

Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas

Facultad de Psicología

Departamento de Comunicación Social



TRABAJO DE DIPLOMA

**Acercamiento al modelo teórico de las prácticas de
investigación de audiencia en el sistema radial
avileño.**

Autora: Arlenys Pardo Pérez.

Tutor: MSc. Ernesto Gómez Cangas.

Consultante: Lic. Noemí Milián Rosa

Santa Clara

2014

"Año 56 de la Revolución"

Exergo

La práctica sin teoría es ciega, pero la teoría sin práctica es coja.

Anónimo.

Dedicatoria

A mis padres por infinitas razones... esta tesis es solo una pequeña parte de lo que tengo que agradecerles. La perseverancia y el amor con que siempre han llevado las cosas son únicos. Ustedes sí saben querer.

Agradecimientos

Nunca tendré cómo agradecer a todos los que contribuyeron para que llegara hasta aquí, así como tampoco creo que serán suficientes las veces que lo haga.

A los que de mi familia siempre han estado, me siento la persona más dichosa del mundo por tener una familia que siempre está conmigo, con la que puedo contar en las buenas y en las malas, en las fiestas y en los apuros.

A mi hermano por ser tan comprensivo conmigo, aun cuando no lo debía ser.

A mis abuelos, a mi abuela China por siempre estar ahí, y a mis abuelos que ya no están pero igual sé que se hubieran sentido muy orgullosos de lo que hasta ahora he logrado, incluyendo a tía Soco por su eterno recuerdo.

A Yaniet, no sólo eres para mí la hermana mayor, eres mi ejemplo de perseverancia y positivismo en la vida, gracias por tus locos y a la vez cuerdos consejos y gracias por este 29 de mayo.

A mi tía Ine que desde lejos está siempre aquí y a mi tío Ariel por su consejo en aquel momento tan oportuno.

A Noemí, porque desde el principio de todo has estado, por ser el ejemplo a seguir para todo aquel que pretenda ser un buen profesional y una mejor persona, y porque creíste en mí cuando casi ni yo misma lo hacía.

A Roeldys porque jamás titubeaste cuando me hizo falta tu ayuda, eso lo llevaré siempre.

A Damián Betanzos, ojalá te hubiera conocido antes, me hubiera servido de mucho ese tren de trabajo que llevas dentro y esa objetividad con que tomas las cosas, gracias por todo mil veces.

A mis amigas del pre y de la vida, ellas saben por qué, M y J. Al resto de las mosqueteras, lo mejor que me llevo de la universidad es el tener la dicha de haberlas conocido, pasamos de todo y seguimos en la pelea, cada una sabe el lugar que ocupa en mí, le agradezco a la vida porque aprendí mucho de ustedes

A Ernesto por brindarme su apoyo en el momento oportuno. A la tropa de la Asociación por recibirme estos cinco años. No todos valoran ni tienen la posibilidad de contar con un equipo de trabajo como el de ustedes.

A las personas de cada una de las emisoras que me ayudaron cuando lo necesité.

A todo el que me apoyó en esto solo porque sí.

RESUMEN

La presente investigación se realizó en el sistema radial avileño a partir de un interés generado desde la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (UCLV). El objetivo general consistió en caracterizar los modelos teóricos a los que se ajustan las prácticas de investigación de audiencia en la radio de Ciego de Ávila.

Adscrita a la metodología cualitativa como perspectiva metodológica el presente Trabajo de Diploma se encaminó hacia la comprensión de su objeto de estudio evaluando el desarrollo de los sucesos en su ambiente natural.

Se asumió como método investigativo el estudio de casos múltiples que indagó en las prácticas investigativas con que cuentan cada una de las emisoras de la provincia. Para ello se requirió de la revisión bibliográfica-documental, la revisión de documentos oficiales, el análisis de contenido a las investigaciones de audiencias comprendidas entre el 2008-2013 y la entrevista semiestructurada.

A través de la triangulación de datos y fuentes se pudo conocer que las prácticas de investigación de audiencia en el sistema radial avileño se ajustan al modelo de los usos y gratificaciones. La importancia que se le atribuye a las investigaciones de audiencia desde las prácticas investigativas en este territorio radica en la posibilidad científica de conocer una opinión más acabada de los sujetos que se estudian. Por tanto se recomienda ampliar el alcance del presente estudio a fin de describir el objeto de investigación a nivel territorial y nacional.

Palabras claves: prácticas de investigación de audiencia, modelos teóricos, radio.

ABSTRACT

This research was conducted in the radial Ciego de Ávila system due to interest generated from Social Communication Faculty at Central University "Marta Abreu" of Las Villas (UCLV). The overall objective was to characterize the theoretical models conform to practical research of audience in Ciego de Ávila's radio.

Attached to the qualitative methodology as methodological perspective this Diploma Work it's directed towards the understanding of its object of study evaluating the development of events in their natural environment.

Assuming as a research method the study of multiple cases investigated in research practices that have each of the stations in the province. To do this were required the documentary literature review, review of official documents, the content analysis of audience research between the 2008-2013 and semistructured interview.

Through triangulation of data and sources it was known that the practice of audience research in the radial Ciego de Ávila system fit the model of the uses and gratifications. The importance attributed to audience research from research practices in this territory lies in the scientific possibility of knowing a more complete review of the subject being studied. It is therefore recommended to extend the scope of this study with the objective of describe the subject of research at territorial and national levels.

Keywords: audience research practices, theoretical models, radio.

TABLA DE CONTENIDOS

<i>Exergo</i>	i
<i>Dedicatoria</i>	i
<i>Agradecimientos</i>	ii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT	v
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO	5
1.1 Comunicación Masiva e Investigación: un acercamiento teórico.....	5
1.2 Modelos teóricos de la investigación en recepción.	8
1.3 La investigación en comunicación: un reto en la radio cubana actual	23
CAPÍTULO 2. MARCO METODOLÓGICO.....	30
2.1 Contexto de Investigación.....	30
2.2 La alternativa cualitativa como perspectiva metodológica	32
2.3 Método de investigación.....	33
2.4 Categorías y subcategorías de análisis.....	34
2.5 Selección de muestra	37
2.6 Técnicas de recogida de información	38
2.6.1 Investigación bibliográfica documental.....	38
2.6.2 Revisión de documentos oficiales	39
2.6.3 Análisis de contenido.....	40
2.6.4 Entrevista.....	40

2.7	Procedimiento	42
2.7.1	Fase preparatoria:.....	42
2.7.2	Fase de acceso al campo: recogida de datos.....	42
2.7.3	Fase de culminación: salida del campo.....	43
2.8	Procesamiento de los datos	43
2.9	Principios éticos considerados en la investigación.....	44
CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....		45
3.1	Prácticas de investigación de audiencias.....	45
3.1.1	Características de las investigaciones de las que se provee la institución	46
3.1.2	Periodicidad y Alcance	53
3.1.3	Instituciones generadoras.....	55
3.1.4	Objetivos de las investigaciones.....	57
3.1.5	Incidencia de las prácticas de investigación de audiencia en rediseño de la tira programática	59
3.1.6	Conclusiones parciales	61
3.2	Modelos teóricos.....	63
3.2.1	Concepto de audiencia.....	63
3.2.2	Concepción de la relación medio-audiencia.....	67
3.2.3	Metodología empleada.....	68
3.2.4	Fines.....	71
3.2.5	VARIABLES e indicadores o categorías y subcategorías de análisis	72
3.2.6	Métodos y técnicas de investigación	73
3.2.7	Principales resultados	74
3.2.8	Importancia atribuida a la investigación de audiencia	75
3.3	El modelo de los usos y gratificaciones desde las prácticas de investigación de audiencia en el sistema radial avileño.	76
CONCLUSIONES		77
RECOMENDACIONES		79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		80
ANEXOS.....		86

Anexo I Prácticas de investigación de audiencias en Ciego de Ávila	86
Anexo II Guía para el análisis de documentos oficiales	93
Anexo III Guía para el análisis de contenido aplicado a las prácticas de investigación de audiencias radiofónicas:	93
Anexo IV Guía para la entrevista semiestructurada	94
Anexo V Relación de sujetos entrevistados.....	95

INTRODUCCIÓN

Los Medios de Comunicación Masiva (MCM) han sido definidos desde diversas opiniones y posturas a lo largo de la historia de la comunicación. Variados han sido los conceptos que sobre los también llamados *Mass Media* han ofrecido autores desde diferentes miradas, las cuales distan unas de otras de acuerdo al punto de vista del que provienen.

En Pontón (2009) se definen como una herramienta persuasiva que permite mantener una continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional. Son asumidos como dispositivos técnico-organizativos que permiten la transmisión de mensajes significativos simultáneamente para una gran cantidad de personas desconocidas que los utilizan.

La radio constituye, dentro de estos medios, uno de los más antiguos y con mayor alcance. Los estudios sobre comunicación incluyen la concepción de la radio como uno de los MCM. En tal sentido Garcés (2006) plantea que:

Desde los primeros estudios norteamericanos de las décadas 30/40 pasando por los estudios sociológicos europeos y por buena cantidad de los realizados en América Latina, la radio es pensada como un canal de naturaleza masiva para la transmisión (difusión) de contenidos en los que se persiguen ciertos objetivos y que pueden o no conseguirse. (Garcés, 2006, pág. 88)

La radio, también se puntualiza en Pacheco (2008) como un conjunto de dispositivos para transmitir a distancia la voz y música, haciéndolas así, accesibles a las personas. Enfocados en enmarcarlo como canal tecnológico, esta conceptualización desde el modelo semiótico, le otorga la posibilidad de poner en relación a grupos sociales grandes. Se concibe como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y los sonidos con la intención de producir determinados efectos. Queda demostrada entonces, la limitación conceptual que implica esta visión.

En nuestro país las políticas a seguir por todos los medios de comunicación audiovisuales son elaboradas a nivel nacional por el ICRT con aplicación a todos los niveles, desde emisoras y telecentros provinciales, hasta las cabinas municipales. Por su parte la radio cuenta con el Manual de la Calidad del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) para la radio, donde se muestran todas las pautas a seguir en función de lograr el equilibrio en una parrilla de programación de acuerdo a las funciones y las formas de los programas; además de mostrar diversas pautas teóricas a seguir que no deben ser pasadas por alto a la hora de realizar un programa radial. (Manual de la Calidad del Instituto Cubano de Radio y Televisión, 1998).

Tomando en cuenta lo anteriormente expuesto es válido señalar que la gran mayoría de los estudios en comunicación se reducen a un enfoque en el que el proceso comunicativo se concibe desde el ámbito mediático. En tal sentido, los disímiles ámbitos de estudios o líneas investigativas se sintetizan—de acuerdo a la opinión del investigador norteamericano Harold Lasswell— en el estudio del emisor, el análisis del contenido de los mensajes, estudio y análisis de los medios, análisis de la audiencia y análisis de los efectos. (Lasswell en Alonso y Saladrigas, 2006).

En cuanto a los trabajos desarrollados entorno a la investigación de audiencias, se pueden mencionar un movimiento en el Centro de Investigaciones Sociales (CIS) de la Radio y la Televisión del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) y en el Departamento de Investigaciones del Instituto de Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC). En tanto lo que respecta a la academia, se han realizado investigaciones en torno a la investigación de los fenómenos de recepción y audiencias en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana con la realización de Trabajos de Diploma (Machado, 2013).

En la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas (UCLV) igualmente ha existido un interés académico respecto a los estudios de audiencias que se refleja en los Trabajos de Diplomas de estudiantes principalmente de la carrera de Comunicación Social y Estudios Socioculturales. También en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la Universidad “Máximo Gómez Báez” de

Ciego de Ávila (UNICA) existe la evidencia de estudios de audiencias que se desarrollan a través de los Trabajos de Diplomas de los estudiantes de esta facultad.

Lo anteriormente confirma según Guirado (2012) un interés creciente en el desarrollo de estudios de audiencia en el ámbito académico. Aun cuando va en crescendo este interés, la propia autora plantea que existen áreas de vacíos y discontinuidad, para un acercamiento que exige y habilita siempre nuevos márgenes, sobre todo ante productos culturales cada vez más complejos y cambiantes, y audiencias cada vez más activas y heterogéneas.

De manera general, y en concordancia con lo planteado por Guirado (2012), los estudios de consumo/recepción en América Latina han ganado un estatus de legitimidad dentro de los estudios que desde la comunicación privilegian la cultura, aun cuando dichos estudios se caracterizan por la influencia de modelos procedentes de la Mass Communication Research norteamericana.

En tal sentido los estudios cubanos muestran rezago con respecto a sus semejantes latinoamericanos. La Dra. Margarita Alonso (s/f) hizo referencia a ello en una entrevista realizada por Elena Nápoles y Rosa Muñoz cuando planteó que:

Los estudios de recepción en Cuba solamente se realizan en términos cuantitativos: qué vio la gente, que no vio, cuántas personas fueron; lo cual es muestra de una concepción muy funcionalista. Si un país debe hacer un estudio cualitativo y profundo en este sentido, ese debe ser un país socialista como el nuestro. (pág. 6)

Lo anterior demuestra que las investigaciones en Cuba poseen una escasa evidencia empírica y teórica; a diferencia de la complejidad alcanzada por otras regiones latinoamericanas que también desarrollan este tipo de investigación. Esto constituye una de las pautas que impulsaron el desarrollo de la presente investigación, conjuntamente con la intención de contrastar e identificar los modelos teóricos que sustentan las prácticas de investigación de audiencia en la radio avileña.

La realización de la presente investigación forma parte de un interés generado desde la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Central “Marta Abreu”

de Las Villas (UCLV) donde se pretende realizar un estudio descriptivo de esta temática en la región central del país. Tiene como precedente la realización del Trabajo de Diploma de Machado(2013),el cual tomando al sistema radial de Villa Clara como objeto de investigación, aporta el sustento teórico y metodológico fundamental asumido en este Trabajo de Diploma .

Por tanto el **problema científico** que se plantea la el estudio en cuestión es el siguiente: ¿Cuáles son los modelos teóricos de las prácticas de investigación de audiencia radial en Ciego de Ávila? Para dar respuesta a esta interrogante investigativa, el **objetivo general es:** caracterizar los modelos teóricos a los que se ajustan las prácticas de investigación de audiencia en la radio de Ciego de Ávila. Para ello se proponen **objetivos más específicos:**

- Describir las prácticas de investigación de audiencia en la radio de Ciego de Ávila.
- Identificar los modelos teóricos que sustentan las prácticas de investigación de audiencia en la radio de Ciego de Ávila.

Con el presente trabajo investigativo se evidencia a decir de (Guirado, 2012) la preocupación de una sociedad que se comienza a interesar por el estudio de los resortes desde los cuales se pensaba e interpretaba lo masivo hacia mediados del siglo pasado que ya se convierten en restrictivos e insuficientes para analizar fenómenos acentuadamente polisémicos.

La realización del presente estudio se fundamenta entonces en el interés no solo de identificar los modelos teóricos a los cuales se ajustan las diferentes prácticas de investigación de audiencias que constituye el objetivo general, sino en el interés de realizar estudios de tipo teórico-metodológicos pocas veces realizados en el territorio y desde los cuales se logren viabilizar diferentes problemáticas desde el punto no solo de la academia, sino de lo social.

Por tanto la pertinencia y relevancia social de esta investigación no radica solamente en su contribución al análisis científico del receptor y a su posible utilización práctica, sino en la realización de un estudio novedoso, en tanto el territorio avileño adolece de este tipo de investigaciones.

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO

Este capítulo está dedicado a los fundamentos teóricos y metodológicos de la investigación en Comunicación, partiendo de la caracterización y tipologías de las prácticas de investigación de audiencia y de los modelos que configuran el sistema de categoría del presente estudio, incluida la relación entre el objeto de estudio y el campo de investigación a un nivel esencialmente referencial y bibliográfico.

1.1 Comunicación Masiva e Investigación: un acercamiento teórico.

Históricamente a la comunicación se le han atribuido una serie de conceptos y sentidos tan variados como diversos, la actualidad no está exenta de ello, pues con el paso de tiempo se ha hecho más rico dicho concepto. El continuo avance tecnológico no ha hecho sino sumar nuevas terminologías a esta pluralidad que hace de la comunicación tema a tratar en el día a día de nuestras sociedades.

Los procesos de comunicación han sido temas de interés de diversas ciencias como la filosofía, la historia, la geografía, la psicología, la sociología, la etnología, la economía, las ciencias políticas, la biología, la cibernética o las ciencias del conocimiento. Por otro lado, en el transcurso de su elaboración, este campo de las ciencias sociales se ha visto acosado por la cuestión de su legitimidad científica.

Otros de los dilemas que a lo largo del tiempo ha tenido que enfrentar la comunicación como ciencia es el del punto de vista desde donde se puede comprender la misma, es decir, los paradigmas a los cuales se puede ajustar cada cual según su perspectiva: el transmitir o el compartir. Los medios de comunicación de masa no han estado exentos de ello ya que muchos han sido los autores que han asumido un paradigma u otro desde las diferentes perspectivas en que comprenden y conciben la comunicación, evidenciando un predominio del paradigma transmitir por encima del compartir.

Los medios se establecen como un canal que puede ejercer una importante influencia en los públicos de la organización, ya que proveen al individuo de

informaciones sobre aquellos ámbitos que se encuentran fuera de su alcance personal, y fundamentalmente del entorno general, por lo que contribuyen a conformar la realidad general en la que vive el sujeto. (Capriotti, 2009, citado Gómez de M, 2012)

Sin embargo los medios deben retroalimentarse de las opiniones que poseen los receptores sobre la calidad del producto que reciben, y esto se logra a través de investigaciones que toman como referente teórico metodológico las investigaciones en comunicación.

La investigación es clave en el estudio de los disímiles contextos: tradiciones y aspiraciones de la población, gustos y preferencias de estas, carencias, estudios culturales, entre otros. Innumerables son los campos de indagación en la programación, vista por Tejeda (2001) muchas veces desde una óptica reduccionista y administrativa.

El investigador español Enric Saperas 1998, citado en Machado, 2013, ha resumido en tres períodos la investigación en comunicación.

El primero (1917-1954) establece su primer estatuto científico y estudia la novedad de los medios de comunicación desde los aportes de ciencias como la Psicología, la Biología, la Sociología, la Lingüística, la Matemática; sin crear un corpus teórico unificado. El otro período (1954-1976) establece el segundo estatuto científico de la comunicación y define un área científica autónoma y reconocida. En él especialistas en comunicación y cultura de masas (Pierre Bourdieu, Stuart Hall, Edgar Morin y Passeron) desarrollan estudios multidisciplinarios desde la Antropología, la Sociología, la Filosofía, la Economía.

Mientras el tercero (1976-) se despliega en el contexto histórico de la sociedad de la información donde se produce una ruptura con el paradigma transmisivo de la comunicación para propiciar un cambio en la investigación del sistema comunicativo. Tales transformaciones implican el encuadre de las teorías comunicativas dentro de la sociología interpretativa, lo que favorece una diversificación teórica-metodológica y un predominio de los métodos cualitativos sobre los cuantitativos en la investigación. (Machado, 2013)

En América Latina han prevalecido los estudios y enfoques teóricos críticos pero dentro de los marcos disciplinarios clásicos (los efectos, las audiencias, los medios o las masas), no ha habido un análisis teórico de fondo.

En Cuba, a decir de Hernández (1999), las investigaciones en comunicación se han delineado a través del decursar histórico en dos vertientes diferentes aunque muy relacionadas entre sí. De una parte, los estudios de mercado y sobre el consumo, y como parte de ellos aquellos dirigidos a la comunicación promocional dentro de los que se encuentra el empleo de diferentes instrumentos de promoción como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas: mientras que por otra parte se ubica la vertiente de los estudios realizados en y sobre los medios de comunicación masiva. La investigación dirigida hacia los medios de comunicación masiva tiene su génesis en el período prerrevolucionario desde finales de la década del cuarenta.

Según plantea Hernández (1999), en Cuba, este tipo de investigación toma fuerza a partir del I Congreso del Partido Comunista de Cuba efectuado en 1975, cuando se inicia un proceso de revitalización de este tipo de investigación sobre radio y televisión, fundamentalmente, y luego sobre cine.

Para la realización de toda investigación comunicológica resulta imprescindible tener en cuenta a la Teoría de la Comunicación, puesto que ella contiene un cúmulo de elementos que se manifiestan en todo proceso que vincule a los medios con la audiencia en términos de comunicación.

En tal sentido las investigaciones teóricas resultan indispensables para ayudar a conformar una autoconciencia o base teórica integral que permita dar el salto de fronteras que planteen la transdisciplinaridad.

En consonancia con la anteriormente expuesto Otero(1998) señala que la teoría de la comunicación se ha entendido como un área de trabajo que se ha profesionalizado pero no como una actividad de reflexión sobre sí misma que interroge y dé cuenta de su objeto de estudio y relacione esa reflexión con el desarrollo teórico de otras disciplinas sociales.

Mientras que por otro lado Mauro Wolf (1987) plantea que en la presentación y el análisis de las distintas teorías no se sigue simplemente un criterio cronológico, sino que a la vez estos están dispuestos según tres determinaciones:

- a) el contexto social, histórico, económico en que un determinado modelo teórico sobre las comunicaciones de masas ha aparecido o se ha difundido;
 - b) el tipo de teoría social implícita o explícitamente declarada de las teorías mediológicas;
 - c) el modelo de proceso comunicativo que presenta cada teoría mediológica;
- (Wolf, 1987, p.9).

Por tanto no es posible hablar de Teoría de la Comunicación sin mencionar a los modelos teóricos de la investigación en recepción, que a decir de (Alonso, 2003) es ese conjunto de proposiciones, hipótesis de investigación y modelos de comunicación mediática que constituyen enfoques teórico- metodológicos que integran las características del receptor en el proceso de consumo. Sobre estos modelos en el próximo acápite se profundiza.

1.2 Modelos teóricos de la investigación en recepción.

Diversos autores han abordado sobre estos modelos y sus manifestaciones desde diferentes aristas de la comunicación. Cada uno desde su posición le ha propiciado su aporte al campo en cuestión, pero solo en el caso de Margarita Alonso (1999) se logra agrupar en cinco las principales tendencias. Desde su posición la autora logra sintetizar lo trascendental de cada modelo partiendo de los principales aportes que los diferentes autores le han hecho a los mismos:

- Modelos de los Efectos
- Investigación sobre Uso y Gratificaciones
- Teorías Literarias
- Enfoque de los Estudios Culturales
- Investigación Crítica de Audiencias (Alonso, 1999)

Modelo de Efectos

Su rasgo principal es la conceptualización de la problemática de la recepción en términos de Efectos. Esta perspectiva tiene como preocupación central la respuesta a la pregunta: ¿Qué efectos tienen los medios de comunicación en la sociedad de masas? y parte de la tradición de los estudios sociopsicológicos.

La corriente de los efectos de los medios ha sufrido una radical transformación a lo largo del desarrollo de la teoría e investigación de la comunicación de masas.

En sus versiones iniciales, surgidas en el seno de la investigación norteamericana de los medios de comunicación, el modelo tuvo dos principales variantes: La Teoría Hipodérmica y la Teoría de los efectos limitados.

Las primeras especulaciones sobre el poder de los medios, ubicadas en los años 20, y sintetizadas en la BulletTheory o Teoría Hipodérmica, se caracterizaron por el desequilibrado énfasis en uno de los elementos del proceso de comunicación: el emisor y sus estrategias de manipulación, con la consecuente subestimación del momento de la recepción y del público, concebido como una masa de receptores pasivos y homogéneos, sin capacidad de respuesta personal a los mensajes y sometidos a la potente influencia de los medios. Alonso (1999)

Por otro lado Wolf (1987) plantea que la teoría hipodérmica es una aproximación global al tema de los media, indiferente a la diversidad entre los distintos medios, que responde principalmente a la pregunta: ¿qué efecto producen los media en una sociedad de masas? El principal elemento de la teoría hipodérmica es en efecto la presencia explícita de una teoría de la sociedad de masas, mientras que en su vertiente comunicativa opera complementariamente una teoría psicológica de la acción. Wolf (1987)

Los ulteriores cambios en el desarrollo de la ciencia psicológica- disciplina científica predominante en estas primeras teorizaciones- y el desarrollo de la Sociología Empírica, determinarían el sustancial desplazamiento teórico que significó el tránsito del interés por el emisor a la preocupación por la audiencia.

Las nuevas concepciones del receptor (Psicología de los Efectos) considerarían una audiencia diferenciada según variables sociopsicológicas y selectiva en su

exposición a los medios, quedando así descartada la imagen de un público homogéneo y aislado.

Otra corriente teórica (Estudios empíricos sobre el terreno) enfatizaría en la importancia de los intercambios personales y el papel de los líderes de opinión en la influencia de los medios. (Alonso, 1999)

Estas perspectivas iniciales conciben la influencia de los medios como fenómenos mensurables y los mensajes como estímulos aislados e indiferenciados (Jensen y Rosengren, s/f, citado en Alonso, 1999), estudian efectos puntuales en situaciones de “campaña” y se basan en investigaciones cuantitativas que utilizan la encuesta y el experimento como principales métodos de análisis.

El modelo de los Efectos ha tenido una sustancial transformación en la teoría de la comunicación, sufriendo importantes desplazamientos teóricos en la comprensión tanto de la acción de los medios como de la actividad de la audiencia.

Los nuevos enfoques como la Teoría del Cultivo, la Espiral del silencio o la Agenda-setting function se centran en la influencia de los medios en condiciones normales de funcionamiento y desde una perspectiva temporal diferente, tienen en cuenta las características individuales y sociales del público y se fundamentan en metodologías y marcos teóricos integrales y complejos.

Investigación sobre los Usos y gratificaciones

El enfoque inicialmente desarrollado por la Teoría Funcionalista y conocido como Hipótesis de los Usos y gratificaciones rechaza definitivamente la idea de la pasividad del receptor, destacando la relativa autonomía de la audiencia en el proceso comunicativo.

Esta corriente sustituye la pregunta ¿Qué le hacen los medios a las personas? por ¿Qué hacen las personas con los medios? y relaciona el consumo de los mensajes con la estructura de necesidades del destinatario, enfatizando en el hecho de que el mensaje es disfrutado, interpretado y adaptado al contexto subjetivo de experiencias, conocimientos y motivaciones de la audiencia; es decir, en esta perspectiva, la actividad del receptor “pasa a formar parte estable y decisiva del proceso comunicativo” (Wolf, 1987).

La aplicación de la Teoría Funcionalista a las investigaciones sobre los usos y gratificaciones se centra en la conducta individual y los motivos de los individuos para usar los medios de comunicación, intenta develar las razones por las que la audiencia presta atención a los medios en general y a algunos canales y mensajes en particular, qué satisfacciones esperan y reciben las personas de los medios y cómo aplican los contenidos que de ellos reciben.

La tradición de los usos y gratificaciones se interesa por la diversidad de necesidades y actividades interpretativas que distinguen a los miembros de la audiencia en función de sus características sociopsicológicas individuales.

Como resultado de las indagaciones con los públicos se formularon las principales funciones que los medios desempeñan: Información, Refuerzo de valores personales e identidad personal, Interacción social e integración y entretenimiento. (Alonso, 1999)

Con relación al modelo de efectos este enfoque utiliza técnicas más abiertas y naturales y menos estructuradas, como las entrevistas en profundidad y la observación participante (Jensen y Rosengren, 1997, citado en Alonso 1999).

La crítica más frecuente que desde el punto de vista teórico y práctico se le ha formulado a esta corriente es la ausencia del “examen de las grandes estructuras sociales y mediáticas que le sirven de contexto al uso individual de los medios” (Jensen y Rosengren, 1997, citado en Alonso 1999).

Como señala Orozco (1997), en la perspectiva de los Usos y Gratificaciones:

Se aislaba el tipo de efectos y nos quedábamos sin saber qué significa prender el televisor para entender el efecto posterior que puede tener eso con la persona que prendió el televisor, el momento de cambiar el canal, o el momento de apagar el televisor; qué significan las preferencias de la programación. Había una serie de preguntas muy interesantes pero que no correspondían a una priorización del efecto y se quedaban, entonces, en descubrir un aspecto muy parcial que luego no había forma de articularlo para dar una teorización más integral. Orozco (1997)

Por otra parte, esta corriente fue paulatinamente reemplazada por las nuevas orientaciones teóricas sobre la recepción, especialmente por el desplazamiento conceptual que significó el tránsito del interés en la selección de los mensajes por el público a la conceptualización de la actividad interpretativa y constructiva de la audiencia.

No obstante, Alonso (1999), manifiesta que al igual que la de los Efectos, esta perspectiva se ha ido autoperfeccionando a la luz de los más recientes y avanzados enfoques sobre los procesos de recepción. La creciente preocupación por el contexto en el que se inserta la actividad del receptor expresa algunos puntos de convergencia con la investigación crítica de audiencias.

La pertinencia metodológica del análisis de las gratificaciones según plantea Wolf, (1987) consiste en ser una de las aproximaciones complementarias al problema de lo que un programa significa para el propio público, pues a decir del propio autor el investigador puede preguntarle directamente a las personas lo que significa para ellas el programa (es decir, por qué lo escuchan) y sus respuestas pueden constituir un punto de partida para ulteriores investigaciones.

Las Teorías Literarias

El conjunto de Teorías de la Recepción desarrolladas en el seno de los Estudios Literarios muestra una gran complejidad y diversidad en lo que a fuentes y postulados teóricos se refiere.

Dentro de las más significativas corrientes en el estudio de la Recepción al interior de la Crítica Literaria se destacan especialmente:

- La “Estética de la Recepción”, en particular la Escuela de Constanza alemana (derivada de la Hermenéutica Literaria tradicional y representada por Wolfgang Iser y Hans Robert Jauss)
- La Semiótica Interpretativa de Umberto Eco
- El Dialoguismo del teórico ruso Mijail Bajtin y
- La Gramática Transformacional de Stanley Fish. (Alonso, 1999)

Entre las características más generales que definen a este conjunto de conceptualizaciones se encuentra en primera instancia su matriz científica de procedencia, bastante alejada de los estudios sociológicos, a diferencia de los

cuales se plantean como objeto de investigación, no tanto la indagación empírica de la lectura, sino la función de construcción y deconstrucción del texto que tiene lugar mediante la lectura como condición necesaria del funcionamiento del texto mismo (Eco, s/f)

La perspectiva de los Estudios Literarios agrupa variados enfoques “procedentes de diferentes disciplinas herederas de las Ciencias del Lenguaje que retoman en la actualidad una antigua preocupación por el destinatario o el lector” (Piccini, 1993, citado en Alonso 1999).

Estas corrientes teóricas se plantean el análisis del arte como un fenómeno de comunicación, integrado por los componentes tradicionales de todo proceso comunicativo: emisor (autor), mensaje (obra o texto artístico) y receptor o lector.

Su elemento constitutivo central es el desplazamiento del interés por el autor y la obra, a la preocupación por el lector y sus prácticas de consumo.

Un sintético análisis de los postulados sustantivos de estas teorías permite la valoración de sus aportes y limitaciones para la comprensión de los procesos interpretativos en la comunicación de masas.

La Semiótica de la Recepción de Eco tiene entre sus preocupaciones centrales el análisis de la relación entre el texto y el lector, interacción abordada partiendo de las nociones de Textos Abiertos y Textos Cerrados, así como de los conceptos de Lector y Autor modelo. (Alonso, 1999)

La Estética de la Recepción, –y especialmente la escuela de Constanza– por su parte, representa un cambio radical en el paradigma de los Estudios Literarios (Alonso, 1999).

Al igual que la Semiótica, esta perspectiva –desarrollada en el ámbito de la Hermenéutica Literaria– se caracteriza por la preocupación por el lector y el momento de la lectura.

Hans Robert Jauss, uno de sus principales representantes, estudia las condiciones de comprensión de la literatura a través de la reconstrucción del proceso histórico en el que los textos han sido interpretados por lectores de diferentes épocas. Un elemento de interés en esta conceptualización es la relación que establece entre el efecto social de la obra y el horizonte de expectativas de los

lectores históricamente situados. Para este autor, el significado de una obra es el resultado del encuentro entre el horizonte de expectativas (o código primario) implícito en la obra y el horizonte de expectativas que aporta el receptor. (Alonso, 1999).

Por su parte, la perspectiva de Mijail Batjin aborda la relación texto-lector de manera dialógica. Para el teórico ruso, el significado no reside únicamente en el texto ni en el contexto, sino en la relación instaurada entre ambos, históricamente constituida.

La Gramática transformacional de Stanley Fish enfatiza mucho más en la importancia del contexto de recepción en la interacción texto/lector. En tal sentido, los contextos más relevantes son las “comunidades interpretativas”, constituidas por receptores que comparten estrategias decodificadoras, las que, al ser previas al acto de lectura, lo condicionan y determinan.

Las teorías de la recepción desarrolladas dentro de los Estudios Literarios representan un enorme salto cualitativo con relación a los enfoques derivados de las escuelas norteamericanas.

Desde este enfoque se le otorga a la lectura un marcado carácter activo en tanto considera la participación del lector en la construcción de significados. Esto da al traste con un aporte esencial de esta perspectiva que a decir de Alonso (1999) es el sustancial desplazamiento que significa la conceptualización de la actividad de la audiencia no ya en términos de selectividad sino de interpretación y construcción de sentidos.

En síntesis a lo que (Alonso, 1999) se refiere es a lo que la estructura de los textos literarios les hace a los lectores más que a lo que los lectores hacen con la literatura.

Enfoque de los Estudios Culturales

El enfoque culturalista británico aborda los medios de comunicación y sus públicos en los marcos de prácticas sociales y culturales más amplias, redefiniendo el concepto de cultura, la que, eje central de esta perspectiva, es

comprendida como un proceso de producción de sentido (Jensen y Rosengren, 1997, citado en Alonso 1999)

Desde el punto de vista de la recepción, el aspecto teórico central es el análisis del papel que las diversas prácticas culturales de la audiencia desempeñan en la producción social de sentido a partir de los medios de comunicación.

Los Estudios Culturales abordan la articulación de los públicos con el contexto social, económico y político en el que se inscribe su acción, concibiendo a la recepción en tanto proceso activo e interpretativo. Si bien los significados que de los textos mediáticos elaboran los diferentes receptores son susceptibles de variadas lecturas, estos sentidos no son ilimitados sino que están constreñidos por los códigos culturales aceptados en la sociedad.

Aun cuando los mensajes de los medios son portadores de determinadas lecturas preferenciales, de acuerdo a los códigos dominantes que en su elaboración intervienen, la actividad decodificadora está influida por las condiciones materiales y sociales de los diversos lectores.

En esta perspectiva, los límites a la actividad interpretativa del público no provienen, como en la corriente anterior, del texto y el autor, sino del contexto más amplio en que el receptor se inscribe.

Un elemento de estos enfoques- y novedoso con relación a los anteriores paradigmas- es el vínculo de los procesos de recepción con las estructuras económicas y políticas de la sociedad. El enfoque de la recepción desarrollado en el seno de los Estudios Culturales tuvo una gran significación para las teorías actuales sobre este proceso, las que constituyen una continuidad y no una ruptura con dicha perspectiva.

Los relevantes aportes de esta corriente pueden sintetizarse en los criterios de Jensen y Rosengren, citado en Alonso (1999) quienes destacan que los análisis culturalistas son:

ricos en referencias al contexto social e histórico. Este contexto es presentado como un sistema social de prácticas diversas dotadas de un rol de mediación respecto de la circulación de la comunicación y de las interpretaciones que esta recibe. Estas prácticas están en sí mismas

relacionadas con la existencia de subculturas que remiten al sexo, a la clase o a la etnia. Por último, este sistema social permite la emergencia de estrategias interpretativas que se suponen aquí compartidas por individuos pertenecientes a grupos específicos, a públicos descritos en términos de comunidades de apropiación. El enfoque culturalista intenta así combinar una perspectiva centrada en los textos con una concepción socio-semiótica de la recepción.

Sin embargo, no han faltado críticas a la perspectiva de los estudios culturales. En tal sentido, Lull 1997, citado en Alonso 1999, considera que:

Aunque los Estudios Culturales han ofrecido una nueva e importante alternativa ante el conservadurismo de los estudios de sociología y comunicación basados en el funcionalismo, y ante el engañoso pesimismo de la economía política, se han convertido en una narrativa terminantemente circular y autocomplaciente y proclaman una veracidad política que mina poderosamente su integridad teórica.

La Investigación Crítica de audiencias y el Análisis de la Recepción

Constituyen el más reciente desarrollo teórico de los estudios de audiencia y representan, una continuidad conceptual con relación a los estudios culturales. Estos enfoques integran una gran variedad de fuentes teórico-metodológicas (desde el Interaccionismo Simbólico hasta el Psicoanálisis, desde la Estética de la Recepción hasta los Usos y Gratificaciones) y se distinguen por su carácter interdisciplinario y diversidad interior. Dentro de esta perspectiva Alonso (1999) en su estudio incluye:

El Análisis de la Recepción de Jensen, (1993), La Investigación Crítica de Murdock (1990), la Etnografía Crítica (Ang, 1993; Morley, 1996; Lull, 1992) y los Enfoques Latinoamericanos. Alonso (1999)

Entre los rasgos más generales de esta corriente pueden señalarse los siguientes:

- Parte del presupuesto de que el conocimiento de la interacción entre audiencia y medios requiere trascender la relación directa entre ambos para explorar la cultura y el contexto, tanto el específico de la recepción como el

de la audiencia; así como la combinación de intertextos que se ponen en juego, objetiva y subjetivamente, por ambas partes.

- Concibe a las audiencias como sujetos colectivos o segmentos estructurados de acuerdo a criterios culturales, económicos y políticos, situados históricamente, productores de significado y activos en su interacción con los medios y la creación de la cultura.
- Su objetivo es el de aprehender el proceso de recepción, antes de ver cómo este afecta los usos y los efectos de los contenidos mediáticos.
- Considera al público como agente de producción del sentido. La actividad interpretativa de los lectores es analizada con referencia al sistema sociocultural circundante, el cual se concibe como una configuración histórica de prácticas sociales, de contextos de uso y de comunidades de interpretación.
- La recepción no se circunscribe al contenido de lo transmitido-percibido, sino al contexto de su producción y recepción; así como a las mediaciones que intervienen en esa interacción. Se destacan en tal sentido: el sistema macrosocial, el entorno mediático institucional y el propio público.
- Desde el punto de vista metodológico se adopta la metodología cualitativa, explorándose el objeto de estudio a partir de técnicas antropológicas, etnográficas, culturales y sociológicas.
- Se basan en la importancia de los géneros (dentro de los elementos textuales), entendidos no sólo como conjuntos de reglas de producción discursiva sino definidos también como los modos en que los conjuntos de reglas se institucionalizan, se codifican y se hacen reconocibles, organizando la competencia comunicativa tanto de emisores como de destinatarios. (Alonso, 1999)

Jensen y Rosengren, 1997, citado en Alonso 1999, plantean que el análisis de la recepción parte de la integración de las tradiciones literaria y de las ciencias sociales, desarrolla un estudio tanto de los públicos como de los contenidos del mensaje a partir de datos cualitativos y empíricos y sostiene que las prácticas

culturales y la interpretación individual disponen de una relativa autonomía con relación a las estructuras económicas y políticas.

El objetivo principal de la Etnografía Crítica (Ang, 1993, Morley, 1996, citado en Alonso (1999) es, sin embargo, arribar a un conocimiento mucho más profundo e historizado, en el que la actividad de la audiencia se vincule, ante todo, a estructuras y procesos político-sociales. La actividad interpretativa de los lectores no es un objeto de investigación aislado ni aislable sino integrado a una red de prácticas y relaciones culturales en producción.

Sin embargo James Lull 1992 considera que los procesos de producción de sentidos que la audiencia elabora a partir de los textos mediáticos no son ni totalmente libres ni completamente uniformes: *“sus selecciones, interpretaciones y usos están íntimamente influenciados por sus relaciones domésticas, sus relaciones sociales más amplias y por los contextos culturales en los cuales las relaciones sociales están insertadas y en donde adquieren significado”* (Lull, 1992, citado en Alonso 1999).

Un aporte, a consideración de Alonso (1999), particularmente importante de este autor es la integración entre los aspectos micro y macro sociales en el estudio de los procesos de recepción, al considerar que los complejos y amplios dominios de la economía, la política y la cultura están articulados y reproducidos (pero a la vez transformados y trascendidos) en las prácticas rutinarias de la vida cotidiana. Las influencias ideológicas y las relaciones de poder contenidas en las macroestructuras sociales se intersectan siempre con las normas y relaciones de estatus de los ambientes locales.

La perspectiva latinoamericana.

Las Teorías sobre la Recepción desarrolladas en Latinoamérica ocupan un significativo lugar dentro de la reflexión internacional sobre el tema, alcanzando un reconocimiento que trasciende los marcos del continente.

El conjunto de enfoques sobre la recepción son diversos en sus énfasis teóricos, grado de conceptualización y niveles de aplicación empírica a los cuales diferentes autores han realizado su aporte.

Entre ellos podemos encontrar las propuestas teóricas de Jesús Martín Barbero que se encuentran dentro de las más fecundas y abarcadoras del continente. Este autor ha desempeñado un significativo papel en el desarrollo de novedosas concepciones sobre la comunicación y la cultura popular y de masas que han alcanzado rango de paradigmas.

En la teoría de Barbero, la conceptualización de los procesos de recepción y consumo ocupa un lugar central. Pues Barbero concibe la lectura como la actividad por medio de la cual los significados se organizan en un sentido, donde no hay sólo reproducción, sino producción también.

Como mediaciones importantes en el estudio de la recepción, este autor ubica a la familia, la temporalidad social y la competencia cultural, otorgando también a los géneros un significativo lugar en la cultura popular:

Los géneros son un dispositivo por excelencia de lo popular, ya que no son sólo modos de escritura, sino también de lectura: un lugar desde el que se lee y se mira, se descifra y comprende el sentido de un relato. Por ahí pasa una demarcación cultural importante, porque mientras el discurso culto estalla los géneros, es en lo popular-masivo donde estos siguen viviendo y cumpliendo su rol. (Martín Barbero, 1987).

El aporte principal de Barbero a estos estudios lo constituye sin dudas el reconocimiento de otras lógicas en los procesos de recepción, los cuales están determinadas por las etnias, las culturas regionales, locales y barriales que intervienen en dicho proceso.

Otros de los autores que estudió este campo de la comunicación es Orozco que partiendo también de la comprensión de los estrechos vínculos que entre comunicación y cultura existen, hizo énfasis en un enfoque propiamente comunicológico (Investigación Crítica de Audiencias) que de la perspectiva de los Estudios Culturales, centrando su análisis en la interacción de los receptores con la televisión y específicamente en las estrategias y las prácticas comunicativas que los receptores ponen en juego. La perspectiva de Orozco ha sufrido variaciones a lo largo de los años, transformándose a partir de los datos empíricos obtenidos y de la madurez teórica del investigador.

Desde hace algunos años según plantea Alonso (1999), este autor se ha orientado al estudio de la múltiple dimensión de la interacción de la audiencia con los medios, de la cual una de ellas es la simbólica, pero en la que intervienen otros condicionamientos provenientes del propio receptor y del lenguaje televisivo.

La perspectiva de Orozco parte de los siguientes postulados básicos:

- La recepción es un proceso, no un momento.
- No es lineal, inequívoco, transparente, ni se reduce a lo que sucede durante el contacto directo con los medios y mensajes.
- Es un proceso sumamente complejo, en el que intervienen múltiples condicionamientos situacionales, culturales, estructurales, racionales y emotivos.
- La identidad de la audiencia se da en términos relacionales, no esenciales.
- Existe una importante diferenciación entre los medios, que condiciona los procesos de interpretación. Diferentes modalidades tecnológicas implican diferentes modalidades de recepción en función de los usos potenciales que conllevan. (Alonso, 1999)

Orozco hace explícita una interesante concepción de la audiencia, aunque no siempre esta se expresa coherentemente en su modelo, abordándola como:

...multisegmentada según clase social, edad, sexo, etnia o región, y según otros muchos criterios y condicionamientos situacionales, contextuales y estructurales. Por tanto, una audiencia muy heterogénea, a la vez que contradictoria; una audiencia objeto y sujeto de mediaciones de diverso tipo, con distintos condicionamientos y grados de poder y de acceso al bienestar, a la cultura. Una audiencia con historia y con memoria individual y colectiva...

La perspectiva de la mediación múltiple de Orozco es, la más desarrollada propuesta de operacionalización de las teorías latinoamericanas de la recepción, al permitir enlazar las reflexiones más abstractas con los receptores reales a través de estudios empíricos, lo cual explica la gran cantidad de análisis que en el continente ha inspirado este enfoque.

El principal aporte del modelo es, así, la integración que permite entre los niveles teórico y empírico del conocimiento, lo que a su vez constituye uno de los

mayores retos metodológicos de la investigación social. Además, otro de los aportes que de este autor se podría señalar es su énfasis en los factores socioculturales que intervienen en el proceso de recepción.

Otra de las propuestas latinoamericanas significativas en los estudios cualitativos de audiencia es el enfoque cultural de la Recepción Activa del investigador chileno Valerio Fuenzalida, que a diferencia de Orozco enfatiza en los aspectos emocionales, afectivos, del vínculo de los auditorios con la televisión.

Para el investigador chileno la recepción es un proceso constructivista, dialéctico y conflictivo, acercándose en gran medida a las concepciones de Orozco

La perspectiva de Fuenzalida, aunque menos estructurada, se complementa con la de Orozco, al enfatizar en los elementos afectivos y emocionales que intervienen también en el proceso de recepción. Desde el punto de vista de la apropiación melodramática en particular, Fuenzalida ofrece la validación empírica de la hipótesis del reconocimiento desarrollada por Jesús Martín Barbero para explicar el impacto del género en Latinoamérica, lo que constituye un indudable aporte (Alonso, 1999).

Aunque los análisis del presente autor toman como referente a la televisión, las ideas que en él se plantean son igualmente aplicables y entendibles en la radio porque se trata y se habla de la audiencia y el receptor en el mismo sentido.

A consideración de Alonso (1999) otro de los enfoques latinoamericanos significativos en el estudio de la recepción es la perspectiva de los Frentes Culturales desarrollada por Jorge González en la Universidad de Colima, que tiene como eje central el estudio de las culturas populares.

Para explicar la dimensión subjetiva de la cultura, este autor retoma la noción bourdiana de habitus o capital cultural incorporado, categoría que aplica al terreno de la recepción en la comunicación de masas, desarrollando a su vez el interesante concepto de modo de construcción y reinterpretación semiótica que hace referencia a la manera en que los receptores socialmente situados participan del proceso de construcción y reinterpretación selectiva de la ideología que difunden los medios.

Como puede extraerse del panorama ofrecido, las teorías y enfoques actuales de la Recepción muestran una gran riqueza y diversidad, y aunque en sus rasgos principales exhiben ante todo coincidencias, presentan también algunas diferencias sustanciales, dadas esencialmente en:

- La mayor o menor preeminencia que en la estructuración de las audiencias otorgan a los factores macrosociales, económicos y a las clases sociales.
- El nivel más o menos teórico o empírico en que se desarrollan.
- Las fuentes teórico-metodológicas de que se nutren.
- Las categorías empleadas para la integración de los procesos macro y microsociales.
- El modo de entender las mediaciones que en el proceso de recepción intervienen (Alonso, 1999).

En los últimos años, resume Alonso (1999), las tendencias que se observan en los estudios de recepción en América Latina son, por una parte, el creciente interés por vincular, prioritaria y explícitamente, la interacción de las audiencias, con algunos géneros programáticos televisivos específicos, como los noticiosos (informativos), las telenovelas y los “talk shows”, que han adquirido una considerable popularidad entre las teleaudiencias latinoamericanas.

El desarrollo de la producción y la distribución mediática en las condiciones de la globalización ha revitalizado el interés de los investigadores latinoamericanos por entender su impacto en la oferta televisiva, en su circulación y la recepción entre las audiencias, (Lozano, 1996, citado en Alonso 1999).

Al mismo tiempo la propia autora plantea que los enfoques latinoamericanos desarrollan un paradigma de análisis cultural autóctono, que ubica al receptor de manera dinámica en la compleja red de mediaciones y en el contexto concreto, históricamente situado, en que desarrolla su acción, ofreciendo una comprensión de la cultura popular sumamente rica, dialéctica e historizada.

Siguiendo esa misma línea se podría decir que se traslada el interés existente hasta el momento por las condiciones de recepción al interés por los complejos procesos culturales de los cuales las audiencias son participantes activos.

En tal sentido la trayectoria recorrida por los estudios de recepción ha permitido avanzar en la conceptualización de las audiencias y realizar un conjunto de investigaciones empíricas que constituyen aportaciones serias y que ubican al campo de la recepción en un importante lugar dentro de la teoría de la comunicación de masas. Estos enfoques destacan la complejidad del fenómeno de la recepción y se alejan de rígidos determinismos o reduccionismos.

Sin embargo, los estudios latinoamericanos han asumido en los últimos años la reflexión crítica sobre su propio estatuto y han marcado algunos giros teórico-metodológicos. Sergio Caletti 1992, citado en Alonso 1999, por ejemplo, ha realizado críticas epistemológicas y políticas al enfoque de la recepción activa, señalando que resulta necesario dar un nuevo salto, más allá de lo que proponen las categorías mismas de recepción o consumo. Este autor destaca la idea de que la “recepción ya no alcanza” y propone la integración de sus fundamentos teóricos con otras perspectivas que permitan su mejor articulación.

Otros autores como Orozco 2000, citado en Alonso 1999, han señalado cómo, a pesar de la vocación transdisciplinaria de los Estudios de Recepción, aún es incompleta la integración de las diferentes dimensiones, como son la tecnológica, la psicológica y la económica, en estas investigaciones.

De igual forma, como han subrayado Alejandro Grimson y Mirta Varela en Alonso 1999, se hace necesaria una mirada renovadora y crítica de los modos en que ha sido problematizada la relación de las audiencias con los medios, por lo que *“el debate constituye aún un espacio abierto donde la necesidad de nuevas investigaciones se combina con la urgencia por recuperar una mirada política para el análisis de la relación entre medios y sociedad”*.

1.3 La investigación en comunicación: un reto en la radio cubana actual

La autorreflexión teórica en América Latina debería indagar sobre la misma práctica de investigación en comunicación realizada desde la academia para poder sistematizar los avances. Según plantea Fuentes (1998) esta autorreflexión teórica debería indagar igualmente en las limitaciones y las perspectivas del pensamiento científico regional en el campo de las Ciencias de la Comunicación,

lo cual podría ayudar a configurar la especificidad teórica- metodológica y los aportes que ha realizado dicha investigación al campo científico y social.

La Comunicación Social en los medios de difusión ha ido ganando espacio en la actualidad. En tal sentido la interpretación y utilización del resultado de las investigaciones sociales debiera ser una herramienta fundamental en los conocimientos de los públicos y en cómo proyectar los productos comunicativos con mayor precisión y calidad.

La radio en la actualidad se enfrenta a varios retos y la gran mayoría de estos asociados a la irrupción de la nueva tecnología digital en el campo de la informática, producción y transmisión del producto radiofónico. Según expresa Pérez (2009) este es un cambio que permite que el mensaje de lo que se pretende comunicar deje de ser doméstico para convertirse en universal, al disponer de una diversidad de público superior a la que tradicionalmente se conocía o suponía fueran de interés.

Lo anterior sugiere la existencia de una tecnología que como expresión del desarrollo ha estado dando señales de cambios que imponen nuevas formas de comunicación radial. Para ello también se hace necesario el estudio de los potenciales receptores y lo que se recibe en cada región es de suma prioridad a la hora de realizar cambios.

La radio de hoy demanda una mayor creatividad y acercamiento a sus públicos, interactuar con estos a favor de sus contenidos que a decir de Pérez (2009) exige un superior dominio de la técnica digital y de la disposición por parte de sus actores en función de la producción y comunicación de los mensajes que define para sus oyentes.

Lo anteriormente planteado representa en sí mismo otro de los retos de la radio: la calificación y recalificación constante de sus trabajadores. Hecho que debería ser realizado en cada uno de los departamentos que la conforman, la cual debe estar dirigida al logro del estudio y dominio de sus trabajadores en cada una de sus especialidades, que concluiría finalmente con el beneficio de un producto fiel a las demandas de la audiencia y en concordancia con los objetivos de la radio revolucionaria.

Los profesionales de la rama de la investigación no se encuentran fuera de ello, las características de la era actual le exigen cada vez más una mayor preparación para enfrentar las investigaciones que llevan a cabo y le demandan también más investigaciones, ya que los contextos son cada vez más diversos, cambiantes y exigentes.

Sería conveniente entonces estudiar la estructura de las programaciones de radio que prevalece en las emisoras cubanas, siguiendo muy de cerca su perfil para ajustarlos cada vez más a estas; se debería valorar si las formas y tipos de programas de hoy requieren cambios o al menos una adecuación a los tiempos que se viven en la sociedad actual, cuando la competencia de los medios tradicionales es mayor y cuando los medios alternativos son cada vez más variados y presentes en los públicos.

Por tanto, estudiar la teoría de la comunicación, así como todas aquellas que estén relacionadas de una forma u otra con el trabajo de los medios, debe marcar hoy el quehacer de los profesionales que formen parte de la radio, no solo creadores y especialistas sino directivos también, en cada uno de los niveles, lo cual según plantea Pérez (2009) permitirá diseñar estrategias que admitan avanzar entre retos que impone el desarrollo tecnológico y teórico de todo tipo.

El mayor reto que presenta la radio cubana en la actualidad es el de ser portadora legítima de nuestra identidad, para ello requiere del estudio de un conglomerado de elementos y acciones que contribuyan a lograr dicho objetivo. En consonancia con lo anterior las investigaciones sociales, ya sean dirigidas a un público o programa determinados deben ser prioridad de las emisoras radiales, en donde a la investigación se le procure el poder y la importancia que ya posee, en otras palabras, en donde el resultado de las investigaciones se vea reflejado en los programas y no se realicen cambios en estos sin antes contar con los resultados investigativos.

En tal sentido Wolf (1987), admite que esta debería ir acompañada de la conciencia de que un sistema de medio cada vez más complejo necesita, para ser analizado adecuadamente en sus distintos aspectos de una teoría, es decir, un esquema de análisis y de interpretación.

Y es precisamente para este importante proceso que la investigación según plantea Saladrigas (2012), viene a jugar un papel significativo en la búsqueda consciente, organizada, estructurada y analítica de la información adquirida.

Las investigaciones sociales en el sistema ICRT deben tener un basamento teórico que sostenga la práctica de cada estudio, hecho que se logra esencialmente a través de las relaciones con la Carrera de Comunicación Social de las Facultades de Ciencias Sociales y Humanísticas de cada Universidad. Igualmente se debería alcanzar una relación más estrecha entre estas carreras y el Centro de Investigaciones Sociales del ICRT a través de la cual se logre el entrenamiento de los especialistas que protagonizan las prácticas investigativas, pues no todos los especialistas de los grupos metodológicos de la Radio poseen una formación académica en correspondencia con la labor a realizar.

La necesidad de los estudios teóricos ha sido reconocida por autores cubanos como Raúl Garcés (2006) quien desde su postura expone:

Es cierto que existe un medio de comunicación reconocible empíricamente tanto por sus características tecnológicas como por ciertos modos genéricos o más generalizados de operarlo. Pero las distintas prácticas profesionales que se generan alrededor de ese medio, las distintas prácticas académicas que se desarrollan y también los diferentes estudios a que da lugar nos obligan a reconocer que existen diferentes modos de pensar la radio. Diferentes miradas que obviamente no son casuales, sino que se derivan o son resultado de diferentes concepciones acerca de la comunicación y de los medios masivos. (Garcés, 2006, pág. 84)

Generalmente la capacidad de las personas que laboran en el medio según plantea Garcés (2006) se caracteriza por distinguir entre las diferentes finalidades ideológicas e institucionales que determinan modos de gestión y producción radiofónicas diferentes y hasta contrapuestas. En tal sentido plantea una distinción entre intencionalidad lucrativa de la educativa, de la propagandística, en la que por consecuencia, se llega a hablar de radios comerciales, culturales (sean estatales o privadas), populares. Además reconoce la distinción de algunas finalidades

comunicativas que conllevan a clasificar las propuestas radiofónicas en función de sus contenidos predominantes, por lo cual se puede llegar a hablar de emisoras informativas, musicales y de entretenimiento.

Raúl Garcés (2006) reconoce en sus estudios que existe un escaso cuestionamiento acerca de los supuestos teóricos que nutren las diferencias entre unos y otros:

Dejamos esa interrogación para otros cursos: los de Teoría de la Comunicación, los de Sociología, Psicología, Semiótica. Creo que en términos generales, esta dimensión teórica de la radio no está presente en nuestras propuestas académicas porque tampoco lo está en nuestro modo de abordar el medio (Garcés 2006, pág. 84-85).

A lo que Garcés (2006) hace referencia es a las diversas concepciones que pueden registrarse en los estudios sobre la radio y aunque de cierto modo reconoce la presencia de un basamento teórico que sustenta el quehacer comunicológico visto por él mismo autor desde diferentes perspectivas, también refleja desde su postura que actualmente el medio carece de prácticas investigativas que profundicen en cuanto el tema, y que de forma crítica asuman las mismas a la vez que reconozcan la teoría.

En tal sentido el propio autor expresa que para ello se podría hacer un recorrido por diversas teorías e incluso hacerlo históricamente, por lo que plantea la existencia de una amplia bibliografía en ese sentido, tanto de origen latinoamericano como europeo, que a decir del propio autor resulta útil para profundizar la comunicación desde los trabajos de diversos autores como Martín Barbero, Armand y Michele Mattelart, Mauro Wolf, entre otros.

Actualmente se adolece en cuanto a estudios en los medios y en específico de la radio que tomen en cuenta ese basamento teórico que tanto puede enriquecer al proceso investigativo. En tal sentido Garcés (2006) expresó:

...que como objeto de estudios la radio no recibió la misma atención desde el campo comercial y difusionista y desde el campo crítico. En los dos primeros casos la radio fue un medio privilegiado desde su creación y por lo menos hasta la década del 60, cuando el auge de la televisión

en un caso y el fracaso de las estrategias difusionistas en el otro, van a opacarla como centro de las preocupaciones de investigadores y planificadores. En cambio casi desde sus inicios, los estudios críticos que se realizan en América Latina justamente a partir de los años 60, desatendieron la radio (Garcés, 2006, pág. 85).

Al analizar lo planteado por Garcés es importante considerar que la investigación en la Radio tiene que hacer uso de la Teoría de la Comunicación. En su obra “Programas de Radio”, Garcés plantea pensar en una investigación que parta de los supuestos teóricos que desde las diferentes perspectivas él mismo señala, en tanto menciona a una serie de autores vinculados a este campo.

La programación de la Radio debe estar en correspondencia con su misión, visión así como todas las funciones que cumplen los programas que conforman los listados de las programaciones. Si importante es conocer y tener en cuenta a la audiencia también lo es estudiar al emisor desde el cumplimiento de su ficha técnica hasta la correspondencia de los temas tratados así como su correspondencia con el estudio del entorno realizado en cada emisora, lo que permitirá que se produzca una programación que se convierta en el espejo donde los destinatarios se vean reflejados, cuestión fundamental que deben cumplir las emisoras municipales y provinciales, siendo ventanas abiertas al mundo las emisoras nacionales.

En tal sentido López (2000) le otorga a la programación un papel preponderante al definirla como el diálogo que la radio establece con el público, y al considerar la importancia que poseen los mensajes que emite para relacionarse con la audiencia. Para este autor:

La programación viene siendo la solicitud que hace una radio determinada buscando un público determinado....conocer los hábitos de la audiencia nos permite situar con buen tino los programas. Por lo que la programación se piensa y estructura a partir de los hábitos de vida que posee el receptor. Diseñar una programación pensada únicamente desde nuestros objetivos está destinada al fracaso. Una programación condescendiente, armada solamente desde los gustos

del oyente, cosecha un hecho tan fácil como voluble. (López, 2000, pág. 75)

Por tanto, la programación de la radio debe caracterizarse tanto por la variedad de tipos de programas, formas, temas y destinatarios, esta variedad permite realizar estudios que no solo contemplen los estudios generales de audiencia sino profundizar en aquellos destinatarios específicos.

Pensar la investigación desde la Radio tiene que comprometer tanto a especialistas como a directivos a una superación constante que conlleve la necesidad del medio a utilizar la científicidad de la universidad en función de buscar los basamentos teóricos y metodológico de cada tema que se estudie, logrando la seriedad y credibilidad que se necesita para poder revertir dichos resultados en mejores programaciones que estén en total correspondencia entre lo que las líneas editoriales deben tratar y los intereses de la audiencia.

CAPÍTULO 2. **MARCO METODOLÓGICO.**

2.1 Contexto de Investigación

El sistema radial en Ciego de Ávila es rectorado por la emisora provincial Radio Surco que transmite 24 horas al día. Se encuentra ubicada en Chicho Valdés número 66 entre Maceo y H. Castillo, y está integrado por tres emisoras municipales; Radio Morón, la Voz de la Parranda en Chambas y Radio Amanecer en 1ro de Enero (Violeta).

Es necesario destacar que en sus inicios la emisora provincial ostentaba el nombre Radio Cuba, la cual salió al aire el 10 de octubre de 1952, hasta el mes de septiembre de 1969, fecha en que por consenso popular se le puso Radio Surco, debido a su participación en apoyo a las labores agrícolas de este territorio. Desde entonces la emisora provincial “Radio Surco” goza de una rica y extensa labor radial llena de reconocimientos, tanto así que Ciego de Ávila por acuerdo de la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC) y el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), en la efeméride por el Día del Locutor, en el 2003 se declara a Ciego de Ávila, Capital de la Locución Cubana entre otras razones por constituir una cantera de excepcionales locutores que laboran dentro y fuera de la provincia. Toda programación radial o televisiva en nuestro contexto tiene que ser coherente con los requerimientos generales que sustentan su desarrollo, ejecución y control, en aras de ofrecer una imagen que sea representativa de los intereses básicos del Partido, el Estado y la nación cubana en general. Por tanto, estando en consonancia con lo antes expuesto es que figura entre los objetivos de la emisora la producción de una programación que contribuya con los logros de la Revolución Cubana, así como con el desarrollo alcanzado por nuestra provincia. Encontramos también entre los objetivos de la emisora el dar tratamiento al talento local de la provincia a través de su programación, así como el trabajo en los programas para orientar y crear valores en los niños, adolescentes y jóvenes acorde a nuestros patrones éticos y estéticos del socialismo, además de inculcar en todo el cuidado y protección de nuestro Medio Ambiente.

En tal sentido, la Política de Programación del ICRT es restrictiva en sí misma al establecer los límites que deben tenerse en cuenta para que, el producto transmitido, no deteriore la formación de las nuevas generaciones con patrones de conducta no deseados, o influya negativamente en el disfrute colectivo en el contexto del hogar.

La Emisora Provincial Radio Surco así como el resto de las emisoras municipales se encuentran subordinadas a dicho instituto y en su diseño incluye diversidad de programas en cuanto a formas, temas y destinatarios diferentes atendiendo a las particularidades de cada territorio. Los programas informativos incluyen radio revistas, noticiero (incluye estudiantil y deportivo), boletines, resumen semanal, mesa redonda, debate y programa de género.

Los musicales incluyen discoteca, radio revista de perfil musical, música y poesía, monotemáticos, que abarcan la música cubana, incluyendo (campesina, boleros) mexicana, instrumental, del recuerdo, extranjera (fundamentalmente latinoamericana y caribeña), especializados, de intérpretes de la provincia así como los dedicados a los niños.

Los programas y radio revistas de variedades incluyen diferentes temas priorizados y abordan intereses de destinatarios como adolescente, jóvenes, mujer y familia, etc. Otros destinatarios presente con sistematicidad son los campesinos y los hombres del mar.

La *misión* de la radio en la provincia es la de producir y transmitir programas de radio para informar, entretener y educar a la población teniendo en cuenta sus gustos y preferencias. Tiene como *visión* continuar perfeccionando la creación, producción y transmisión de programas de radio, elevando la calidad de cada proceso que interviene en la preparación del programa, además de elevar el nivel cultural y técnico de los trabajadores, enfatizando en el manejo de nuevas tecnologías que se introduce en la radio, en tanto busca perfeccionar las formas y vías de las investigaciones como proceso de retroalimentación a partir de

enriquecer los programas con las opiniones y criterios de la población.(Entorno “Radio Surco”, actualización 2013)

2.2 La alternativa cualitativa como perspectiva metodológica

Para la realización del presente estudio fue seleccionada como alternativa de investigación la cualitativa. A decir de Álvarez (1997) esta alternativa es más abierta y flexible y permite un mayor entendimiento de los significados y experiencias, por lo cual resulta ser la más adecuada debido al carácter interpretativo de la presente investigación, encaminada a la comprensión de su objeto de estudio analizando el desarrollo de los sucesos en su ambiente natural.

En sentido amplio Rodríguez (1996) considera que la investigación cualitativa es aquella que produce datos descriptivos que pueden ser las propias palabras de las personas ya sean habladas o escritas, en donde una de las tareas fundamentales del investigador como principal instrumento de recogida de la información es la de explicar las formas en que las personas en situaciones particulares comprenden, narran, actúan y manejan sus situaciones cotidianas.

El presente estudio asume como alternativa metodológica la cualitativa porque a decir de Rodríguez (1996) permite a los investigadores sacar el sentido o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. Además, el propio autor indica que esta alternativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales que permitan describir la rutina, las situaciones problemáticas y los significados e la vida de las personas.

En correspondencia con la alternativa y objetivos de la investigación es que la misma representa un estudio descriptivo que pretende caracterizar los principales modelos teóricos asumidos por las prácticas de investigación de audiencia en el escenario radiofónico avileño.

2.3 Método de investigación

Teniendo en cuenta los objetivos, el alcance y las características del escenario de investigación se considera pertinente asumir como diseño metodológico el estudio de caso, pues a decir de Yin (1994) constituye un tipo de investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real, en la que los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente visibles, y en la que se utilizan distintas fuentes de evidencia.

Por tanto, con el objetivo de mostrar una relación completa y exacta de la realidad, es que se asume el estudio de caso en el presente estudio como método de investigación, que a decir de Cabrera Suárez, 1998; Bonache Pérez, 1999, citado en Yin 1994) consiste en un tipo de estudio en el que bajo ningún concepto se deben alterar los datos, razón por la cual según plantean los autores el investigador debe realizar un esfuerzo adicional para presentar fielmente toda la evidencia disponible.

Según plantea Stake (1995) existen tres modalidades en las que se puede clasificar el estudio de caso: el *estudio intrínseco de casos*, el *estudio instrumental de casos* y el *estudio colectivo de casos*. El interés del *estudio colectivo de autores* se centra en indagar un fenómeno, población o condición general a partir del estudio intensivo de varios casos. El investigador elige varios casos de situaciones extremas de un contexto de objeto de estudio. Al maximizar sus diferencias, se hace que afloren las dimensiones del problema de forma clara. Este tipo de *selección* se llama *múltiple*: se trata de buscar casos muy diferentes en su análisis pero que al menos al principio sean relevantes.

Al referirse al estudio de casos múltiple Gregorio (1995) plantea que el interés se centra en la indagación de un fenómeno, población o condición general. En concordancia con lo planteado por Gregorio el interés del presente estudio no se ciñe a un caso en concreto, sino en un determinado número de casos conjuntamente. Quiere decir que no se trata del estudio de un colectivo, sino del estudio intensivo de varios casos, tal y como se muestra en la presente investigación. Se empleó por tanto la utilización de varios casos únicos a la vez

para el estudio de una realidad que luego de ser explorada, se describió tal y como se comportó en su ambiente natural

2.4 Categorías y subcategorías de análisis

Esta investigación consta de dos categorías de análisis: *prácticas de investigación de audiencia y modelos teóricos*.

La adopción de estas dos categorías parte del hecho de considerarse oportuno darle seguimiento a una de las recomendaciones principales de Machado (2013) en su Trabajo de Diploma relacionada con la necesidad de ampliar el alcance de su estudio a fin de describir el objeto de investigación a nivel territorial y nacional, en este caso se ajusta al territorio avileño.

A continuación se explicitan sus definiciones teóricas y sus correspondientes subcategorías de análisis.

1. Prácticas de investigación de audiencia

Definición conceptual: Todo tipo de investigación que implique un componente empírico cuyos resultados determinen la relación de la emisora con la audiencia. Machado (2013).

Subcategorías de análisis:

1. Prácticas de investigación de audiencia

1.1. Características de investigaciones de las que se provee la institución.

1.1.1. Tipos de investigación

1.1.1.1. Investigaciones de audiencias

1.1.1.2. Trabajos de Diploma

1.1.1.3. Sondeos de opinión

1.1.1.4. Encuestas aplicadas a un programa específico.

1.1.2. Principales motivaciones y problemáticas susceptibles de investigación.

1.2. Periodicidad o regularidad con que se realizan las prácticas de investigación de audiencia.

1.2.1. Semanal

1.2.2. Mensual

1.2.3. Trimestral

1.2.4. Semestral

1.2.5. Anual

1.3. Alcance

1.3.1. Provincial

1.3.2. Municipal

1.3.3. Local.

1.4. Instituciones generadoras (instituciones que conciben, desarrollan o ejecutan la investigación)

1.4.1. Institucionales (se generan en la emisora)

1.4.2. Extra - institucionales (desde otra organización)

1.5. Objetivos de las investigaciones

1.6. Incidencia de las investigaciones en el rediseño de la tira programática:
utilidad de las investigaciones en el trabajo radial.

2. Modelos Teóricos

Definición conceptual: Conjuntos de proposiciones, hipótesis de investigación y modelos de comunicación mediática que constituyen enfoques teórico-metodológicos que integran las características del receptor en el proceso de consumo. Machado (2013)

Subcategorías de análisis:

2. Modelos teóricos

2.1. Rasgos de cada modelo

2.1.1. Concepto de audiencia

2.1.2. Concepción de la relación medio-audiencia

2.1.3. Metodología empleada (cuantitativa o cualitativa)

2.1.4. Fines

2.1.5. Variables e indicadores o categorías y subcategorías de análisis

2.1.6. Métodos y técnicas de investigación utilizadas

2.1.7. Principales resultados

2.1.8. Importancia atribuida a la investigación de audiencia

2.2. Clasificación de los modelos

2.2.1. Modelo de los efectos

2.2.2. Investigación sobre usos y gratificaciones

2.2.3. Teorías literarias

2.2.4. Enfoque de los estudios culturales

2.2.5. Investigación crítica de audiencia

2.5 Selección de muestra

La literatura gris (también denominada como literatura no convencional, literatura semipublicada o literatura invisible) es cualquier tipo de documento que no se difunde por los canales ordinarios de publicación comercial, y que por tanto plantea problemas de acceso.

Posee las siguientes características:

- Su producción es limitada, generalmente son tiradas de pocos ejemplares que no tienen el aspecto de las ediciones tradicionales.
 - Su contenido está dirigido a un público especializado y suele ofrecer información de último momento.
 - Su difusión suele ser limitada, sin publicidad, con una distribución parcial.
- (García s/f)

Según la definición de la Universidad Carlos III de Madrid, se denomina literatura gris al "conjunto de documentos, de muy diversa tipología, que no son editados o que se publican pero distribuyen a través de canales poco convencionales (tesis doctorales, actas de congresos, informes de investigación, memorias, proyectos, patentes, normas, traducciones científicas, etc.), por lo que suelen plantear problemas especiales para conocerlos y localizarlos". (García s/f)

En tal sentido la propia autora en su Manual básico de Literatura Gris argumenta que con las nuevas tecnologías, la literatura gris tradicional ha sido superada, de manera que hoy hablamos de documentación gris o de información gris como formas evolucionadas de la literatura no convencional.

En la presente investigación se utilizaron dos tipos de muestreo. En un primer momento se empleó una muestra gris que permitió seleccionar las investigaciones de audiencia disponibles en el sistema radial avileño en el período de 2008 -2013.

A partir de un levantamiento de todas las prácticas investigativas en dicho período, las mismas se agruparon por emisoras, estructurándola en estratos temáticos de

acuerdo con su tipología y finalidad. A juicio de la investigadora, se trabaja con todo el universo disponible, el cual asciende a 75 investigaciones.

El otro tipo de muestreo que se empleó fue el de los informantes claves a los cuales se les aplicó una entrevista con el fin de profundizar en los modelos teóricos, características, concepciones e indicadores teórico-metodológicos que manejan las personas que se encuentran vinculadas y que promueven las prácticas de investigación de audiencias en las emisoras radiales de la provincia. Estos informantes se eligieron a partir de criterios muy puntuales que a continuación se explicitan:

- Representantes de los grupos metodológicos de cada uno de los casos de estudio o emisoras radiales.
- Reconocida labor en el ejercicio de la investigación de audiencia en la emisora
- Disposición para colaborar con la investigación.

2.6 Técnicas de recogida de información

2.6.1 Investigación bibliográfica documental

A decir de Alonso y Saladrigas (2000), un documento, en sentido amplio, es cualquier objeto físico que constituya el registro de algún conocimiento, y pueden ser: escritos, audiovisuales, arquitectónicos, etc.

La investigación documentales siempre empleada en la investigación científica porque como plantean Alonso y Saladrigas (2000) consta de varios pasos o etapas de la investigación documental que enriquecen el proceso, los mismos son la selección, evaluación y definición del tema; la confección de la guía temática; la recopilación y evaluación de fuentes; la recogida de información; el análisis e interpretación de los datos; y la elaboración y redacción del informe de investigación.

En la presente investigación permitió la consulta de la bibliografía necesaria para confeccionar el capítulo teórico y con ello extraer lo esencial de cada modelo teórico que caracterizan a las diferentes prácticas de investigación de audiencias en cada una de las emisoras de la provincia. Además esta técnica contribuyó a la elaboración del capítulo metodológico.

2.6.2 Revisión de documentos oficiales

El análisis de documentos fue una de las técnicas utilizadas en la investigación. Consiste en el estudio de materiales escritos o gráficos, oficiales y personales, portadores de datos de interés para el investigador. (Caballero, 2004, citado en Cejas 2013).

La utilización de la técnica en el presente estudio tuvo como propósito fundamental identificar las pautas institucionales que en el orden teórico-metodológico se establecen en los documentos consultados para luego contrastarlo con los resultados de la información obtenida. (Ver anexo 2: Guía para el análisis de documentos oficiales).

En esta técnica la función principal del investigador es la de describir, se basa para ello en el análisis de documentos apoyado por una guía temática previamente elaborada. Los documentos revisados en la presente investigación son los siguientes:

- Estudio de Entorno de Radio Surco 2013
- Manual de Calidad de Radio Surco
- Manual del Encuestador
- Manual para el desarrollo de la actividad investigativa para los medios de comunicación audiovisuales emitido por el Centro de Investigaciones Sociales (CIS)
- Metodología para conformar el espectro de programación Radio-Televisiva en un territorio
- Misión y Visión. Dirección Provincial Radio Surco
- Política de la Calidad

- Política de programación del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT)
- Resolución No.29-2006
- Resolución No.53-2009
- Resolución No.47-2010
- Resolución No.51-2013
- Caracterización realizada a la emisora “Radio Surco” con motivo del XX Congreso del PCC de la CTC.

2.6.3 Análisis de contenido

Kerlinger 1986, citado en Alonso y Saladrigas, 2000, lo considera un método de investigación que se dedica a la descripción objetiva y sistemática del contenido manifiesto de la comunicación objetiva, porque las categorías utilizadas deben ser precisas. Sistemática, porque el contenido debe analizarse de acuerdo con un plan predeterminado y sin prejuicios, analizándose todo el contenido.

Esta técnica fue de mucha utilidad para la investigación porque facilitó el proceso de caracterización de las particularidades y rasgos teórico-metodológicos a los que se ajustan las diferentes investigaciones de audiencia en el sistema radial avileño. Las unidades de análisis estudiadas están comprendidas en las prácticas de investigaciones de audiencias realizadas en las emisoras avileñas en el período 2008-2013 a los que la investigadora pudo acceder.

El análisis de contenido aplicado a estas unidades de análisis apoyado en las diferentes categorías y subcategorías de análisis permitió la identificación de los modelos teóricos presentes en las prácticas de investigación de audiencia del sistema radial avileño. (Ver anexo 3: Guía para el análisis de contenido aplicado a las prácticas de investigación de audiencia radiofónica).

2.6.4 Entrevista

La entrevista es una técnica para la recopilación de información que, según Alonso y Saladrigas (2007) tiene como característica distintiva el hecho de que el investigador se enfrenta directamente a los individuos con el fin de obtener

información verbal, generalmente en forma de respuestas a preguntas concretas o estímulos indirectos, con el objetivo o finalidad de obtener de los individuos entrevistados información sobre sí mismos, sobre otros individuos o sobre hechos que le conciernen.

La entrevista es una técnica que obtiene información de forma amplia y abierta, en dependencia de la relación entrevistador-entrevistado. Esto hace necesario que, en primer lugar, el entrevistador tenga con anterioridad bien claro los objetivos que se propone con la entrevista, así como los acápites mediante los cuales obtendrá información del sujeto entrevistado; y en segundo lugar, deberá ejecutar con precisión y dinámica la conducción de la entrevista propiciando un clima de franca sinceridad y cordialidad.

Por tanto se puede afirmar que las entrevistas representan una significativa fuente de información en la investigación científica ya que a través de la comunicación cara a cara permite al entrevistador permearse de valiosas informaciones. En la presente investigación posibilitó la corroboración de la información obtenida del resto de las técnicas empleadas.

Las entrevistas según (Grinnell, 1997, citado Hernández, Fernández y Baptista, 2006) se clasifican en de acuerdo con su grado de estandarización en: estructuradas, semiestructurada o no estructuradas o abiertas. En la presente investigación se empleó una entrevista de tipo semiestructurada, que a decir del propio autor se basa en una guía de asuntos o preguntas y en donde el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados.

La entrevista aplicada a los informantes claves permitió un acercamiento a las variadas concepciones que poseen los entrevistados con respecto a las categorías de análisis estudiadas. Es decir, con la aplicación de esta técnica la investigadora pudo detectar de forma explícita y en algunos casos de forma implícita la relación que los entrevistados establecen entre modelos teóricos y prácticas de investigación de audiencia. (Ver anexo 4: Guía para la entrevista semiestructurada).

2.7 Procedimiento

El proceso de investigación está comprendido entre octubre 2013 y mayo 2014. Dicho proceso se desarrolló en tres fases fundamentales que aunque no se desplegaron de forma cronológica pueden ser ilustradas claramente como a continuación.

2.7.1 Fase preparatoria:

En esta fase luego de identificar el problema objeto de estudio una de las técnicas de recogida de información (revisión bibliográfica-documental) se convierte en la protagonista ya que lo principal es consultar y acceder a toda aquella bibliografía que permitió un preliminar acercamiento a los primeros núcleos teóricos que posteriormente dieron al traste con los principales modelos teóricos – metodológicos de la investigación en comunicación.

Luego la investigadora tuvo un primer acercamiento con el grupo directivo de la emisora Provincial “Radio Surco” a los cuales se les convocó a una reunión en la que se les explicó los objetivos del presente estudio y en la que cada uno de los miembros la aprobó al estar de acuerdo en colaborar con la misma dentro de sus posibilidades.

2.7.2 Fase de acceso al campo: recogida de datos.

En esta fase se procede con la indagación del fenómeno en cuestión tomando en cuenta cada una de las técnicas de recogida de información. Lo primero que se realiza es el análisis de los documentos oficiales con el fin de conocer más acerca de las características del escenario de investigación y con el objetivo de detectar las pautas institucionales presentes con respecto al desarrollo de las prácticas de investigación de audiencias en cada una de las emisoras.

Luego se solicitan las investigaciones realizadas en el período comprendido entre los años 2008-2013 y que se registran en cada una de las emisoras con el objetivo de determinar cuáles serán las unidades de análisis y posteriormente proceder con otra de las técnicas, el análisis de contenido.

Por último se contacta con los informantes claves pertenecientes a cada una de las emisoras radiales del sistema radial avileño con el fin de aplicarles la entrevista semiestructurada, que es la última técnica utilizada en esta fase.

2.7.3 Fase de culminación: salida del campo

Como su propio nombre lo indica en esta fase se procede a la salida del campo investigativo luego de haber recopilado toda la información necesaria bajo el criterio de saturación informativa que se produce a través de la triangulación de datos, fuentes y técnicas. Luego se pasó al procesamiento de los datos que posteriormente se manifestaría en los resultados reflejados en el informe final de investigación.

2.8 Procesamiento de los datos

En la presente investigación para procesar los datos se acudió en primera instancia al análisis de contenido que a decir de Gaitán y Piñuel (1998) es un conjunto de procedimientos interpretativos que se aplican a productos comunicativos (mensajes, textos, discursos) o a procesos singulares de comunicación, aplicado en este caso a la información recopilada en cada una de las entrevistas realizadas a los informantes claves.

Los datos también fueron procesados a través de la triangulación contrastando todos los resultados obtenidos desde las diferentes técnicas de recogida de información para poder interpretar el objeto de estudio desde diferentes perspectivas, lo cual a su vez forma parte del principio básico de la investigación cualitativa. Este método tiene entre sus ventajas: mayor validez en la obtención de resultados, cercanía del investigador al objeto de estudio, enfoque holístico, mayor creatividad y flexibilidad (Rodríguez, 2005).

La triangulación de resultados se puede acometer por diferentes vías: confrontando los datos, los métodos y técnicas utilizadas, las teorías o los investigadores. En este caso se confrontaron los métodos y las técnicas utilizadas, la triangulación de datos y la triangulación de fuentes (triangulación de informantes y sujetos).

2.9 Principios éticos considerados en la investigación

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

Estuvieron presentes además durante todo el proceso una serie de valores éticos como la confidencialidad de toda la información referida por los sujetos, asegurándoles a los mismos que no se identificarían en ningún momento y bajo ninguna circunstancia su identidad y/o datos personales.

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

En esta investigación se combinan diferentes técnicas de investigación con la intención de describir las prácticas de investigación de audiencia e identificar los modelos teóricos a los cuales responden las investigaciones en comunicación del sistema radial en Ciego de Ávila. A continuación se explicitan los resultados obtenidos, teniendo en cuenta las categorías de análisis y las subcategorías enunciadas en el capítulo anterior.

3.1 Prácticas de investigación de audiencias

Como en el estudio de Machado (2013) se establece una distinción entre las investigaciones institucionales y las extra institucionales. En el contexto de la radio avileña, de las 75 investigaciones analizadas la mayoría es generada por instituciones afines (53), las cuales responden a las demandas productivas de la radio como se ilustra en el siguiente gráfico Nro. 1



Gráfico Nro. 1 Distribución del tipo de investigaciones

3.1.1 Características de las investigaciones de las que se provee la institución

Según se constata en los documentos oficiales revisados se considera a las prácticas de investigación de audiencia base esencial para encausar con rigor científico la parrilla de programación radial, a la vez que constituyen la plataforma que permite la conformación de un coherente sistema de retroalimentación. El propósito fundamental de las mismas es identificar las necesidades e intereses de los oyentes, así como su percepción de la calidad del producto, siendo la elevación constante de la calidad de cada uno de estos espacios la premisa cardinal de este tipo de estudio.

Igualmente el *Manual de la Calidad* refleja que conocer las necesidades, gustos, preferencias y expectativas de los oyentes a los que va dirigido el mensaje radiofónico es de significativo interés para todos aquellos que están vinculados a la programación radial. Es precisamente la satisfacción de estas necesidades, gustos, preferencias y expectativas el objetivo final de nuestra programación, por ello los resultados de las encuestas, sondeos, exploraciones de audiencia, dinámicas de grupo, análisis de la correspondencia, llamadas telefónicas y cuantas variantes se empleen para conocer la opinión de la audiencia, son instrumentos de gran valor al planear la programación y medir la calidad de ésta.

En el *Manual para el desarrollo de la actividad investigativa para los medios de comunicación audiovisuales emitido por el Centro de Investigaciones Sociales (CIS)* se plantea que las temáticas para investigar en la radio pueden ser diversas, si se tiene en cuenta que el consumo es cada vez más individualizado y que los estudios puntuales son una base importante de información. Este mismo documento plantea que se puede investigar por programas, destinatarios, horarios, contenidos, formas, etc.

El propio documento concibe la conveniencia de realizar estudios de receptores así como estudio de gustos, preferencias y necesidades de los diferentes públicos consumidores del medio (infantil, juvenil, mujeres-familia, hombres del mar, campesino).

La presente investigación analizó las prácticas de investigación de audiencia existentes en el sistema radial avileño en el período comprendido entre los años 2008 y 2013 a los cuales la investigadora pudo acceder. Las investigaciones se distribuyen como se ilustra en la siguiente Tabla.

Emisora	Investigaciones
Radio Surco	38
Radio Morón	22
Chambas	11
Radio Amanecer	04

Tabla Nro. 1 Cantidad de investigaciones por emisoras entre el 2008-2013

La emisora con mayor número de investigaciones lo constituye la emisora provincial de Radio Surco (RS), seguido por las emisoras de Radio Morón (RM), “La Voz de la Parranda” de Chambas (CH) y Radio Amanecer del municipio Primero de Enero (RA).

Sería conveniente acotar que tanto Radio Surco como Radio Morón poseen proyectos de investigación conjuntos con la carrera de Comunicación Social en condiciones de universalización, de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas (FCSH) de la Universidad “Máximo Gómez Báez” de Ciego de Ávila, lo cual condiciona el hecho de que ambas emisoras sean las de mayor número de investigaciones en la provincia.

Los Trabajos de Diploma que realizan los estudiantes en ambas emisoras responden en cada uno de los casos a demandas institucionales tanto de la radio como de la academia en función de viabilizar las problemáticas que en temas de comunicación necesitan las emisoras para el perfeccionamiento de sus programaciones y el impacto social de la universidad con sus futuros empleadores. (Véase Gráfico No2)

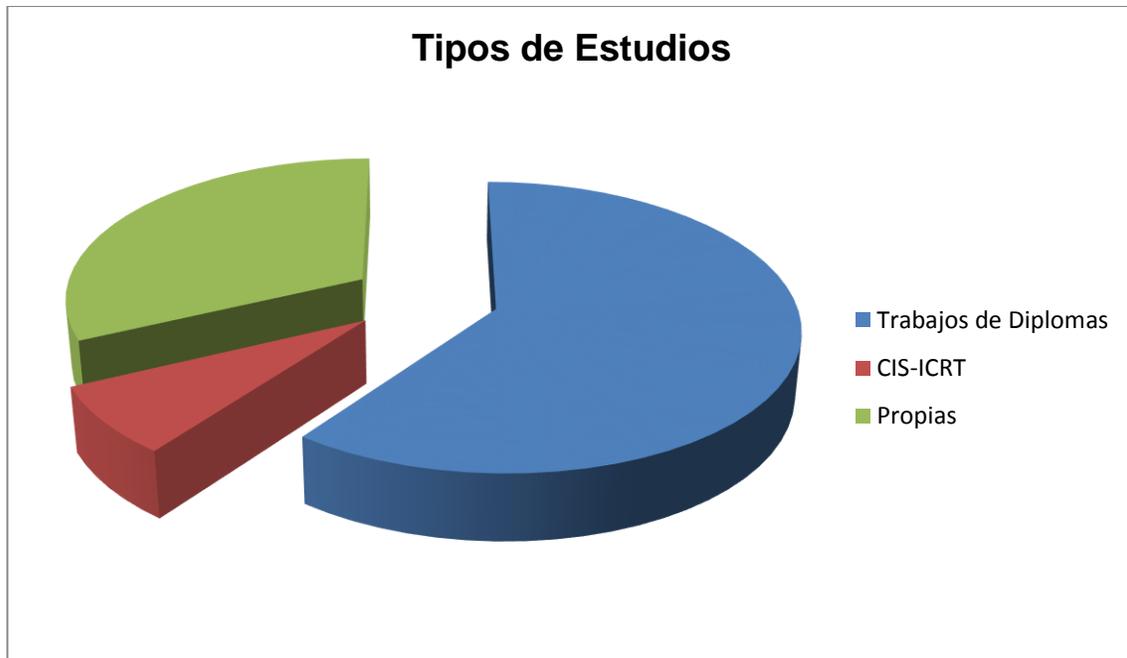


Gráfico Nro. 2 Distribución General por instituciones.

Aunque es evidente que el tipo de estudios más común son los Trabajos de Diploma, esto no significa que en todas las emisoras que conforman el Instituto Cubano de la Radio y la Televisión (ICRT) en Ciego de Ávila, el comportamiento sea similar, pues un análisis detallado de su distribución por emisoras revela particularidades como las que se ilustran el Gráfico Nro. 3.



Gráfico Nro. 3 Distribución de Trabajos de Diploma por emisoras.

Al analizar el Gráfico Nro.3, Radio Morón es la emisora en que más Trabajos de Diplomas tributan a la calidad de su programación, a pesar de no ser la estación que más prácticas investigativas reporte, lo cual evidencia la sistematicidad y el seguimiento de sus estudios mediológicos con la universidad avileña. Esto se hace más evidente cuando se examina el comportamiento general de las investigaciones por años en cada una de las emisoras, según sean extra institucionales o institucionales. (Véase Gráficas Nro. 4 y 5)

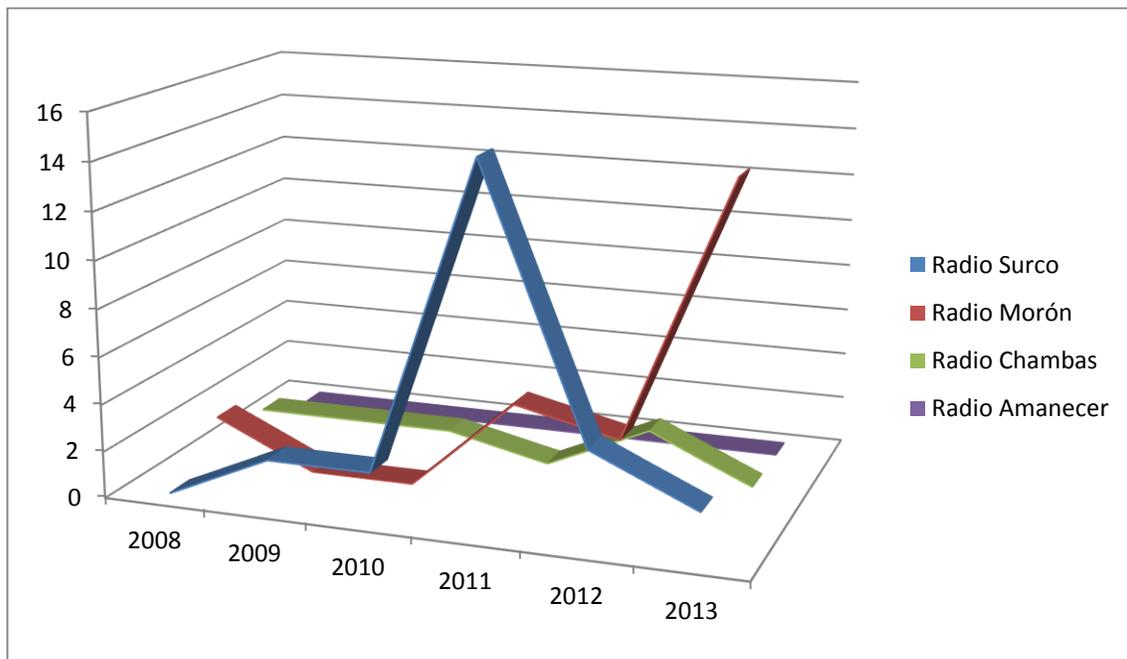


Gráfico Nro. 4 Comportamiento de las investigaciones extra institucionales por años.

Nótese en el Gráfico Nro.4 que las investigaciones extra institucionales son nulas en Primero de Enero, tienen un pico de 14 estudios durante el 2011 en Radio Surco, pero decrecen a partir de ese año con excepción de Radio Morón, donde la curva va en ascenso hasta llegar a las 14 investigaciones en el 2013, siendo esta estación “la única emisora del territorio que registrará estudios mediológicos a través de los Trabajos de Diploma en el presente año” (Entrevista 16 de mayo).

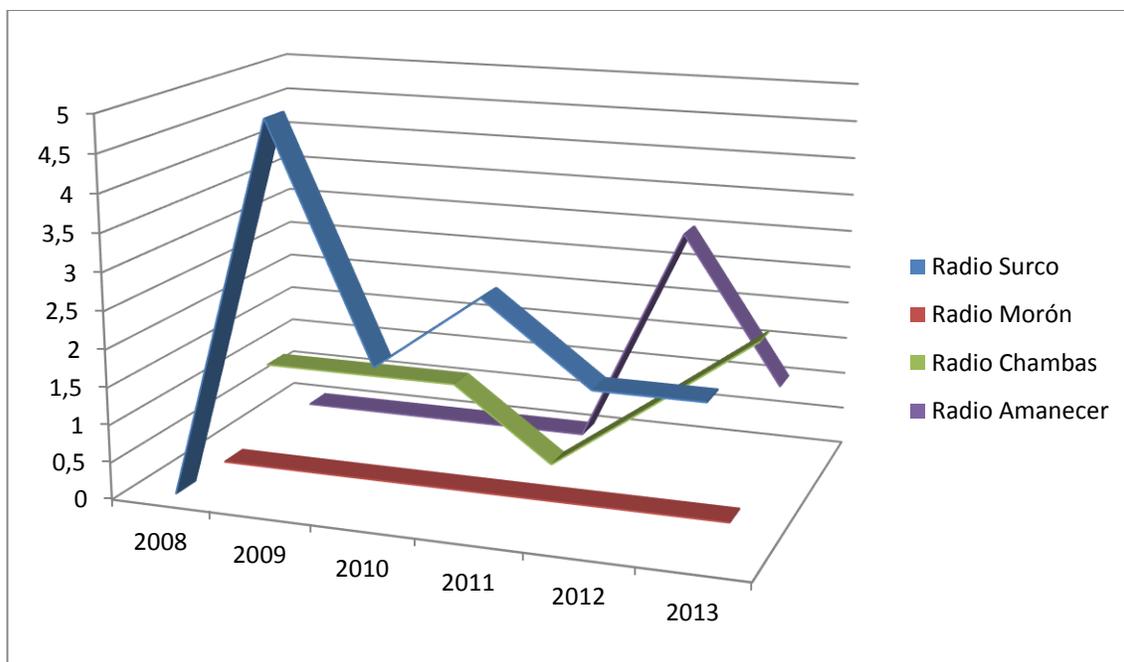


Gráfico Nro. 5 Comportamiento de las investigaciones institucionales por años.

En la Gráfica Nro. 5 el pico es de 5 investigaciones institucionales anuales, las cuales no pasan de ser encuestas opináticas de los públicos metas sobre el impacto de determinado programa, y menos en Radio Chambas la curva va en descenso.

En todas las emisoras existen problemas para el almacenamiento de las investigaciones realizadas, casi todas asociadas a la pérdida de los documentos almacenados digitalmente. En el caso de Radio Amanecer se pudo constatar la pérdida de algunas de estas investigaciones por la rotura de la computadora en la que se encontraba, razón por la cual tan solo se pudo acceder a 4 investigaciones. Con excepción de Radio Morón, se pudo detectar además que constituyen una generalidad para todas las emisoras de la provincia la fragmentación de las investigaciones que en la misma se realizan, es decir, que en varios casos se encontraron documentos que declaraban únicamente los resultados, en otros solo están presentes el diseño metodológico, mientras que en algunos solo se encuentran tabulaciones de encuestas. (Entrevista 16 de abril)

El análisis de contenido permitió conocer que las prácticas de investigación de audiencia que predominan en el sistema radial avileño son las investigaciones comunicológicas con una total de 53 investigaciones (25 institucionales y 28 extra institucionales), en tanto las investigaciones para la producción suman 12 y todas son extra institucionales.

De las investigaciones comunicológicas predominan los estudios de audiencia, centrados en identificar el número de personas que escuchan un programa, tanto como información más específica en torno a los gustos y preferencias de los oyentes, siendo los estudios de emisores y de procesos productivos los menos comunes con excepción de Radio Morón. (Véase Gráfico Nro.6)

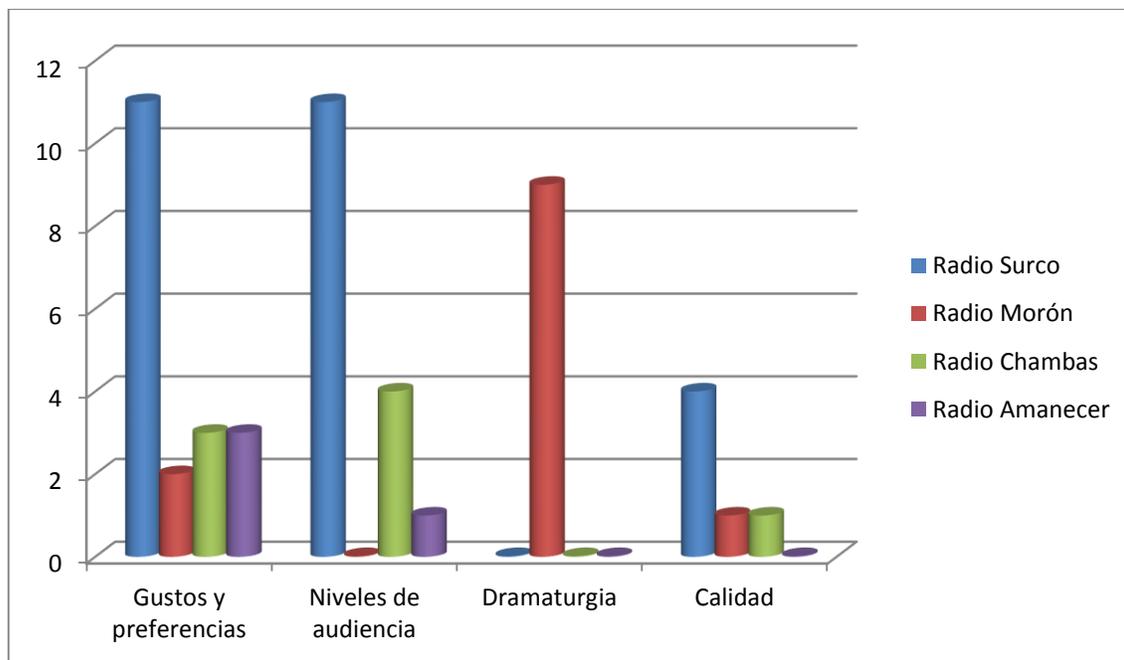


Gráfico Nro. 6 Distribución de los tipos de estudios de audiencia por emisoras.

Igualmente forman parte de las prácticas de investigación de audiencia radial en la provincia un Estudio General de Medios Infantil (Radio Surco), un informe anual de las investigaciones realizadas en el año 2013 (Radio Surco), una investigación sobre la Programación de Verano (La Voz de la Parranda), una Investigación General y un estudio telefónico para comprobar la preferencia por el espacio “Con

Estilo Nacional”, ambos en Radio Amanecer así como un estudio de la Programación de Verano en Radio Morón.

Los entrevistados plantean que los estudios de audiencia constituyen una de las prácticas de investigación de audiencia más valiosas ya que permiten “conocer una opinión más acabada de los sujetos objetos de estudios a partir de que los mismos le proveen al investigador, la mayoría de las veces de forma inconsciente, de una amplia gama de indicadores” (Entrevista 24 de marzo).

Igualmente el análisis de contenido develó diferencias entre los estudios de audiencia institucionales y los extra institucionales. Los primeros se interesan por el éxito o el fracaso de sus programas, en tanto los segundos intentan descubrir si cierto tipo de formato podría tener éxito en el futuro en aras de planificar su parrilla del mejor modo posible a partir de la información obtenida.

En cuanto al surgimiento de las motivaciones y temáticas susceptibles de investigación la contrastación de las técnicas empleadas permitió develar que estas provienen en primera instancia de organismos superiores como el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) y del Centro de Investigaciones Sociales (CIS). Algunos de los temas son emitidos desde la propia Dirección de Programación de las emisoras y otros surgen del propio departamento investigativo de la emisora a partir de investigaciones que este realiza. Así mismo lo planteó uno de los entrevistados al explicar que “las emisoras tienen investigaciones propias que responden a determinados intereses de la emisora e investigaciones que vienen de la dirección nacional como por ejemplo las investigaciones de verano que se realizan cada año” (Entrevista 15 de abril).

Se pudo comprobar además que las principales motivaciones para realizar una investigación provienen de la propia preocupación por parte de los actores de dicho proceso, pues como bien planteaba uno de los entrevistados “a pesar de que generalmente los temas a investigar son enviados desde la nacional en el propio departamento surgen temas e inquietudes susceptibles de investigación, en ocasiones los temas surgen del propio investigador a partir de determinado interés por la realidad que le rodea, mientras que otras veces la subdirección de programación plantea al equipo de investigación que un determinado programa

está teniendo problemas a partir de la queja recibida de algún oyente, y surge un tema” (Entrevista 24 de marzo).

“El trabajo diario es muy rico en el sentido de que muchos de los temas salen de aquí, desde el propio departamento de investigación, el choque con la realidad y la proximidad a nuestro público nos permite reconocer cuándo algo anda mal y por dónde debemos ir para mejorarlo, porque en definitiva los que nos interesa es que nos escuchen y por eso es que tenemos que trabajar diariamente en la mejora de la calidad de los programas que se brindan” (Entrevista 15 de abril).

3.1.2 Periodicidad y Alcance

A partir de la consulta y análisis de documentos no fue posible detectar una periodicidad establecida para la realización de las diferentes prácticas de investigación de audiencias. El número de investigaciones varía en cada caso puesto que cada emisora determina de forma independiente las investigaciones que realizará tomando en cuenta la realidad y el contexto que le rodea. Sin embargo la totalidad de los informantes claves planteó que al menos se realiza un estudio de audiencia por año, aunque no se pudo constatar por medio de los documentos consultados. Lo cual fue afirmado por uno de los entrevistados cuando dijo que “todos los años se hace el estudio general de audiencia para medir la programación, o sea, cómo se van comportando los distintos programas dentro del listado de programación, pero como en el estudio de audiencia no se pueden medir las interioridades de los programas entonces se hacen investigaciones a programas específicos” (Entrevista 15 de abril).

Cada uno de los informantes claves concuerda con que no existe ningún documento y por tanto no se manifiesta en la práctica la periodicidad establecida en cuanto a las investigaciones en el medio. El número de estas varía según las demandas investigativas y por supuesto los recursos con los que se cuenta. Así mismo lo considera uno de los entrevistado al plantear que “en nuestra emisora las investigaciones se realizan según la necesidad que plantee el contexto, eso no quiere decir que no se hagan, al contrario, solo que no existe una periodicidad con respecto a ello, con respecto a las investigaciones de audiencia la mayoría de las

que se realizan son parte de una demanda desde la nacional” (Entrevista 22 de abril).

Igualmente otro de los entrevistados apuntaba que “muchas de las investigaciones surgen del propio trabajo de los investigadores, a partir de una problemática que se detecta desde el propio grupo metodológico puede surgir un tema susceptible de investigación” (Entrevista 12 de mayo).

Según figura en el análisis de contenido aplicado a las prácticas de investigación de audiencia muchas veces el alcance de las investigaciones no traspasa las barreras de la localidad, ya que en algunos casos al referirse a la muestra no especifica si esta se toma teniendo en cuenta también las personas que viven en los poblados cercanos al municipio cabecera y hasta donde llega su transmisión. Tal es el caso del Estudio Telefónico (2012) realizado para comprobar la preferencia por el espacio “Con Estilo Nacional” en la emisora Radio Amanecer donde declaran la selección de una muestra de 40 personas de todos los grupos de edades, o sea, un destinatario general, en el documento no declaran si alguna de esas 40 personas son de algún poblado del municipio. También se encuentra el caso de la encuesta aplicada para medir la calidad de los espacios vigentes y los gustos y preferencias en la propia emisora, esta investigación contempló una muestra de 100 personas divididas por grupos de edades, ocupación y categoría social, donde tampoco se menciona el resto de las zonas que forman parte del espectro radiofónico de la emisora.

En cuanto al alcance de las investigaciones uno de los entrevistados planteó que “podrían realizarse más investigaciones y podrían llegar más lejos si no estuviera de por medio el factor económico que muchas veces limita la realización de las investigaciones aunque creo que lo que falta muchas veces es la iniciativa, si no se puede mediante una técnica obtener una información pues habría que valorar si se puede aplicar otra que no implique tanto el empleo de recursos económicos y en donde el tiempo no signifique una problemática” (Entrevista 24 de marzo).

El planteamiento hecho por el entrevistado sugiere que en el alcance de las investigaciones inciden también y de manera directa la voluntad y disposición de los especialistas para llevar a cabo sus estudios mediológicos.

En tanto otro de los informantes claves explicó que “el alcance de las investigaciones está mediado por muchos factores de disponibilidad, el económico por ejemplo, pero el que más choca en nuestro caso es el del personal, pues en nuestra emisora yo asumo más de una responsabilidad y una de ellas es la investigación, lo cual quiere decir que a la hora de aplicar una encuesta soy yo mismo quien la tiene que aplicar porque en estos momentos no tengo ayudante y eso puede estar incidiendo en que las investigaciones lleguen lo suficientemente lejos o no y por tanto se logren sus objetivos” (Entrevista 12 de mayo).

Por otro lado uno de los entrevistados planteó lo siguiente: “en nuestra emisora nunca ha habido problemas con que las investigaciones tengan el alcance apropiado porque en ese sentido nunca la dirección ha puesto peros para nada, ni para los viajes, ni para los otros tipos de recursos que hagan falta” (Entrevista 25 de abril).

Tomando en cuenta lo que plantean los entrevistados se puede afirmar que si bien es evidente una diversidad de criterios la mayoría coincide en que aunque en la aplicación de las encuestas y demás prácticas de investigación de audiencia se toma en cuenta los objetivos para su realización, la disponibilidad de los recursos (tiempo, personas y economía) poseen un gran peso en que estos se logren o no. Por tanto el limitado alcance de las investigaciones no solo está mediado por el espectro de cada emisora, existen otros factores que intervienen en ello como son la disponibilidad tanto de recursos económicos como de personas, lo cual a su vez quiere decir que el alcance de estas investigaciones en cada emisora varía según las características de cada territorio, de las posibilidades reales de cada emisora radial con un gran peso en la disponibilidad y creatividad del investigador social. En ninguno de los documentos consultados se hace referencia al alcance que deben tener las investigaciones sociales.

3.1.3 Instituciones generadoras

Tras el análisis de los documentos que se realizó para recabar en estos si existen pautas que determinen instituciones generadoras se pudo comprobar que no es así, pues en ninguno de los casos se pudo determinar algún acápite que hiciera alusión a esta subcategoría.

Sin embargo el análisis aplicado a las prácticas de investigación de audiencia permitió conocer que algunas de las investigaciones provienen de la Universidad “Máximo Gómez” de Ciego de Ávila. Concretamente la relación de esta universidad se percibe a través del análisis de contenido con todas las emisoras, con excepción de Radio Amanecer en Primero de Enero. (Véase Gráfica Nro. 3)

Con el objetivo de contrastar la información obtenida por el análisis de contenido y comprobar si realmente la relación que se establece entre la universidad y la radio a través de los Trabajos de Diploma se revierte en resultados que provoquen cambios en las emisoras es que se decide recabar en la información que brindan los informantes claves.

Uno de ellos explicaba que “en el caso de las Trabajos de Diploma todas se generan desde la propia sede universitaria que pertenece a la universidad, desde allí se concibe el proyecto y luego contactan a las personas del medio que les pueden ayudar, pero ocurre que muchas veces estas investigaciones se quedan en ese plano y no llegan a traspasar las barreras de la academia, casi todos los años se realizan Trabajos de Diploma que relacionan a la institución universitaria con el medio pero la mayoría de las veces no se archivan” (Entrevista 15 de abril).

Sin embargo a través de la entrevista realizada a uno de los informantes claves se pudo conocer de la existencia en “Radio Morón” de un proyecto con la universidad avileña, y por ende, con la sede universitaria del municipio. Exceptuando las investigaciones que proceden desde la nacional y desde la emisora provincial los sujetos plantean que el resto de las investigaciones de esta emisora salen del proyecto, lo cual es muy positivo ya que provee a la misma de un constante quehacer investigativo.

En tal sentido uno de los entrevistados afirmaba que “el proyecto es una opción muy favorecedora para la emisora porque siempre tenemos investigaciones en curso, cada año a través de los estudiantes que se gradúan de las carreras de sociocultural y comunicación social y en algunas ocasiones de sociología le damos solución a inquietudes y problemáticas que existen sobre algún programa en específico” (Entrevista 25 de abril).

Por otro lado un informante clave planteaba que “generalmente las investigaciones se generan desde el propio grupo metodológico, desde allí salen las investigaciones y en ocasiones se tiene apoyo de la sede de la Asociación de Comunicadores Sociales (ACCS) de la provincia” (Entrevista 24 de marzo).

Por medio de la entrevista se pudo conocer de la existencia de un proyecto de investigación que sitúa a la universidad del territorio en uno de los protagonistas investigativos de la radio avileña, criterio que se corrobora con el análisis de contenido aplicado a las prácticas de investigación de audiencia de la radio que se generan desde la carrera de Comunicación Social a través del proceso de culminación de estudios.

3.1.4 Objetivos de las investigaciones

A partir de la revisión de documentos oficiales se pudo conocer que en La *Resolución 47/2010 del Instituto Cubano de Radio y Televisión* se establece que la retroalimentación es un eslabón imprescindible en el proceso de comunicación, en el mismo documento se decreta que como resultado de esta los gustos, las opiniones, preferencias, expectativas, necesidades y propuestas de la población llegan a directivos y realizadores con el propósito de orientar y ajustar la programación, producción y transmisiones de la radio y la televisión.

Así mismo en el *Manual de Calidades* establece que para la Radio Cubana el concepto de calidad de un programa es: la satisfacción de los gustos, preferencias, necesidades e inquietudes a que se destine. Este concepto de calidad que se establece en el manual conlleva a las investigaciones en las emisoras radiales a convertirlos en objetivos en función de lograr la calidad requerida y por ende la aceptación por parte de los receptores de la programación que le es emitida.

El análisis de contenido efectuado a las prácticas de investigación de audiencia permitió constatar que en algunas el objetivo consiste en conocer los gustos y preferencias (de la población en general como por ejemplo en el caso del Informe Final de la Investigación general 2013 en “Radio Amanecer” y en ocasiones de algún programa en específico como al programa “La Casa de Tía Lucero” de la emisora de “Radio Morón” donde se realizó un estudio para conocer los gustos y

preferencias de los niños de los diferentes centros educativos con respecto a ese programa).

Por otro lado, algunas de las investigaciones tienen como objetivo fortalecer el mecanismo de retroalimentación; otras, conocer los hábitos de consumo del programa con respecto a un sector específico de las audiencias, mientras que analizar la correspondencia que existe entre los temas difundidos en el programa y la caracterización de su destinatario consistió en el objetivo del Estudio de Emisor realizado a los programas “Con nombre de mujer” y “En familia” de Radio Surco en el año 2009; en otras palabras el objetivo de este estudio consistió en caracterizar la relación que guardan los programas en cuestión con el sector al cual van dirigidos, o sea, describir la relación programa-audiencia.

Sin embargo es posible inferir, apoyados por el análisis de contenido aplicado, que existe una tendencia en el sistema provincial de radio por los estudios de audiencia, cuyo objetivo es medir el nivel de esta, ya sean a públicos generales o específicos, lo cual se puede corroborar al consultar los 6 Trabajos de Diploma consultados.

Por otra parte al analizar las encuestas se pudo identificar que el objetivo en estas es el de medir los niveles de audiencia para mejorar la calidad de la programación a partir de los resultados obtenidos por las mismas.

Además en el estudio telefónico realizado para comprobar la preferencia por el espacio “Con Estilo Nacional” de la emisora Radio Amanecer en el 2012 se pudo comprobar que este estudio tomó en cuenta los gustos y preferencias de la población antes de aplicar la encuesta comprendida dentro del estudio.

En concordancia con el análisis anteriormente hecho uno de los entrevistados expresó: “aquí las investigaciones no se realizan si no se toman en cuenta los gustos y las preferencias de nuestros receptores, nuestro objetivo principal es el de mantener o mejorar la calidad de los programas y para eso tenemos que tomar en cuenta lo que piensa el público al cual va dirigida la programación o un programa en el caso de un estudio específico” (Entrevista 25 de abril).

Igualmente otro de los entrevistados acotaba que “los objetivos de las investigaciones se trazan según las necesidades de la emisora o programa en

específico con el fin de lograr una mejor programación con una mejor calidad” (Entrevista 16 de abril).

A modo de generalización se puede decir que los objetivos de las prácticas de investigación de audiencias en el sistema radial avileño consisten en mantener o lograr la calidad requerida para los programas a través de la medición de la audiencia.

3.1.5 Incidencia de las prácticas de investigación de audiencia en rediseño de la tira programática

En la *Resolución 47/2010* se establece que el Centro de Investigaciones Sociales (CIS) tiene entre sus funciones: propiciar la coordinación y cooperación con las direcciones de la Radio y la TV para introducir en la práctica los resultados de las investigaciones sociales. Asimismo debe diseñar e implementar las mejores formas y procedimientos para promover la colaboración entre las fuentes; controlar y fusionar las informaciones procedentes de los diferentes eslabones del sistema y facilitar su análisis integrado.

En el *Manual de la Calidad* se establece que los resultados de las encuestas, sondeos, exploraciones de audiencia, dinámicas de grupo, análisis de la correspondencia, llamadas telefónicas y cuantas variantes se empleen para conocer la opinión de la audiencia, son instrumentos de gran valor al planear la programación y medir la calidad de ésta. Igualmente este documento plantea que los resultados de las Investigaciones Sociales deben ser analizados en los Consejos de Programación y Colectivos de Programas con el objetivo de mejorar la calidad. De estos resultados, conjuntamente con otros como las opiniones de la Comisión de Calidad, Colectivos de Programa, Consejo Artístico y de Programación, pueden derivarse propuestas de cambios parciales o totales en un programa o tira horaria.

De igual forma en la *Política de la Calidad* se plantea que mediante las investigaciones sociales y otras fuentes de retroalimentación, lo principal es identificar las necesidades e intereses de los oyentes y su percepción de la calidad del producto que se le ofrece, así como el funcionamiento del Sistema de Gestión de la Calidad, utilizando los resultados en función de la programación.

Implícitamente se detecta la importancia que desde los documentos oficiales se le otorga a la incidencia que pueden tener las investigaciones sociales en rediseño de la tira programática, el hecho de que esto ocurra o no depende de las particularidades de cada emisora.

De forma clara el análisis de contenido refleja cómo los resultados de algunas investigaciones sí producen cambios en el rediseño de la tira programática, un ejemplo lo representa la Investigación de Verano realizada en “La Voz de la Parranda” en el año 2013 donde al final del informe se plasman los cambios que para los meses de julio y agosto de ese año se decidieron efectuar luego de obtener los resultados de la investigación. De esta forma se evidencia cómo se toman en cuenta los gustos y las preferencias del oyente a la hora de realizar cambios en la programación.

Dicha información fue corroborada por el entrevistado de esta propia emisora, el mismo plateó que “la función del investigador es investigar, tabular, llegar a resultados y ponérselo en las manos a la dirección de la emisora, los investigadores proponen pero ellos no cambian, en estos medios el investigador es considerada la persona que nos quiere quitar el programa, que nos quiere quitar el dinero, pero en nuestro caso no ocurre así, porque todos los cambios que se han dado son producto de las investigaciones, todos los resultados de las investigaciones se han tenido en cuenta” (Entrevista 25 de abril).

Es válido aclarar que lo anterior representa a la mayoría en tanto otros de los entrevistados planteaba que “los resultados de las investigaciones deberían ser irrefutables para tomarse en cuenta a la hora de hacer una tira de programación o modificarla, sobre todo en el verano, antes y después, y no se está haciendo así, a veces por cuestiones de tiempo, incluso, a veces se toman decisiones de cambiar un programa sin tomar en cuenta los resultados de las investigaciones. Puede ser que un programa no cumpla los estándares de calidad establecidos pero si el programa es escuchado y al oyente le gusta quien tiene que mejorar la calidad del programa a través de las investigaciones es el investigador para que así llegue mejor al oyente” (Entrevista 24 de marzo).

Igualmente otros de los informante claves afirmaba que “los cambios en esta etapa estuvieron sustentados por las investigaciones, no puedo decir que al ciento por ciento porque hubo momentos en que se hicieron investigaciones y no se llegó a interpretar por la dirección y se fueron dejando, por ejemplo un estudio de tesis que se le realizó al programa juvenil “En tu Onda” con la idea de provocar cambios y la decisión tomada por la dirección fue la eliminar el programa. La dirección en ocasiones es muy morosa y en ocasiones no hay una decisión o criterio para realizar los cambios, estos se dejan a la opinión que tengan los realizadores y no lo que en materia científica te está dando la investigación, se deja un concepto entre la dirección y los creativos, porque además hay un problema que pasa por ahí que es la situación monetaria, si esa acción va a cambiar el status salarial del artista entonces se forma un conflicto y la dirección no aplica lo que es demostrado por las investigaciones” (Entrevista 15 de abril).

Tomando en cuenta lo establecido por los documentos oficiales la investigadora coincide en que las investigaciones sociales deberían conllevar a la reorientación de un programa o parrilla de programación en caso de ser necesario. A pesar de que uno de los entrevistados planteó que en su emisora se tomaba en cuenta siempre los resultados investigativos antes de realizar algún cambio la realidad descrita por el resto de los entrevistados apunta a que no ocurre así, ya que los mismos cuestionan el marasmo y la desidia en el desempeño de ciertos directivos de las emisoras a la hora de tomar una decisión, lo cual evidentemente significa un divorcio entre lo establecido y la práctica. Esto a su vez se revierte en el hecho de que pocas veces se toman en cuenta los resultados de la investigaciones a la hora de realizar cambios en la parrilla de programación.

3.1.6 Conclusiones parciales

Las prácticas de investigación de audiencia más comunes en el sistema radial avileño lo constituye la investigación comunicológica a través de los estudios de audiencia. El alcance de las investigaciones no solo está mediado por el espectro radiofónico de cada emisora, existen otros factores que intervienen en el alcance de las mismas como son la disponibilidad tanto de recursos económicos como de personas, de lo cual se infiere que el alcance de las investigaciones también está

condicionado por las características de cada territorio, de las posibilidades reales de cada emisora radial, y por ende de las especificidades de la audiencia de cada emisora.

Los objetivos de las prácticas de investigación de audiencias en el sistema radial avileño consisten en mantener o lograr la calidad requerida en las programaciones a través de la medición de la audiencia y del conocimiento de los gustos y preferencias de esta. Para alcanzarlo se toman en cuenta las particularidades de los públicos. Lo anterior indica la influencia teórica de las corrientes norteamericanas, sobre todo al empirismo sociológico (consumo radial), perteneciente al modelo de los efectos, con un marcado énfasis en los estudios de medición cuantitativa de audiencias.

Sin embargo en los Trabajos de Diplomas se infiere una flexibilidad que se adecua a las alternativas del retorno al sujeto, en tanto la audiencia es considerada a partir de la teoría de las mediaciones de Jesús Martín Barbero y la programación radial es concebida desde el enfoque cultural de Mario Kaplún (2010) y de Luis Ignacio López Vigil (2000).

En cuanto a la repercusión que puedan tener las investigaciones en el rediseño de la tira programática, los directivos de las emisoras quienes juegan un papel determinante en la toma de decisiones, asumen un papel pasivo a la hora de introducir los cambios, lo cual evidentemente significa un divorcio entre lo establecido y la práctica, por lo que muchas de las investigaciones se quedan en el plano de la investigación y no trascienden.

En tal sentido y a partir del análisis de las entrevistas con los especialistas de los medios se deduce que falta en ocasiones la intencionalidad de los estudios desde la Dirección propiamente, en realidad se demuestra como en muchos casos los estudios se originan desde las direcciones de programación de cada emisora, cuando la razón de ser de los grupos metodológicos así como los especialistas en Medios Audiovisuales (Investigadores) es que se subordinan directamente a la Dirección de la Emisora, debiendo hacerse un uso adecuado de la información que se origina por el Consejo Artístico, Comisiones de Calidad y otras acciones que describe la Resolución 47 del ICRT que estipula la retroalimentación.

A través de las entrevistas realizadas se evidencia la falta de proyección que existe en cuanto a la planificación de estudios que respondan a los intereses de efectuar estudios que permitan realizar cambios profundos en programaciones, que en ocasiones permanecen estáticas durante muchos años, sin hacer investigaciones que avalen un cambio. En este caso es recomendable aplicar métodos y técnicas cualitativas que permitan la descripción del fenómeno tal y como se comporta en su ambiente natural.

3.2 Modelos teóricos

Un análisis detallado de los modelos teóricos y la aplicación de sus principales postulados en la investigación mediática de la radio avileña nos permitiría dilucidar cómo se relacionan prácticas de investigación tan instrumentales con conceptos de audiencia tan estructurados que van desde la influencia de los cultural studies hasta los enfoques latinoamericanos, sobre todo, los de Mario Kaplún y de José Ignacio López Vigil.

3.2.1 Concepto de audiencia

Al analizar los documentos se pudo detectar que solo en el *Manual para el desarrollo de la actividad investigativa emitido por Centro de Investigaciones Sociales (CIS)* se hace una definición explícita de la audiencia a la cual se considera como “el público que recibe mensajes a través de los medios de comunicación: sea cine, radio o televisión”. En este mismo documento se plantea que el estudio de la audiencia “depende de ciertas variables tanto sociológicas como psicológicas: edad, sexo, nivel socioeconómico, hábitos individuales, horarios, aficiones, etc.”

A través del análisis realizado a los documentos oficiales es posible inferir el concepto de audiencia que de forma implícita aparece en algunos de estos a partir del papel que le conceden a la misma. Tal es el caso de la *Resolución 47/2010 del Instituto Cubano de Radio y Televisión* donde se establece que la retroalimentación es un eslabón imprescindible en el proceso de comunicación. Como resultado de esta los gustos, las opiniones, preferencias, expectativas, necesidades y propuestas de la población llegan a directivos y realizadores con el

propósito de orientar y ajustar la programación, producción y transmisiones de la radio y la televisión.

Al analizar lo planteado por este documento se puede inferir el reconocimiento del papel activo de la audiencia a la vez que roza en alguna medida lo planteado por la Teoría Funcionalista o como es mayormente conocida Hipótesis de los Usos y Gratificaciones que se centra en la conducta individual y los motivos de los individuos para usar los medios de comunicación al intentar develar las razones por las que la audiencia presta atención a los medios en general y a algunos canales y mensajes en particular.

En tal sentido el *Manual para el desarrollo de la actividad investigativa emitido por el Centro de Investigaciones Sociales (CIS)* “plantea que estos son tiempos en los que como nunca el empeño debe estar en conocer lo que piensan los perceptores en relación con los mensajes que diariamente le son enviados”.

Esta misma idea fue corroborada por uno de los entrevistados al plantear que “la audiencia lo es todo, es punto y partida, la audiencia es importante porque es quien te va dando los problemas que tiene un programa, y además va dando las soluciones que pudieras tener en cuenta para mejorar la calidad del mismo” (Entrevista 24 de marzo).

Al corroborar estas opiniones con el análisis de contenido de los Trabajos de Diploma se deduce que el enfoque predominante es gramsciano pues la comprensión del poder cultural como agente hegemónico es el que se establece como fundamento teórico y referencial de las prácticas investigativas de audiencia en la radio avileña.

La comprensión del poder cultural como agente hegemónico es lo que los lleva a ver la cultura como el marco idóneo desde el que pensar la comunicación y a concebir las relaciones entre medios y receptores como conflicto y resistencia y como complicidad y cooperación. Conciben la comunicación como un proceso negociador en el que los emisores influyen sobre los receptores y viceversa.

Durante el año 2012, Radio Morón se propuso reestructurar la parrilla de programación de los domingos, a fin de que pudiera lograrse un equilibrio entre el balance de la cantidad de programas y sus diferentes funciones en aras del

cumplimiento de los parámetros de calidad para esa tira programática. Para llevar a cabo dicho proceso de reestructuración, se diseñó un proyecto con la carrera de Comunicación Social que tuvo como línea fundamental de investigación el trabajo con esta problemática. Para ejemplificarlo mejor ha sido seleccionado el marco referencial del Trabajo de Diploma “Estudio de la dramaturgia del programa dominical de Radio Morón En el contén del barrio”:

“Las contribuciones de los Cultural Studies, por otro lado, incluyen según Mata (2002), la comprensión del medio como experiencia cultural con una dimensión técnica, institucional, política y específicamente comunicativa. La misma autora expone que a la hora de pensar la radio como relación comunicativa están implícitos los siguientes aspectos:

- Su condición de práctica significativa, de espacio de producción de sentido.
- Su condición de espacio de interacción, de dialogicidad.
- Su condición de experiencia cultural inserta en una trama textual y contextual (discursiva e histórica) que la constituye y modela a su vez”.

En este caso se evidencia el reconocimiento de la influencia de los estudios culturales ingleses en la aproximación latinoamericana a los fenómenos comunicativos desde los antecedentes históricos, reconociendo las prácticas culturales que intervienen en ellos e interrelacionándolos con los conjuntos de prácticas sociales.

"Los estudios culturales se interesan por significaciones históricamente situadas antes que por tipos generales de comportamiento; se orientan hacia los procesos más que hacia los resultados, son interpretativos más que explicativos (...) Son conscientemente eclécticos, críticos y destructivos. No pretenden ofrecer un modelo único ni obedecen a límites disciplinarios establecidos" (Ang, 1994).

Otros diplomantes, en cambio asumen acriticamente modelos teóricos de la escuela norteamericana como ocurre con el Trabajo de Diploma “Dramaturgia del programa a contra luz de la emisora municipal de Radio Morón”...

“La Teoría de los Efectos, analiza un caudal de reacciones a partir de un mensaje determinado, por ende, la radio comunitaria emite, representa y provoca reacciones tanto positivas como negativas en el receptor, motivando elementos psicológicos tales como sonreír, creer, pensar y hasta sentir sensaciones que son inevitables ante el sonido: pensar qué hacer y cómo hacerlo.”

Y aunque este último ejemplo no es la generalidad, se pueden encontrar conceptos de audiencia que asuman teorías y enfoques como el anterior, lo cual no es de extrañar, pues la historia de las investigaciones comunicológicas en América Latina está marcada por las tendencias funcionalistas y la orientación al estudio de los efectos, que venían de las psicologías experimentales norteamericanas, y que aquí tomaron la forma principal de estudios sobre la difusión de las innovaciones tecnológicas y de proyectos de comunicación para el desarrollo.

Por otro lado, otro de los entrevistados planteaba que “el papel de la audiencia es principal, si no tienes audiencia no tienes radio, la audiencia es el alma de la emisora como medio de comunicación, en ella inciden todas las características que tiene la población, lo cual es la base y la esencia de las radios comunitarias, todas las características socioculturales que inciden en la población tienen que estar reflejadas en la emisora comunitaria para así ser realmente representativa de esta, la radio debe ser el espejo en el cual las personas se vean reflejadas, porque si la audiencia no se ve representada no se interesa por la programación” (Entrevista 12 de mayo).

El propio hecho de que los documentos rectores del ICRT establezcan políticas, cuyos referentes teóricos se sustenten en prácticas de investigación muy arraigadas entre los usos y las gratificaciones y la Teoría de los Efectos fundamentalmente, posibilita de antemano la mezcla de posicionamientos, así como el eclecticismo de concepciones teóricas, incluso hasta contradictorias, en la práctica de investigación comunicológica de las emisoras de la radio en Ciego de Ávila.

3.2.2 Concepción de la relación medio-audiencia

La ponderación del medio en relación con la audiencia a partir del análisis de los documentos oficiales se solapa implícitamente, se infiere entre líneas sin enunciar un concepto clave sobre la relación medio audiencia. Sin embargo, es posible deducirlo por algunos elementos que aparecen en estos. Por ejemplo, en el caso del *Manual de la Calidad* se establece que las necesidades y expectativas de los oyentes deben ser convertidas en requisitos de la calidad del producto que se elabora, todas las emisoras del país deben entender y satisfacer cada uno de estos requisitos con el fin de lograr el éxito.

En la *Política de Programación de la Radio y la Televisión* se establece que en su carácter de medios de difusión masiva de gran alcance, la radio y la televisión cuentan con posibilidades para influir activamente en procesos que favorezcan a la formación de la población de distintas formas como la orientación político-ideológica de toda la población, la superación educacional, histórica, científico-técnica y cultural de la misma y la generalización de los elementos de la educación formal más necesarios e imprescindibles, entre otros.

El hecho de que los medios puedan influir es un reconocimiento expreso de que la relación medio-audiencia se concibe desde el modelo de efectos, o sea, los medios condicionan activamente la formación de la población. La idea básica que subyace tras esa afirmación es prácticamente que los mensajes de los medios son recibidos de manera uniforme por todo el público y que las reacciones inmediatas y directas son disparadas por estos estímulos.

Igualmente el análisis de contenido aplicado a las investigaciones refleja en alguna medida la relación que desde estas establecen los medios con su audiencia. En tal sentido el Informe General de Investigación de Radio Amanecer en el 2013 se plantea como premisa que para los realizadores y responsables de la programación, es vital conocer todas las valoraciones que realiza la audiencia sobre el producto que le ofrecen. Estas deben convertirse en eje de las transformaciones futuras de los programas, como parte del proceso de retroalimentación tan necesario en los medios de comunicación audiovisual.

En este caso, se apela a una línea de investigación sobre los usos sociales de los medios, que retoma los enfoques de usos y gratificaciones.

En tal sentido uno de los entrevistados planteaba que “la relación entre el medio y la audiencia radica en la medida que los propios medios se acerquen a esta, es decir, en la medida que las investigaciones tengan la calidad requerida obtendrán una mayor audiencia” (Entrevista 24 de marzo).

Pero la historia de la investigación de la comunicación, pone en evidencia, que tanto desde una perspectiva teórica como empírica, las predicciones desarrolladas no siempre fueron acertadas, ya que los diferentes modelos empleados para explicar el comportamiento de las audiencias han oscilado desde la omnipotencia de los medios hasta la incapacidad para influir mágicamente en el público hacia el cual dirigen sus mensajes.

Con respecto a ello otros de los entrevistados dijo que “para nosotros la audiencia es protagonista de nuestras investigaciones porque a partir de la información que se obtiene de los estudios que sobre ella se realizan es que se proyectan nuestros futuros trabajos, siempre en función de satisfacer las necesidades de la población, ya sea cambiando un programa o perfeccionándolo” (Entrevista 12 de mayo).

De hecho, tras un concepto muy acabado de audiencia con prácticas instrumentales de efectos y gratificaciones, perviven también enfoques más participativos, sobre todo, el modelo kapluniano centrado en la producción de mensajes desde la especificidad del medio, así como el de López (2000) más concentrado en el sueño de democratizar las comunicaciones en nuestro continente, hecho que puede ser constatado tomando como referente algunos de los supuestos teóricos que plantean los diplomantes avileños en sus investigaciones.

3.2.3 Metodología empleada

El análisis aplicado a los documentos tomando en cuenta la categoría de análisis en cuestión permitió conocer que solo en uno de estos documentos se establece de forma explícita la metodología a emplear dependiendo del contexto. Este es el caso del *Manual para el desarrollo de la actividad investigativa para los medios de*

comunicación audiovisuales emitido por el Centro de Investigaciones Sociales (CIS), donde se exponen tanto la metodología cuantitativa como la cualitativa como alternativas investigativas, el empleo de una o de otra depende de la escenario de investigación y sobre todo de la perspicacia con que el propio investigador sea capaz de asumir el proceso.

En cuanto al análisis de contenido aplicado a las prácticas de investigación de audiencia se encontró que estas poseen algunos elementos cualitativos, en tanto emplean técnicas que pertenecen a esta perspectiva metodológica como la revisión de documentos, análisis de contenidos por monitoreo, el trabajo grupal y la observación y en tanto pretenden provocar cambios en las programaciones a través del análisis de los gustos y preferencias.

Sin embargo no resulta difícil reconocer que predomina lo cuantitativo porque para medir la audiencia emplean métodos cuantitativos como la encuesta donde se cuantifican datos para llegar a resultados. Así mismo ocurre en casi la totalidad de las investigaciones consultadas, en algunas como las tesis que son estudios de audiencia se plasman de forma explícita la asunción de la metodología cuantitativa, mientras que en las otras investigaciones es posible deducirlo en tanto emplean técnicas como la encuesta y por tanto los resultados son expresados en datos numéricos, lo cual evidentemente pertenece a la metodología cuantitativa.

Aunque el enfoque cuantitativo de la investigación mediológica es predominante en la prácticas investigativas de la radio avileña, todos los Trabajos de Diploma, incluso los estudios clásico de audiencia, incorporan técnicas cualitativas de investigación como los grupos focales para indagar en gustos y preferencias, o interpretar significados de los grupos o destinatarios de los programas objeto de estudio.

En cuanto a los entrevistados solo uno de ellos planteaba que “en ocasiones se realizan estudios de hábitos de vida que son estudios cualitativos” (Entrevista 25 abril). Este mismo entrevistado acotaba que “en el estudio de audiencia uno se rige más por lo cuantitativo, porque es lo que te da un por ciento y es donde te

dice por ejemplo que los programas con menos del 50 por ciento no tienen buen nivel de audiencia”.

Otro de los entrevistados explica que “en consultas efectuadas a especialistas con muchos años de experiencia se reconoce que en la radio más que el número que puede existir, los niveles de audiencia se clasifican en bajo, medio, medio alto y alta audiencia, tomando para ellos elementos como son la hora de salida del programa, el destinatario y la temática que trata, razón por la cual un 50% no puede ser un indicador absoluto de bajo nivel de audiencia” (Entrevista 15 abril).

El resto de los sujetos a los que se le aplicó la entrevista concuerda en que “la realidad lo que manifiesta es un comportamiento dirigido hacia lo cuantitativo donde medir la audiencia y expresarla a través de resultados cuantitativos es parte de lo que más se hace en la emisora” (Entrevista 24 de marzo).

En tal sentido otro de los informantes claves decía “que la metodología más abarcadora es la cuantitativa, hacemos una selección de la muestra intencional por cuotas, buscamos al sujeto que sabemos consume algún audiovisual y llegamos a él” (Entrevista 12 de mayo).

La diversidad de matrices teóricas que asumen los estudios comunicológicos de la radio avileña apuntan a una multiplicidad de trayectorias investigativas y metodológicas más en consonancia con los modelos latinoamericanos, desde una concepción cultural marcada por los postulados kapluniano y el retorno al sujeto.

Todas estas prácticas de investigación constituyen acercamientos teóricos más participativos desde el punto de vista comunicológico, sin tendencias funcionalistas, ni orientaciones al estudio de los efectos, aunque tengan en cuenta tendencias culturales y académicas europeas, predominan en ellas los filtros latinoamericanos.

De los productos comunicativos generados por los Trabajos de Diplomas están en Radio Surco una propuesta de diseño de programación radial del municipio Venezuela para contribuir a la divulgación del acontecer del proyecto endógeno Cuba-Venezuela, teniendo en cuenta los gustos, preferencias y las características del entorno de sus pobladores (2010); otro de Radio Morón con mensajes cortos radiales para fortalecer la identidad cultural en los estudiantes de la Academia de

Artes Plásticas Raúl Martínez en ese municipio (2008), y en Radio Chambas, una propuesta de programa radial para la promoción de la música cubana en los jóvenes de la Sede Universitaria Pedagógica de ese territorio (2008).

Las estrategias de comunicación concebidas dan cuenta del carácter estructural de los procesos en los cuales se insertan sus objetos de investigación, así como de la dimensión ideológica y cultural de los mensajes propuestos, inspirados más bien en los postulados frankfurtianos y en el paradigma de la recepción activa, lo cual se evidencia en algunos de los Trabajos de Diplomas con aportes prácticos concretos entre los que se incluye un taller metodológico sobre cómo educar para una recepción crítica desde el perfeccionamiento de la dramaturgia del noticiero municipal de radio “Chambas en la Noticia” (2010), cuyo aporte didáctico es propio de los estudios de la comunicación educativa y parte desde la perspectiva del receptor activo, incluidas las rutinas productivas en la confección de noticiario.

3.2.4 Fines

Tanto el análisis de los documentos como el de contenido aplicados a las prácticas de investigación de audiencias permitió corroborar que lo que persiguen las mismas de forma general es lograr una mejor calidad en sus programaciones apoyados en el empleo de determinadas técnicas investigativas, las cuales varían según el contexto.

El análisis de contenido aplicado a las investigaciones evidencia un predominio de la indagación en los gustos y preferencias de la audiencia, con el fin de lograr la conformación de una programación que no solo responda a los intereses políticos e ideológicos de nuestros medios, sino una programación en la que se logre una mayor sintonía entre el medio y la audiencia.

Los estudios de emisores en cuanto a gustos y preferencias, seguidos por el interés de determinar el tratamiento temático y los hábitos de consumo constituyen las investigaciones de corte comunicológico que predominan en los estudios institucionales, con un enfoque teórico más centrado en las funciones de los medios desde los usos y las gratificaciones.

Sin embargo, en las investigaciones extra institucionales los fines de las prácticas de investigación son más variados. Aunque predominan los estudios de niveles de

audiencia en las comunicológicas, estas se concentran más en el tratamiento temático y en los gustos y preferencias, e incluyen técnicas cualitativas para el procesamiento de la información.

Completan este panorama las investigaciones para la producción, todas con aportes prácticos concretos que varían según el diseño metodológico asumido y el alcance de los objetivos propuestos, los cuales trascienden lo puramente instrumental y mediológico.

En cuanto a la entrevista los informantes claves coincidían en que “los fines varían según las características de la investigación en curso, por ejemplo, en algunas se persigue determinar el comportamiento de determinado valor artístico, mientras que en otras solo se pretende conocer y describir la asimilación de determinado programa, siempre con el interés final de lograr programaciones de una calidad óptima y con un alto grado de representatividad de los intereses de la audiencia” (Entrevista 24 de marzo).

Mientras que por otro lado un informante clave señalaba que “la tendencia real de las investigaciones sociales es la de medir la opinión de la audiencia a través del empleo de métodos y técnicas cuantitativas que reflejen resultados en forma numérica” (Entrevista 12 de mayo).

3.2.5 Variables e indicadores o categorías y subcategorías de análisis

Al revisar los documentos oficiales no fue posible el reconocimiento de forma explícita de una variable u otra, mas es deducible dado la supremacía del método cuantitativo de investigación que media en estas investigaciones. En primer lugar se encuentra que la principal variable que se maneja en estos documentos es el de nivel de audiencia de la programación de las cuales se desprenden una serie de subcategorías como gustos y preferencias, necesidades, expectativas.

En ese mismo sentido la *Política de la Calidad* por la cual se rige la radio establece que todas las emisoras del país deben ofrecer productos radiofónicos y servicios de calidad que satisfagan las necesidades, gustos, preferencias y expectativas de los oyentes.

Tomando en cuenta la supremacía de las prácticas investigativas tanto institucionales como extra institucionales en el sistema radial avileño, existe una

preponderancia de la categoría nivel de audiencia porque en la totalidad de los estudios lo que se busca con estos análisis es descubrir el número de personas que escuchan un programa, pero también información más específica y segmentada sobre una franja horaria determinada, la edad o el sexo de los receptores.

De ahí que las subcategorías más empleadas sean la medición del nivel de satisfacción, del índice de audiencia, identificación de los gustos y preferencias, determinación de la calidad de un determinado programa, o el tratamiento temático de un espacio.

De las investigaciones extra institucionales sobresalen dos Historias de Vida en Morón, las cuales a través de método biográfico narrativo indagan por los aportes de personalidades locales. En ambas investigaciones, la metodología responde esencialmente a la lógica cualitativa.

No obstante, uno de los entrevistados plantea que “la variable a su juicio más abarcadora y empleada es nivel de audiencia” (Entrevista 12 de mayo). Otro de los entrevistados percibe que “metodología, variable de investigación y subcategorías forman parte de lo mismo, están en correspondencia, es lógico que si existe una preponderancia por la metodología cuantitativa en la radio las técnicas, métodos y demás factores que intervienen en el proceso apuntan hacia un predominio de medir la audiencia con tal de mejorar la calidad de los programas” (Entrevista 24 de marzo).

Aunque la cuantificación de la audiencia en el sistema radial avileño es una de las prácticas investigativas más comunes, el análisis de contenido demuestra que la categoría que prevalece en este tipo de estudios es la de gustos y preferencias.

3.2.6 Métodos y técnicas de investigación

En el *Manual para el desarrollo de la actividad investigativa para los medios de comunicación audiovisuales emitido por el Centro de Investigaciones Sociales (CIS)* se establecen las pautas para el desarrollo de una actividad investigativa con resultados fieles a la audiencia. En dicho documento se hace referencia a la presencia de las dos metodologías existentes en investigación, la cuantitativa y la

cualitativa y por consiguiente a los métodos y técnicas que a cada uno le corresponden.

El análisis realizado a las prácticas investigativas arrojó que en correspondencia con la práctica de investigación de audiencia más común, la metodología predominante en el sistema radial avileño y los objetivos de las investigaciones es que entonces se articulan los objetivos y también los métodos y técnicas investigativos. Tomando en cuenta que en este caso predominan los estudios de audiencia, tanto en las investigaciones institucionales como extra institucionales las técnicas más empleadas son la entrevista y el cuestionario, por ser técnicas propias de este tipo de estudio. Específicamente en los Trabajos de Diplomas pueden encontrarse declaradas en su diseño metodológico, incluidas técnicas cualitativas como los grupos focales.

La información obtenida a través de la entrevista fue corroborada por los entrevistados, al respecto uno de ellos expresó: “la técnica más empleada es la encuesta, aunque en menor medida a veces se realizan sesiones que surgen del mismo dinamismo de las emisoras, digo en menor medida porque esta es una técnica que se utiliza solo a veces, en dependencia del público al cual se dirige la investigación” (Entrevista 12 de mayo). Otro de los entrevistados apuntaba igualmente que “la técnica más empleada es la encuesta a la audiencia específicamente” (Entrevista 11 de abril).

3.2.7 Principales resultados

En sentido general, las prácticas de investigación de audiencia que predominan en el sistema radial avileño son las investigaciones comunicológicas sobre las investigaciones para la producción, las cuales solamente se registran en las prácticas investigativas extra institucionales.

De las investigaciones comunicológicas predominan los estudios de audiencia, centrados en identificar el número de personas que escuchan un programa, tanto como información más específica en torno a los gustos y preferencias de los oyentes, siendo los estudios de emisores y de procesos productivos los menos comunes con excepción de Radio Morón.

Las diferencias entre los estudios de audiencia institucionales y los extra institucionales radican en el hecho de que los primeros se interesan por el éxito o el fracaso de sus programas, en tanto los segundos intentan descubrir qué tipo de formato más acorde con los intereses y gustos de su audiencia podría mejorar la tira programática de la emisora en cuestión.

Aunque ambos enfoques son de corte funcionalista y en ellos subyacen el determinismo causal entre la estructura de los mensajes y la estructura de la recepción, los estudios extra institucionales de los niveles de audiencia en Ciego de Ávila poseen mayor variedad temática, e incluso asumen la perspectiva de la investigación crítica, con un andamiaje teórico-metodológico mucho más complejo que rinde cuentas, por ejemplo, de los estudios de género.

La existencia de un proyecto de investigación conjunto entre la carrera de Comunicación Social y el ICR en Ciego de Ávila, sitúa a la universidad del territorio en uno de los protagonistas investigativos de la radio avileña.

3.2.8 Importancia atribuida a la investigación de audiencia

La importancia que se le atribuye a las investigaciones de audiencia en el sistema de la radio avileña radica en la posibilidad científica de conocer una opinión más acabada de los sujetos objetos de estudios a partir de que los mismos le proveen al investigador, la mayoría de las veces de forma inconsciente, de una amplia gama de indicadores.

Se trata de un concepto construido por el discurso social y académico para designar el público que supuestamente interactúa con la radio u otro medio de comunicación y cuyas diferentes tipologías dependen de ciertas variables tanto sociológicas como psicológicas del individuo tales como la edad, el sexo, el nivel socioeconómico, los hábitos individuales de vida, horarios, aficiones, signos de identidad y roles sociales, entre otros.

La finalidad de las prácticas de investigación de audiencias en el sistema radial avileño consiste en mantener o lograr la calidad requerida en las programaciones a través de la medición de la audiencia, marcado en alguna medida por las tendencias funcionalistas y la orientación al estudio de los efectos.

3.3 El modelo de los usos y gratificaciones desde las prácticas de investigación de audiencia en el sistema radial avileño.

A partir del análisis detallado de los modelos teóricos y la aplicación de sus principales postulados en la investigación mediática de la radio avileña, el modelo que predomina es en lo fundamental el de usos y gratificaciones, pero con algunas incidencias de valor brindadas, sobre todo por los Trabajos de Diplomas de la universidad avileña, y las concepciones de audiencia que se alejan de esta tendencia preponderante.

Por ejemplo, en las prácticas investigativas de audiencia generadas desde la universidad avileña el enfoque de estos estudios es francamente gramsciano, pues la comprensión del poder cultural como agente hegemónico es el que se establece como fundamento teórico y referencial.

Este rasgo es característico de las investigaciones generadas desde la universidad avileña, lo cual supone la influencia académica de la carrera de Comunicación Social en Ciego de Ávila se contraponen desde lo teórico con la tradición instrumental de la investigación radial al uso, acercando este tipo de prácticas de investigación a los modelos participativos y de retorno al sujeto que ponderan lo cultural sobre el pragmatismo de la investigación administrativa norteamericana y su modelo de usos y gratificaciones.

De ahí que se deduzca que de reorientar adecuadamente las líneas metodológicas de las prácticas investigativas de audiencia en el sistema de la radio avileña a partir de la influencia de los estudios mediológicos de la academia y su impacto social en los medios, la provincia tendría suficientes potencialidades para el fomento y desarrollo de investigaciones más ajustadas al paradigma cultural latinoamericano.

CONCLUSIONES

Las prácticas de investigación en el sistema radial avileño están sustentadas en lo fundamental por modelos teóricos que oscilan entre la preocupación por los efectos, y los usos y las gratificaciones.

Las prácticas de investigación de audiencia en la radio de Ciego de Ávila se caracterizan por:

- El predominio de las investigaciones comunicológicas extra institucionales.
- El predominio de los estudios de audiencia, las encuestas y por los Trabajos de Diploma, principalmente.
- La realización de al menos un estudio de audiencia por año.
- El limitado alcance de las investigaciones.
- Ejecutarse desde la Universidad de Ciego de Ávila “Máximo Gómez Báez” con la realización de Trabajos de Diploma y desde la propia emisora muchas de las cuales responden a demandas del ICRT y el CIS.
- El interés por el éxito o el fracaso de sus programas en el caso de las investigaciones institucionales y por el interés del mejoramiento de las programaciones en el caso de las extra institucionales.
- El interés en mantener o lograr la calidad requerida en las programaciones a través de la medición de la audiencia y del conocimiento de los gustos y preferencias de esta.
- La falta en ocasiones de intencionalidad de los estudios desde la Dirección propiamente.
- Falta de proyección en cuanto a la planificación de estudios.
- Tener una incidencia limitada en el rediseño de la tira programática.

El modelo teórico al cual se ajustan las prácticas de investigación de audiencia en el sistema radial avileño se caracteriza en lo fundamental por:

- Un eclecticismo de corrientes y acercamientos teóricos en el campo de la comunicación de masas, en el que predomina el interés por los efectos, y los usos y las gratificaciones.

- Reconocer el papel activo de la audiencia en tanto intenta develar las razones por las que la audiencia presta atención a los medios en general y a algunos canales y mensajes en particular.
- Reconocer que las características socioculturales influyen en las investigaciones y deben estar reflejadas en las emisoras para así ser realmente representativa de esta.
- Establecer que las necesidades y expectativas de los oyentes deben ser convertidas en requisitos de la calidad del producto que se elabora.
- Interesarse en determinar el tratamiento temático y los hábitos de consumo de determinados programas radiales a través de los estudios de emisores.
- Reconocer la necesidad del proceso de retroalimentación.
- El predominio del enfoque cuantitativo de la investigación mediológica aun cuando todos los Trabajos de Diploma, incluso los estudios clásicos de audiencia, incorporan técnicas cualitativas de investigación como los grupos focales que indagan en gustos y preferencias, o buscan la interpretación de significados de los grupos o destinatarios de los programas objeto de estudio.
- La cuantificación de la audiencia en el sistema radial avileño en la prevalece la categoría de gustos y preferencias.
- Un concepto de público en el que las diferentes tipologías dependen de ciertas variables tanto sociológicas como psicológicas del individuo tales como la edad, el sexo, el nivel socioeconómico, los hábitos individuales de vida, horarios, aficiones, signos de identidad y roles sociales.
- La importancia que se le atribuye a las investigaciones de audiencia en el sistema de la radio avileña, la cual radica en la posibilidad científica de conocer una opinión más acabada de los sujetos objetos de estudio a partir de elementos que los mismos le proveen al investigador.

RECOMENDACIONES

- Ampliar el alcance del presente estudio a fin de describir el objeto de investigación a nivel territorial y nacional
- Caracterizar los modelos teóricos a los que se ajustan las prácticas de investigación de audiencias del sistema de Televisión de Ciego de Ávila.
- Capacitar a directivos y representantes de los departamentos investigativos del sistema radial avileño para el fomento y desarrollo de prácticas investigativas de audiencia que se correspondan aún más con los enfoques teóricos latinoamericanos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, M. (s/f). *Entrevista con Margarita Alonso. Dra. en Ciencias de la Comunicación Universidad de la Habana Por: Elena Nápoles y Rosa Muñoz*. La Habana. Cuba.
- Alonso, M. (1999). *Teorías de la recepción en comunicación de masas*. La Habana. Ed: Pablo de la Torriente.
- Alonso, M. (2003). *Teoría de la Comunicación: Apuntes*. La Habana. Ed: Pablo de la Torriente.
- Alonso, M y Saladrigas, H. (2000). *Guía Didáctica para investigar en Comunicación Social*. La Habana. Ed: Pablo de la Torriente.
- Alonso, M. y Saladrigas, H. (2006). *Teoría de la comunicación. Una introducción a su estudio*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Alonso, M. y Saladrigas, H. (2007). *Para Investigar en Comunicación Social. Guía Didáctica*. La Habana. Ed: Pablo de la Torriente.
- Álvarez, I. (1997). *Investigación Cualitativa. Diseños Humanísticos e Interpretativos. Material de Estudio*. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.
- Álvarez, J. T. (s/f). *Historia y modelos de comunicación en el siglo XX*. Ed: Pablo de la Torriente
- Austin, T. (2000). *Teoría de los Sistemas y Sociedad*. Editorial Arturo Prat. Santiago de Chile.
- Anderson, J. (1996). *Communication theory. Epistemological foundations*. The Guilford Press, New York, London.
- Ang, I. (1994). *Cultura y comunicación: por una crítica etnográfica del consumo de medios en el sistema mediático transnacional*. Revista Causas y Azares (1) (pág. 52-65) Buenos Aires.
- Aylor, S. J y Bodgan, R. (1980). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona. Ed: Paidós.
- Caro, F.A. (s/f). *Los Medios Masivos de Comunicación*. Recuperado el 29 de octubre de <http://www.monografias.com>

- Cejas, M.M. (2013). *Estudio del espectro radiofónico de la localidad de Jatibonico*. (Trabajo de Diploma no publicado). Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Villa Clara. Cuba
- Cherwitz, R and Hikins J. (1986). *Communication and Knowledge: An investigation in Rethorical Epistemology*. Columbia SC: University of South Carolina Prees.
- Córdoba, F. G. (2004). *La tesis y el trabajo de tesis: Recomendaciones metodológicas para la elaboración de los trabajos de tesis*. México: Limusa.
- De Urrutia, L. y González, G. (2003). *Metodología de la investigación social. Selección de Lecturas*. La Habana. Ed: Félix Varela.
- Eco, U. (s/f). *Para una guerrilla semiológica*. Recuperado el 25 de diciembre del 2013 de <http://www.nombrefalso.com.ar>
- Fuentes, R. (1998). *La emergencia de un campo académico*. ITESO/Universidad de Guadalajara. México.
- Gaitán, Juan A. y José L. Piñuel. (1998) *Técnicas de investigación en Comunicación Social. Elaboración y registro de datos*. Editorial Síntesis, España.
- García C, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Ed: Grijalbo. CNCA. México.
- García, J. (1998). *El mundo de la radio*. Quito. Ediciones CIESPAL.
- García Santiago, M. (s/f). *Manual Básico de Literatura Gris*. España.
- Garcés, R. (2006). *Programas de radio. Selección de textos*. La Habana: Ed: Pablo de la Torriente.
- Gómez de M, D. (2012). *Las relaciones con los medios de comunicación en el sistema institucional de la cultura: Propuesta de lineamientos teórico-metodológicos para el trabajo con los medios de comunicación*. (Trabajo de Diploma no publicado). Universidad de La Habana. La Habana. Cuba

- Guirado, Y. (2012). *Ser o parecer. Análisis de recepción de la obra "Noche de Reyes"*. (Trabajo de Diploma no publicado). Universidad de La Habana. La Habana. Cuba.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. (4ta. Ed.) México: McGraw-Hill.
- Hernández, A (1999). *Las investigaciones para la comunicación en Cuba: el ejemplo de TRANS\$CARD*. Revista Espacio (1) (pág. 41-48).
- Infante, A. M. (2012). *Dale reggaetón, toma reggaetón...Estudio de recepción de video clips cubanos del género reggaetón en adolescentes de La Habana*. (Trabajo de Diploma no publicado).Universidad de La Habana. La Habana. Cuba.
- Kaplún, M. (s/f). *Producción de Programas de Radio*. La Habana. Ed: Pablo de la Torriente.
- López, J. I. (2000). *Manual urgente para radialistas apasionados*. La Habana. Ed: Félix Varela.
- López, L. (2007). *Comunicación Social. Selección de Textos*. La Habana. Ed: Félix Varela.
- Martín, M. (1993). *La producción Social de Comunicación*. Madrid. Ed: Alianza.
- Martín, M. (2005). *Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. (2da ed.). La Habana: Pablo de la Torriente.
- Medina, H. I. (2005). *Desde el otro lado, Aproximación a los estudios latinoamericanos sobre recepción*. La Habana. Ed: Pablo de la Torriente.
- Martín, J. (s/f). *Retos a la investigación de comunicación en América Latina*. Recuperado el 28 de octubre del 2013 de <http://www.monografias.com>
- Mcquail, D. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona. Ed: Paidós.
- Mattelart, A. (1987). *Pensar sobre los medios*. Fundesco. Madrid.
- Mattelart, A y Érick N. (2006). *Introducción a los estudios culturales*. Editorial Paidós, Barcelona

- Mattelart, A y Mattelart, M. (1995). *La invención de la comunicación*. Editorial Bosh. Barcelona.
- Martín B, J. (1990). *Comunicación, campo cultural y proyecto mediador*. En Diálogos de la Comunicación
- Martín B, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación cultura y hegemonía*. México: Gustavo Pili.
- Martín, M (s/f) *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. La Habana, Ed: Pablo de la Torre.
- Martín, J. (s/f). *Retos a la investigación de comunicación en América Latina*. Recuperado el 28 de octubre del 2013 de <http://www.monografias.com>
- Muñoz, R. (s/f) *Análisis Semiótico de la Prensa Chilena*. Revista del Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile. Recuperado el 16 de dic de <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl>
- Norbis, G. (1971). *Didáctica y estructura de los medios audiovisuales*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.
- Orozco, G. (1996). *La Investigación en Comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Recuperado el 17 de febrero de <http://books.google.com>.
- Orozco, G. (1997). *Tendencias generales en la investigación de medios: un encuentro pendiente*. Comunicación y Sociedad.
- Otero, E (1998). *Teorías de la Comunicación*. Universidad de Chile. Santiago de Chile.
- Pérez, P (2009). *La comunicación social y los retos de la radio cubana actual*. Revista Espacio (12) (pág. 46-48).
- Pontón, J. (2009). *Influencia de los Medios de Comunicación de Masas* Recuperado el 22 de febrero del 2014 de <http://www.monografias.com/trabajos/influmcm/influmcm.shtml>
- Pacheco, E. (2008). *La radio: una conceptualización necesaria*. Recuperado el 20 de enero del 2014 de <http://www.monografias.com/trabajos/influmcm/influmcm.shtml>

- Rodríguez, G. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Editorial Aljibe.
- Rodríguez, O. (2005). *La triangulación como estrategia de investigación en ciencias sociales*. En la I+D que tenemos. No 31. Septiembre, (material fotocopiado).
- Rodríguez, T. H. (s/f). *Análisis semiótico comparativo de productos y contenidos que generan los medios de comunicación masiva sobre temáticas de seguridad pública: Caso Guayaquil, Ecuador. Enero-Mayo 2011(Primera Parte)*. Recuperado el 28 de octubre del 2014 de <http://www.infoamerica.org>
- Rojas, E. (2012). *Estudio de la dramaturgia del programa dominical de radio Morón "En el Contén del Barrio"*. (Trabajo de Diploma no publicado) Universidad "Máximo Gómez Báez" (UNICA) de Ciego de Ávila. Ciego de Ávila. Cuba
- Saladrigas, H (2012) *La investigación y la toma de decisiones*. *Revista Espacio* (14) (pág., 28-30).
- Sardar, Z y Loon B. (2005). *Estudios culturales para todos*. Barcelona. Ed: Paidós
- Stake, R. E (1995). *Investigación con estudio de casos*. Ediciones Morata. Madrid.
- Stake, R.E. (2006). *Multiple Case Study Analysis*. New York, Guilford Press
- Stake, R.E. (1988). *Investigación con estudio de casos*. Ediciones Morata. Madrid.
- Silva, O. (s/f). *El análisis del discurso según Van Dijk y los estudios de la comunicación*. *Revista Razón y Palabra*. Recuperado el 29 de octubre de <http://www.razonypalabra.org>.
- Tejeda, L. (2001). *Investigación, desarrollo y comunicación sociocultural: unidad dinámica en el proceso de transformación personal y grupal*. *Revista Espacio* (5) (pág. 25-28).

-
- Torres, C. (2010). *Aproximación a CMQ Radio como principal industria cultural del ámbito radial cubano a fines de la década del cuarenta y durante los cincuenta*. (Trabajo de Diploma no publicado). Universidad de la Habana. La Habana. Cuba.
 - Vidal, J. R. (2004). “*Paradigmas básicos en la comprensión de la comunicación*”, en *Comunicación y Educación Popular*. La Habana. Ed: Caminos
 - Wolf, M. (1987). *La investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Editorial Paidós.
 - Wolf, M. (2007). *Los efectos sociales de los media*. La Habana: Pablo de la Torriente.
 - Yin, Robert K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

ANEXOS

Anexo I Prácticas de investigación de audiencias en Ciego de Ávila

Leyenda:

(TD): Trabajo de Diploma

No	Año	Emisora	Estudio (Título)	Fuente Emisora		Modalidad de las investigaciones	
				Institucional	Extra-Institucional	Comunicológicas	Para la Producción
1.	2009	Radio Surco (Ciego de Ávila)	Informe Parcial de Resultados del estudio de emisor a los programas: "Con nombre de mujer", "En Familia".	X	—	Estudio de emisor	—
2.			Estudio nacional sobre hábitos de vida de la población cubana.	—	X	Estudio de audiencia	—
3.			Estudio nacional de uso y tenencia de medios	—	X	Estudio de emisor	—
4.			Estudio Opinático sobre el Verano de la Emisora Provincial Radio Surco	X	—	Estudio de emisor	—
5.			Estudio de necesidades informativas en la población para la confección del programa de Facilitación Social.	X	—	Estudio de audiencia	—
6.			Combinación de estudio de emisor y receptor. Programa "Del Campo y Punto".	X	—	Estudio de emisor	—
7.			Estudio sobre la utilización de la música y la estadística que se reporta.	X	—	Estudio de emisor	—
8.	2010		Informe preliminar sobre los hábitos de consumo del programa juvenil "En tu Onda" entre el estudiantado de la enseñanza media superior del municipio de Ciego de Ávila	X	—	Estudio de audiencia	—
9.			Estudio Opinático sobre el Verano de la Emisora Provincial	—	—	Estudio de emisor	—

		Radio Surco	X			
10.		Propuesta de diseño de la programación radial del municipio Venezuela para contribuir a la divulgación del acontecer del proyecto endógeno Cuba-Venezuela, teniendo en cuenta los gustos, preferencias y las características del entorno de sus pobladores. (TD)	—	X	—	Estrategia de comunicación
11.		Propuesta de Plan de mejora para los programas del destinatario mujer-familia de la Emisora Provincial Radio Surco” (TD)	—	X	—	Estrategia de comunicación
12.	2011	Encuesta de la calidad	X	—	Estudio de emisor	—
13.		Estudio en Comunidades Pesqueras para conocer gustos y preferencias así como audiencia del programa “Por los Caminos del Mar”.	X	—	Estudio de Emisor	—
14.		Estudio de audiencia del programa radial “ Hoy como ayer” de la Emisora Provincial Radio Surco. . (TD)	—	X	Estudio de Audiencia	—
15.		Estudio de audiencia del programa radial “Desfile Dominical” de la Emisora Provincial Radio Surco. . (TD)	—	X	Estudio de Audiencia	—
16.		Estudio de Audiencia al programa “Nuestra Música” de la emisora provincial Radio Surco de Ciego de Ávila. (TD)	—	X	Estudio de Audiencia	—
17.		Estudio de audiencia del programa “Guateque Cubano” de la Emisora Provincial Radio Surco en los campesinos de la CPA “Batalla del Jigüe” en la provincia de Ciego de Ávila. . (TD)	—	X	Estudio de Audiencia	—
18.		Estudio de audiencia de la sección Ciriaco en la revista informativa “En Primer Plano” de la emisora provincial Radio Surco. (TD)	—	X	Estudio de Audiencia	—
19.		Estudio de Audiencia del Programa Radial “Panorama Juvenil” de la Emisora Provincial Radio Surco. (TD)	—	X	Estudio de Audiencia	—
20.		Estudio de Audiencia del programa infantil “La Ruta de las Sorpresas”. (TD)	—	X	Estudio de Audiencia	—
21.		Identificación de los valores que promueve el programa radial “Matices” de la emisora provincial radio Surco de Ciego de Ávila. (TD)	—	X	Estudio de Mensajes	—
22.		Estudio de Audiencia del programa “Protagonista” de la Emisora Provincial Radio Surco en Ciego de Ávila. (TD)	—	X	Estudio de Audiencia	—
23.		Plan de Acción para promocionar el programa Infantil “Donde Guardo mis Juguetes” de la Emisora Provincial Radio Surco de Ciego de Ávila. (TD)	—	X	—	Estrategia de Comunicación

24.			Plan de Acción para promocionar el programa infantil “De Domingo en Domingo” de la Emisora Provincial Radio Surco. (TD)	—	X	—	Estrategia de Comunicación
25.			Manifestaciones de las tradiciones orales campesinas en el programa de variedades “Del Campo y Punto” de la Emisora Provincial Radio Surco. (TD)	—	X	Estudio de Mensajes	—
26.			Estudio Opinático sobre el Verano de la Emisora Provincial Radio Surco	X	—	Estudio de Emisor	—
27.			Tratamiento del tema Cáncer en los medios .Tributa investigación Nacional.	—	X	Estudio de Mensajes	—
28.			Estudio sobre el tema de los valores desde la perspectiva del emisor y los públicos en los medios de comunicación(CIS-ICRT)	—	X	Estudio de Emisor	—
29.	2012		Estudio sobre el programa “11 Variedades”	X	—	Estudio de Emisor	—
30.			Encuesta Nacional de Radio	—	X	Estudio de Emisor	—
31.			Investigación del programa “A Ritmo del Almanaque”	X	—	Estudio de Emisor	—
32.			Estudio de Audiencia de Radio Progreso	—	X	Estudio de Emisor	—
33.			Estudio de audiencia del programa radial “En tu Onda” de la emisora provincial Radio Surco. (TD)	—	X	Estudio de Audiencia	—
34.			Estudio para conocer las opiniones, gustos y preferencias de oyentes de Radio Taíno.	—	X	Estudio de Emisor	—
35.	2013		Encuesta a Jóvenes de la Enseñanza Media.	X	—	Estudio de Emisor	—
36.			Estudio General de Medios Infantil	X	—	Estudio de Emisor	—
37.			Informe de los resultados obtenidos en la investigación de la programación de verano orientada por el Centro de Investigaciones Sociales del ICRT (CIS)	—	X	Estudio de Emisor	—
38.			Informe de los resultados obtenidos en la investigación de los niños orientada por el Centro de Investigaciones Sociales del ICRT (CIS)	—	X	Estudio de Emisor	—

No	Año	Emisora	Estudio(Título)	Fuente Emisora		Modalidad de las investigaciones	
				Institucional	Extra-Institucional	Comunicológicas	Para la producción
39.	2008	Radio Morón	Mensajes cortos radiales para fortalecer la identidad cultural en los estudiantes de la Academia de Artes Plásticas Raúl Martínez del municipio Morón. (TD)	1) —	X	—	Para la elaboración de productos comunicativos
40.			Sistema de Acciones para elevar la calidad en el desempeño de los locutores en la Emisora de Radio del municipio Morón de la provincia Ciego de Ávila en el año 2008. (TD)	2) —	X	—	Estrategia de Comunicación
41.			Plan de acción para elevar la calidad de la salida al aire del programa Todo Música de la emisora Radio Morón. (TD)	3) —	X	—	Estrategia de Comunicación
42.			Caracterización del tratamiento que se le da al maltrato infantil en el programa Frente a la Vida de la Emisora Municipal Radio Morón. (TD)	4) —	X	Estudio de Mensajes	—
43.	2012		Historia de vida de Eusebio Arquímedes Romo Pérez, a partir de sus aportes al desarrollo de la locución en la provincia de Ciego de Ávila. (TD)	5) —	X	ESTUDIOS HISTÓRICOS	—
44.			Dramaturgia del Programa Infantil Dramatizado La Casa de Tía Lucero de la emisora Municipal Radio Morón. (TD)	6) —	X	Estudio de Emisor	—
45.			Estudio de la dramaturgia del programa dominical de Radio Morón "En el contén del barrio". (TD)	7) —	X	Estudio de Emisor	—
46.	2013		Estudio investigativo al programa "La Casa de Tía Lucero" de la Emisora de Radio Morón	8) X	—	Estudio de Emisor	—
47.			Rasgos que definen la dramaturgia del programa recreativo Entre Café de la Emisora Radio Morón. (TD)	9) —	X	Estudio de Emisor	—
48.			Rasgos que definen la dramaturgia del programa recreativo Preludio de la Emisora Radio Morón. (TD)	10) —	X	Estudio de Emisor	—
49.			Rasgos que definen la dramaturgia del programa	11)		Estudio de Emisor	

			cultural De Nosotros de la Emisora Radio Morón. (TD)	—	X		—
50.			Rasgos que definen la dramaturgia del programa educativo Frecuencia de la Emisora Radio Morón. (TD)	12) —	X	Estudio de Emisor	—
51.			Como ave fénix la novia renace en la Historia de Vida de Elia Rodríguez Castillo. (TD)	13) —	X	ESTUDIOS HISTÓRICOS	—
52.			Proyecto temático para reflejar el quehacer de la Brigada José Martí en el programa juvenil “Milenio”, de la Emisora Municipal de Radio Morón (TD)	14) —	X	Estudio de Mensajes	—
53.			Identificación del tratamiento temático del programa musical “Melodías en Concierto” de la Emisora Municipal Radio Morón. (TD)	15) —	X	Estudio de Mensajes	—
54.			Identificación del tratamiento temático del programa musical Añorado Encuentro de la Emisora Municipal Radio Morón”. (TD)	16) —	X	Estudio de Mensajes	—
55.			Dramaturgia del programa recreativo Música sobre la Ciudad de la emisora Radio Morón. (TD)	17) —	X	Estudio de Emisor	—
56.			Dramaturgia del programa recreativo La Gran Tarde de la Emisora Radio Morón. (TD)	18) —	X	Estudio de Emisor	—
57.			Dramaturgia del programa educativo El lenguaje, usted y yo de la Emisora Radio Morón. (TD)	19) —	X	Estudio de Emisor	—
58.			Eficacia informacional de los mensajes cortos de apertura y cierre de la programación de la Emisora Municipal Radio Morón. (TD)	20) —	X	Estudio de Emisor	—
59.			Dramaturgia del programa cultural Identidad de la Emisora Radio Morón. (TD)	21) —	X	Estudio de Emisor	—
60.			Dramaturgia del programa recreativo Encuentro de la Emisora Radio Morón. (TD)	22) —	X	Estudio de Emisor	—

No	Año	Emisora	Estudio(Título)	Fuente Emisora		Modalidad de las investigaciones	
				Institucional	Extra-Institucional	Comunicológicas	Para la producción
61.	2008	La Voz de la Parranda	Estudio para determinar el índice de audiencia de	1)		Estudio de Audiencia	

		(Chambas)	los programas que se transmiten en la emisora "La Voz de la Parranda".	X	—		—
62.			Programa radial de promoción de la música cubana para contribuir al desarrollo de la cultura musical en los jóvenes de la Sede Universitaria Pedagógica del municipio Chambas. (TD)	2) —	X	—	Para la elaboración de productos comunicativos
63.	2009		Encuesta para mejorar la calidad de la programación de verano.	3) X	—	Estudio de Emisor	—
64.			Estrategia de comunicación a través de la radio municipal para el incremento del nivel de conocimiento sobre la diversidad sexual en función de la prevención de las ITS y VIH-sida en el Consejo Popular de Chambas. (TD)	4) —	X	—	Estrategia de Comunicación
65.	2010		Encuesta sobre gustos y preferencias	5) X	—	Estudio de Emisor	—
66.			Propuesta de talleres metodológicos para perfeccionar la dramaturgia del noticiero municipal de radio: "Chambas en la Noticia". (TD)	6) —	X	—	Comunicación-Educación.
67.	2012		Informe general de nivel de audiencia por programas	7) X	—	Estudio de Audiencia	—
68.			Proyección temática de la programación en la etapa de verano (TD)	8) —	X	Estudio de Emisor	—
69.			Estudio de audiencia del programa En la Tarde de la Emisora "La Voz de la Parranda" (TD)	9) —	X	Estudio de Audiencia	—
70.	2013		Niveles de audiencia por programas en Radio Chambas	10) X	—	Estudio de Audiencia	—
71.			Encuesta sobre la programación de verano	11) X	—	Estudio de Emisor	—

No	Año	Emisora	Estudio(Título)	Fuente Emisora		Modalidad de las investigaciones	
				Institucional	Extra-Institucional	Comunicológicas	Para la producción
72.	2012	Radio Amanecer: 1ro de Enero (Violeta)	Informe sobre los resultados de la encuesta aplicada, para medir la calidad de los espacios vigentes y los gustos y preferencias, para próximos proyectos a implementar.	1) X	—	Estudio de Emisor	—
73.			Informe sobre el estudio telefónico realizado para	2)		Estudio de Emisor	

			comprobar la preferencia por el espacio "Con Estilo Nacional".	X	—		—
74.			Informe de la investigación realizada para comprobar la preferencia del público por el horario de transmisión de nuestra emisora.	3) X	—	Estudio de Emisor	—
75.	2013		Nivel de audiencia de la parrilla vigente.	4) X	—	Estudio de Emisor	—

Anexo II Guía para el análisis de documentos oficiales

Objetivos:

- Detectar pautas institucionales con respecto a la investigación de audiencia.

Indicadores:

1. Prácticas de investigación de audiencias:

- Motivaciones y problemáticas susceptibles de investigación
- Alcance municipal, local o provincial.
- Periodicidad.
- Institución generadora.
- Objetivos de las investigaciones.
- Incidencia de las investigaciones en el rediseño de la tira programática.

2. Modelos teóricos:

- Concepto de audiencia
- Concepción de la relación medio-audiencia
- Metodología empleada (cuantitativa o cualitativa)
- Fines
- Variables e indicadores o categorías y subcategorías de análisis
- Métodos y técnicas de investigación utilizadas
- Principales resultados

Importancia atribuida a la investigación de audiencia.

Anexo III Guía para el análisis de contenido aplicado a las prácticas de investigación de audiencias radiofónicas:

1. Prácticas de investigación de audiencias:

- Tipo de práctica investigativa.

- Motivaciones y problemáticas susceptibles de investigación
- Fecha de Ejecución.
- Alcance municipal, local o provincial.
- Periodicidad.
- Institución generadora.
- Objetivos de las investigaciones.
- Incidencia de las investigaciones en el rediseño de la tira programática.

2. Modelos teóricos:

- Concepto de audiencia
- Concepción de la relación medio-audiencia
- Metodología empleada (cuantitativa o cualitativa)
- Fines
- Variables e indicadores o categorías y subcategorías de análisis
- Métodos y técnicas de investigación utilizadas
- Principales resultados
- Importancia atribuida a la investigación de audiencia

Anexo IV Guía para la entrevista semiestructurada

Fecha:

Hora:

Lugar:

Entrevistado:

Entrevistador:

Objetivos:

- Determinar las particularidades de las prácticas de investigación de audiencias.
- Explorar las concepciones teórico-metodológicas que los informantes claves manejan en la ejecución de las prácticas de investigación de audiencias.

Indicadores:*1. Cuestiones generales:*

- Formación profesional
- Plaza que ocupa
- Años de experiencia

2. Prácticas de investigación de audiencias:

- Tipo de práctica investigativa.
- Motivaciones y problemáticas susceptibles de investigación
- Alcance municipal, local o provincial.
- Periodicidad.
- Institución generadora.
- Objetivos de las investigaciones.
- Incidencia de las investigaciones en el rediseño de la tira programática.

5. Modelos teóricos:

- Concepto de audiencia
- Concepción de la relación medio-audiencia
- Metodología empleada (cuantitativa o cualitativa)
- Fines
- Variables e indicadores o categorías y subcategorías de análisis
- Métodos y técnicas de investigación utilizadas
- Principales resultados

Importancia atribuida a la investigación de audiencia.

Anexo V Relación de sujetos entrevistados

Entidad	Entrevistado	Ocupación
Emisora Provincial: Radio Surco (Ciego de Ávila)	1. Noemí Milián Rosa 2. Roeldys González Laffita 3. Yalili Medina Herrera	1. Ex jefa del grupo metodológico 2. Ex especialista del grupo metodológico 3. Especialista en música

Emisora Provincial: Radio Surco (Ciego de Ávila)	Damián Betanzos Hernández	<ul style="list-style-type: none"> • Periodista • Profesor auxiliar de la Universidad "Máximo Gómez Báez"
Emisora Municipal: Radio Morón	<ol style="list-style-type: none"> 1. Georgina Gómez Calderón 2. Yania C. Rodríguez Ramos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asesora de programación y jefa del proyecto de Radio Morón con la UNICA 2. Especialista en investigaciones sociales
Emisora Municipal: La Voz de la Parranda (Chambas)	Anay Naranjo Hernández	Ex responsable del grupo metodológico
Emisora Municipal: Radio Amanecer (1ro de Enero)	Leonardo Mederos Cabrales.	Esp. en arte de los medios y responsable del grupo de investigación