educacional



Anexo 4 Diseño de programación. Enero-Febrero 2011

Diseño de programación. Estéreocentro- enero 2011

Horario	Programa	Duración	Grupo	Forma	Función
	LUNES a VIERNES				
9:30- 9:33am	Avances de la mañana (Grabado)	3min			Divulgativa
9:33-9:35am	C.I.H	2min			
9:35-11:28am	Con Sonido Nuestro. (Vivo) Boletín	58min	Musical	Radio Revista de Perfil Musical	Recreativa
11:28-11:30am	C.I.H	2min			
11:30-12:28pm	Latidos de mi Ciudad. (Vivo)	58min	Informativo	Radio Revista de Perfil Informativa	Informativa
12:28-12:30pm	C.I.H	2min			
12:30-12:58pm	La Hora Joven (Vivo)	28min	Variado	Programa de Participación	Educativa
12:58-1:00pm	C.I.H	2min			
1:00-1:30pm	Noticiero Nacional	30min			Informativo
1:30-1:33pm	Avances de la Tarde (Grabado)	3min			Divulgativa
1:33-1:35pm	C.I.H	2min			
1:35-3:28pm *2:55-3:00pm	Buenas Intenciones (Vivo) Boletín	113min	Variado	Show Radial	Educativa
3:28-3:30pm	C.I.H	2min			
3:30-3:58pm	Angulo Abierto	28min	Variado	Programa de Variedades	Orientación
3:58-4:00pm	C.I.H	2min			
4:00-5:45pm *4:30-4:33pm	En Frecuencia (Vivo) Boletín	105min	Variado	Programa de Variedades	Cultural
5:45-5:46pm	C.I.H	1min			
5:46-5:59pm	Panorama (Vivo)	13min	Informativo	Noticiero	Informativa
5:59-6:00pm	C.I.H	1min			
6:00-7:55pm	Sigue el Ritmo(Vivo)	55min	Musical	Discoteca	Recreativa
7:55-7:56pm	C.I.H	1min			
7:56-7:59pm	Avances de la noche (Grabado)	3min			Divulgativa
7:59-8:00pm	C.I.H	1min			

8:00-9:58pm *9:55-10:00pm	Tropicollage (Vivo) Boletín	115min	Variado	Programa de Variedades	Recreativa
9:58-10:00pm	C.I.H	2min			
10:00-11:54pm	Estereo Cierre(Vivo)	43min	Musical	Musical con Poemas	Recreativa
11:54-11:55pm	C.I.H	1min			
11:55-11:58pm	Boletín de Cierre	3min	Informativo	Noticiero Resumen	Informativa
11:58-11:59pm	Himno de Bayamo				
11:59-12:00am	Cierre de la Planta				
	SÁBADO				
9:30- 9:33am	Avances de la mañana (Grabado)	3min			Divulgativa
9:33- 9:35am	C.I.H	2min			
9:35-9:58am	Con Alma de Niño (Grabado)	23min			
9:58-10:00am	C.I.H	2min			
10:00-11:58am *11:55-11:58am	De Momento (Vivo) Boletín	58min	Variado	Revista Variedades	Recreativa
11:58-12:00m	C.I.H	2min			
12:00-12:58pm	Autopista. Com. (Vivo)	58min	Informativo	Radio Revista perfil Informativo	Cultural
12:58-1:00pm	C.I.H	2min			
1:00-1:30pm	Noticiero Nacional	30min			Informativa
1:30-1:33pm	Avances de la Tarde (Grabado)	3min			Divulgativa
1:33-1:35pm	C.I.H	2min			
1:35-3:28pm *2:55-3:00pm	De Libre Acceso (Vivo) Boletín	83min	Musical	Programa de Variedades	Recreativa
3:28-3:30pm	C.I.H	2min			
3:30-3:58pm	La Ciencia Hoy (Grabado)	28min	Variado	Charla Expositiva	Orientación
3:58- 4:00pm	C.I.H	2min			
4:00-5:43pm *4:57-5:00pm	Ciento por Ciento Cubano (Vivo) Boletín	103min	Musical	Musical Monotemático	Recreativa
5:43-5:45pm	C.I.H	2min			
5:45-5:58pm	Panorama (Vivo)	13min	Informativo	Noticiero	Informativa
5:58-6:00pm					

	C.I.H	2min			
6:00-7:54pm	Generaciones (Grabado)	114min	Musical	Musical Especializado	Cultural.
7:54-7:56pm	C.I.H	2min			
7:56-7:59pm	Avances de la noche (Grabado)	3min			Divulgativa
7:59-8:00pm	C.I.H	2min			
8:00-10:28pm *8:55- 9:00pm	Sábado en la Noche (Vivo) Boletín	148min	Musical	Programa de Variedades	Recreativa
10:28-10:30pm	C.I.H	2min			
10:30-10:58pm	Este Mundo Nuestro (Grabado)	58min	Variado	Programa de Variedades	Recreativa
10:58-11:00pm	C.I.H	2min			
11:00-11:54pm	En Concierto (Grabado)	43min	Musical	Recital	Recreativa
11:54-11:56pm	C.I.H	2min			
11:56-11:58pm	Boletín (Vivo)	3min			
11:58-11:59pm	Himno de Bayamo				
11:59-12:00am	Cierre de la Planta				
	DOMINGO				
9:30- 9:33am	Avances de la mañana (Grabado)	3min			Divulgativa
9:33-9:35am	C.I.H	2min			
9:35-11:58am	Todo Mezclado (Vivo)				
11:58-12:00m	C.I.H	2min			
12:00-12:58pm	Con Buen Punto (Grabado)	58min	Variado	Charla Expositiva	Cultural
12:58-1:00pm	C.I.H	2min			
1:00-1:30pm	Noticiero Nacional	30min			Informativo
1:30-1:33pm	Avances de la Tarde (Grabado)	3min			Divulgativa
1:33-1:35pm	C.I.H	2min			
1:35-2:28pm	FM TOP 93 (Grabado)	53min	Musical	Escala Musical	Recreativa
2:28-2:30pm	C.I.H	2min			
2:30-2:58pm	Historias de mi Ciudad. (Grabado)	28min	Variado	Charla Expositiva	Cultural
2:58-3:00pm	C.I.H	2min			
3:00-4:58pm *3:55-4:00pm	Señal joven (Vivo) Boletín	118min	Variado	Discoteca	
4:58- 5:00pm	C.I.H	2min			

5:00-5:55pm	Escenarios del rock	55min	Musical	Musical Especializado	Recreativa
5:55-5:58	Boletín				
5:58-6:00pm	C.I.H	2min			
6:00-7:55pm *7:25-7:30pm	Contraseña (Vivo) Boletín	115min	Musical	Discoteca	Recreativa
7:55-7:56pm	C.I.H	1min			
7:56-7:59pm	Avances de la noche (Grabado)	3min			Divulgativa
7:59-8:00pm	C.I.H	1min			
8:00-9:28pm *8:30-8:35pm	De eso se Trata (Vivo) Boletín	88min	Variado	Programa de Variedades	Cultural
9:28-9:30pm	C.I.H	2min			
9:30-9:58pm	Al Lado del Camino (Vivo)	28min	Musicales	Musical Monotemático	Cultural
9:58-10:00pm	C.I.H	2min			
10:00-11:50pm	Antes de Cerrar tus Ojos (Grabado)	108min	Variado	Charla Expositiva	Orientación
11:50-11:52pm	C.I.H	2min			
11:53-11:58pm	Boletín Resumen	5min			Informativa
11:58-11:59pm	Himno de Bayamo				
11:59-12:00am	Cierre de la Planta				

DISEÑO DE PROGRAMACIÓN. ESTEREOCENTRO- FEBRERO 2011

Horario	Programa	Duración	Grupo	Forma	Función
	LUNES a VIERNES				
9:30- 9:33am	Avances de la mañana (Grabado)	3min			Divulgativa
9:33-9:35am	C.I.H	2min			
9:35-10:28am *10:00-0:03min	En la Calle (Vivo) Boletín	53min	Variado	Revista de Facilitación Social	Divulgativa e informativa
10:28-10:30am	C.I.H	2min			
10:30-11:28am *10:57-11:00am	Con Sonido Nuestro (Vivo) Boletín	58min	Musical	Radio Revista de Perfil Musical	Recreativa
11:28-11:30am	C.I.H	2min			
11:30-12:28pm	Latidos de mi Ciudad. (Vivo)	58min	Informativo	Radio Revista de Perfil Informativa	Informativa
12:28-12:30pm	C.I.H	2min			

12:30-12:58pm	La Hora Joven (Vivo)	28min	Variado	Programa de Participación	Educativa
12:58-1:00pm	C.I.H	2min			
1:00-1:30pm	Noticiero Nacional	30min			Informativo
1:30-1:33pm	Avances de la Tarde (Grabado)	3min			Divulgativa
1:33-1:35pm	C.I.H	2min			
1:35-3:28pm *2:55-3:00pm	Buenas Intenciones (Vivo) Boletín	113min	Variado	Show Radial	Educativa
3:28-3:30pm	C.I.H	2min			
3:30-3:58pm	Angulo Abierto	28min	Variado	Programa de Variedades	Orientación
3:58-4:00pm	C.I.H	2min			
4:00-5:45pm *4:30-4:33pm	En Frecuencia (Vivo) Boletín	105min	Variado	Programa de Variedades	Cultural
5:45-5:46pm	C.I.H	1min			
5:46-5:59pm	Panorama (Vivo)	13min	Informativo	Noticiero	Informativa
5:59-6:00pm	C.I.H	1min			
6:00-7:55pm	Sigue el Ritmo(Vivo)	55min	Musical	Discoteca	Recreativa
7:55-7:56pm	C.I.H	1min			
7:56-7:59pm	Avances de la noche (Grabado)	3min			Divulgativa
7:59-8:00pm	C.I.H	1min			
8:00-8:58pm *8:30-8:33pm	Punto de Giro (Vivo) Boletín	58min	Informativo	Programa de Panel	Informativa
8:58-9:00pm	C.I.H	2min			
9:00-10:55pm *9:55-10:00pm	Tropicollage (Vivo) Boletín	115min	Variado	Programa de Variedades	Recreativa
*10:55-10:58pm	Boletín	3min			
10:58-11:00pm	C.I.H	2min			
11:00-11:43pm	Estereocierre (Vivo)	43min	Musical	Musical con Poemas	Recreativa
11:43-11:45pm	C.I.H	1min			
11:45-11:58pm	Noticiero Resumen (Grabado)	13min	Informativo	Noticiero Resumen	Informativa

11:58-11:59pm	Himno de Bayamo				
11:59-12:00am	Cierre de la Planta				
	SÁBADO				
9:30-9:33am	Avances de la mañana (Grabado)	3min			Divulgativa
9:33-9:35am	C.I.H	2min			
9:35-10:28am *10:00-10:03am	En la Calle (Vivo) Boletín	53min	Variado.	Revista de Facilitación Social	Divulgativa
10:28-10:30am	C.I.H	2min			
10:00-11:58am *11:55-11:58am	De Momento (Vivo) Boletín	58min	Variado	Revista Variedades	Recreativa
11:58-12:00m	C.I.H	2min			
12:00-12:58pm	Autopista. Com. (Vivo)	58min	Informativo	Radio Revista perfil Informativo	Cultural
12:58-1:00pm	C.I.H	2min			
1:00-1:30pm	Noticiero Nacional	30min			Informativa
1:30-1:33pm	Avances de la Tarde (Grabado)	3min			Divulgativa
1:33-1:35pm	C.I.H	2min			
1:35-3:28pm *2:55-3:00pm	De Libre Acceso (Vivo) Boletín	83min	Musical	Programa de Variedades	Recreativa
3:28-3:30pm	C.I.H	2min			
3:30-3:58pm	La Ciencia Hoy (Grabado)	28min	Variado	Charla Expositiva	Orientación
3:58- 4:00pm	C.I.H	2min			
4:00-5:43pm *4:57-5:00pm	Ciento por Ciento Cubano (Vivo) Boletín	103min	Musical	Musical Monotemático	Recreativa
5:43-5:45pm	C.I.H	2min			
5:45-5:58pm	Panorama (Vivo)	13min	Informativo	Noticiero	Informativa
5:58-6:00pm	C.I.H	2min			
6:00-7:54pm	Generaciones (Grabado)	114min	Musical	Musical Especializado	Cultural.
7:54-7:56pm	C.I.H	2min			

7:56-7:59pm	Avances de la noche (Grabado)	3min			Divulgativa
7:59-8:00pm	C.I.H	2min			
8:00-10:28pm *8:55-9:00pm	Sábado en la Noche (Vivo) Boletín	148min	Musical	Programa de Variedades	Recreativa
10:28-10:30pm	C.I.H	2min			
10:30-10:58pm	Este Mundo Nuestro (Grabado)	58min	Variado	Programa de Variedades	Recreativa
10:58-11:00pm	C.I.H	2min			
11:00-11:43pm	En Concierto (Grabado)	43min	Musical	Recital	Recreativa
11:43-11:45pm	C.I.H	2min			
11:45-11:58pm	Noticiero Resumen (Grabado)	13min	Informativo	Noticiero Resumen	Informativa
11:58-11:59pm	Himno de Bayamo				
11:59-12:00am	Cierre de la Planta				
	DOMINGO				
9:30-9:33am	Avances de la mañana (Grabado)	3min			Divulgativa
9:33- 9:35am	C.I.H	2min			
9:35-9:58am	Con Alma de Niño (Grabado)	23min	Musical	Programa Musical Infantil	Recreativa
9:58-10:00am	C.I.H	2min			
10:00-12:28pm *10:30-10:35am *11:55-11:58am	Todo Mezclado (Vivo) Boletín Boletín	148min	Varia do	Programa de Variedades	Recreativa
12:28-12:30m	C.I.H	2min			
12:30-12:58pm	Con Buen Punto (Grabado)	58min	Variado	Charla Expositiva	Cultural
12:58-1:00pm	C.I.H	2min			
1:00-1:30pm	Noticiero Nacional	30min			Informativo
1:30-1:33pm	Avances de la Tarde (Grabado)	3min			Divulgativa
1:33-1:35pm	C.I.H	2min			
1:35-2:28pm	FM TOP 93 (Grabado)	53min	Musical	Escala Musical	Recreativa

2:28-2:30pm	C.I.H	2min			
2:30-2:58pm	Historias de mi Ciudad. (Grabado)	28min	Varia do	Charla Expositiva	Cultural
2:58-3:00pm	C.I.H	2min			
3:00-4:58pm *3:55-4:00pm	Señal joven (Vivo) Boletín	118min	Variado	Discoteca	
4:58- 5:00pm	C.I.H	2min			
5:00-5:55pm	Escenarios del rock	55min	Musical	Musical Especializado	Recreativa
5:55-5:58	Boletín	3min			
5:58-6:00pm	C.I.H	2min			
6:00-7:55pm *7:25-7:30pm	Contraseña (Vivo) Boletín	115min	Musical	Discoteca	Recreativa
7:55-7:56pm	C.I.H	1min			
7:56-7:59pm	Avances de la noche (Grabado)	3min			Divulgativa
7:59-8:00pm	C.I.H	1min			
8:00-9:28pm *8:30-8:35pm	De eso se Trata (Vivo) Boletín	88min	Varia do	Programa de Variedades	Cultural
9:28-9:30pm	C.I.H	2min			
9:30-9:58pm	Al Lado del Camino (Vivo)	28min	Musicales	Musical Monotemático	Cultural
9:58-10:00pm	C.I.H	2min			
10:00-11:50pm	Antes de cerrar tus ojos (Grabado)	108min	Variado	Charla Expositiva	Orientación
11:50-11:52pm	C.I.H	2min			
11:53-11:58pm	Boletín Resumen	5min			Informativa
11:58-11:59pm	Himno de Bayamo				
12:00am	Cierra de la Planta.				

Anexo 5 Diseño de la programación Estéreocentro- 2011

Horario	Programa	Duración	Grupo	Forma	Función
	LUNES a VIERNES				
9:30-9:33am	Avances de la mañana (Grabado)	3min			Divulgativa
9:33-9:35am	C.I.H	2min			
9:35-10:28am *10:00-0:03min	En la Calle (Vivo) Boletín	53min	Variado	Revista de facilitación social	Divulgativa e informativa
10:28-10:30am	C.I.H	2min			
10:30-11:28am *10:57-11:00am	Con Sonido Nuestro (Vivo) Boletín	58min	Musical	Radio Revista de Perfil Musical	Recreativa
11:28-11:30am	C.I.H	2min			
11:30-12:28pm	Latidos de mi Ciudad.(Vivo)	58min	Informativo	Radio Revista de Perfil Informativa	Informativa
12:28-12:30pm	C.I.H	2min			
12:30-12:58pm	La Hora Joven (Vivo)	28min	Variado	Programa de Participación	Educativa
12:58-1:00pm	C.I.H	2min			
1:00-1:30pm	Noticiero Nacional	30min			Informativo
1:30-1:33pm	Avances de la Tarde (Grabado)	3min			Divulgativa
1:33-1:35pm	C.I.H	2min			
1:35-3:28pm *2:55-3:00pm	Buenas Intenciones (Vivo) Boletín	73min	Varia do	Show Radial	Educativa
3:28-3:30pm	C.I.H	2min			
3:30-3:58pm	Ángulo Abierto (Vivo)	28min	Varia do	Programa de Variedades	Orientación
3:58-4:00pm	C.I.H	2min			
4:00-5:45pm *4:30-4:33pm	En Frecuencia (Vivo) Boletín	105min	Variado	Programa de Variedades	Cultural
5:45-5:46pm	C.I.H	1min			
5:46-5:59pm	Panorama (Vivo)	13min	Informativo	Noticiero	Informativa
5:59-6:00pm	C.I.H	1min			
6:00-7:55pm	Sigue el Ritmo(Vivo)	55min	Musical	Discoteca	Recreativa
7:55-7:56pm	C.I.H	1min			
7:56-7:59pm	Avances de la noche (Grabado)	3min			Divulgativa
7:59-8:00pm	C.I.H	1min			
8:00-8:58pm	Punto de Giro	58min	Informativo	Programa de	Informativa

*8:30-8:33pm	(Vivo) Boletín			Panel	
8:58-9:00pm	C.I.H	2min			
9:00-10:55pm *9:55-10:00pm	Tropicollage (Vivo) Boletín	115min	Variado	Programa de Variedades	Recreativa
*10:55-10:58pm	Boletín	3min			
10:58-11:00pm	C.I.H	2min			
11:00-11:43pm	Estereocierre (Grabado)	43min	Musical	Musical con Poemas	Recreativa
11:43-11:45pm	C.I.H	2min			
11:45-11:58pm	Noticiero Resumen (Grabado)	13min	Informativo	Noticiero Resumen	Informativa
11:58-11:59pm	Himno de Bayamo				
11:59-12:00am	Cierre de la Planta				
	SÁBADO				
9:30-9:33am	Avances de la mañana (Grabado)	3min			Divulgativa
9:33-9:35am	C.I.H	2min			
9:35-10:28am *10:00-10:03am	En la Calle (Vivo) Boletín	53min	Variado.	Revista de facilitación social	Divulgativa
10:28-10:30am	C.I.H	2min			
10:30-11:58am *11:55-11:58am	De momento (Vivo) Boletín	58min	Variado	Revista Variedades	Recreativa
11:58-12:00m	C.I.H	2min			
12:00-12:58pm	Autopista.com (Vivo)	58min	Informativo	Radio Revista perfil Informativo	Cultural
12:58-1:00pm	C.I.H	2min			
1:00-1:30pm	Noticiero Nacional	30min			Informativa
1:30-1:33pm	Avances de la Tarde (Grabado)	3min			Divulgativa
1:33-1:35pm	C.I.H	2min			
1:35-3:28pm *2:55-3:00pm	De Libre Acceso (Vivo) Boletín	83min	Musical	Programa de Variedades	Recreativa
3:28-3:30pm	C.I.H	2min			
3:30-3:58pm	La Ciencia Hoy (Grabado)	28min	Variado	Charla Expositiva	Orientación
3:58- 4:00pm	C.I.H	2min			
4:00-4:28pm	Escenarios del Rock	28min	Musical	Musical especializado	Recreativa
4:28-4:30pm	C.I.H	2min			

4:30-5:43pm *4:57-5:00pm	Ciento por Ciento Cubano (Vivo) Boletín	88min	Musical	Musical Monotemático	Recreativa
5:43-5:45pm	C.I.H	2min			
5:45-5:58pm	Panorama (Vivo)	13min	Informativo	Noticiero	Informativa
5:58-6:00pm	C.I.H	2min			
6:00-6:58pm	Generaciones (Grabado)	58min	Musical	Musical Especializado	Cultural.
6:58-7:00pm	C.I.H	2min			
7:00-7:55pm *7:27-7:30pm	Contraseña SA (Vivo) Boletín	56min	Musical	Discoteca	Recreativa
7:55-7:56pm	C.I.H	1min			
7:56-7:59pm	Avances de la noche (Grabado)	3min			Divulgativa
7:59-8:00pm	C.I.H	2min			
8:00-10:28pm *8:55- 9:00pm	Sábado en la Noche (Vivo) Boletín	148min	Musical	Programa de Variedades	Recreativa
10:28-10:30pm	C.I.H	2min			
10:30-10:58pm	Este Mundo Nuestro (Grabado)	28min	Varia do	Programa de Variedades	Recreativa
10:58-11:00pm	C.I.H	2min			
11:00-11:43pm	En Concierto (Grabado)	43min	Musical	Recital	Recreativa
11:43-11:45pm	C.I.H	2min			
11:45-11:58pm	Noticiero Resumen (Grabado)	13min	Informativo	Noticiero Resumen	Informativa
11:58-11:59pm	Himno de Bayamo				
11:59-12:00am	Cierre de la Planta				
	DOMINGO				
9:30- 9:33am	Avances de la mañana (Grabado)	3min			Divulgativa
9:33-9:35am	C.I.H	2min			
9:35-9:58am	Con Alma de Niño (Grabado)	23min	Musical	Programa Musical Infantil	Recreativa
9:58-10:00am	C.I.H	2min			
10:00-12:28pm *10:30-10:35am *11:55-11:58am	Todo Mezclado (Vivo) Boletín Boletín	148min	Variado	Programa de Variedades	Recreativa
12:28-12:30am	C.I.H	2min			

12:30-12:58pm	Con Buen Punto (Grabado)	28min	Variado	Charla Expositiva	Cultural
12:58-1:00pm	C.I.H	2min			
1:00-1:30pm	Noticiero Nacional	30min			Informativo
1:30-1:33pm	Avances de la Tarde (Grabado)	3min			Divulgativa
1:33-1:35pm	C.I.H	2min			
1:35-2:28pm	FM TOP 93 (Grabado)	53min	Musical	Escala Musical	Recreativa
2:28-2:30pm	C.I.H	2min			
2:30-2:58pm	Historias de mi Ciudad (Grabado)	28min	Variado	Charla Expositiva	Cultural
2:58-3:00pm	C.I.H	2min			
3:00-4:58pm *3:55-4:00pm	En Vivo (Vivo) Boletín	118min	Variado	Programa de Variedades	Cultural
4:58- 5:00pm	C.I.H	2min			
5:00-5:38pm	Trovando (Vivo)	38min	Musical	Musical Monotemático	Cultural
5:38-5:40pm	C.I.H	2min			
5:40-5:58pm	Contra Reloj (Grabado)	18min	Informativo	Programa de Género	Informativa
5:58-6:00pm	C.I.H	2min			
6:00-7:55pm *7:25-7:30pm	Señal Joven (Vivo) Boletín	115min	Musical	Discoteca	Recreativa
7:55-7:56pm	C.I.H	1min			
7:56-7:59pm	Avances de la noche (Grabado)	3min			Divulgativa
7:59-8:00pm	C.I.H	1min			
8:00-9:28pm *8:30-8:35pm	De eso se Trata (Vivo) Boletín	88min	Variado	Programa de Variedades	Cultural
9:28-9:30pm	C.I.H	2min			
9:30-9:58pm	Al Lado del Camino (Grabado)	28min	Musicales	Musical Monotemático	Cultural
9:58-10:00pm	C.I.H	2min			
10:00-11:50pm	Antes de Cerrar tus Ojos (Grabado)	108min	Variado	Charla Expositiva	Orientación
11:50-11:52pm	C.I.H	2min			
11:53-11:58pm	Boletín Resumen	5min			Informativa
11:58-11:59pm	Himno de Bayamo				
11:59-12:00am	Cierre de la Planta				