

Rutinas productivas e ideologías profesionales en el semanario *CINCO* de Septiembre: identidades subyacentes, complejidades y relaciones.

Adriana Peña Barbieri



UNIVERSIDAD CENTRAL "MARTA ABREU" DE LAS VILLAS



Rutinas productivas e ideologías profesionales en el semanario *CINCO de Septiembre*:
identidades subyacentes, complejidades y relaciones

Trabajo de Diploma

Autora: Adriana Peña Barbieri

Tutor (a): MSc. Mónica Lugones Muro

Curso: 2012-2013

Dedicatoria:

A mi madre, porque no solo me dio su vientre como umbral hacia la vida,
sino porque desafió sola los derroteros de casi toda mi niñez,
sin miedos, con el coraje que solo ella se impone ante las dificultades.

También porque me enseñó a apreciar la cultura y el conocimiento, con una convicción tan profunda que me llevó a recorrer desde pequeña el mundo del Teatro, la Televisión y los infinitos deportes en los que nunca fui buena, sin embargo, su ejemplo profesional delegó en mí las huellas para el futuro camino.

Solo ella sabe que si he llegado a escribir estas palabras es porque he cumplido mi sueño, pero también el de ella, por haber estudiado una carrera universitaria, que aunque nunca constituyó exigencia, bien reconozco en su mirada el orgullo de quien siente haber realizado una labor exitosa comenzada hace 22 años atrás.

A mi mamá, por sus desvelos, por los tiempos difíciles que nunca percibí a su lado, por la fantasía infantil que perduró en mí por mucho tiempo, por la comprensión en la adolescencia, por los regaños necesarios, y los consejos en mi juventud.

No lograré nunca sintetizar, ni definir mis agradecimientos y mi eterna deuda de amor, pero sé que no necesita tantas palabras para percibir mis sentimientos, nuestro vínculo va más allá. Para ti va este logro, es tanto mío, como tuyo.

A mis abuelos por ocupar un lugar tan especial e íntimo en mi corazón, porque agradezco a la vida de regalarme el privilegio de tenerlos aún a mi lado, y porque espero dure mucho tiempo más.

A mi abuelita Eduviges, por pedirle a Dios que le diera fuerzas para llegar a verme superar este momento, por quererme con un amor tan sosegado y especial, como solo ella sabe entregarme, y porque la adoro incondicionalmente.

A mi abuelita Madalina, porque a pesar de la distancia, y del tiempo sin vernos, piensa mucho en mí, y porque la llevo en el mejor de los lugares, en mi corazón.

A mi abuelo Barbieri, aliado en todos mis inventos y recorridos de pequeña, por amarrarme los cordones bien apretados en todas las esquinas sin protestas, por demostrar su orgullo hacia mí.

A mi abuelo Pepe, por no olvidarme, a pesar de que los años y los problemas de salud han empañado su memoria, por quererme y apoyar siempre mis emprendimientos.

A mi hermanita Susana, como legado de inspiración hacia el conocimiento, por su preocupación, y porque en estos meses ha aprendido de rutinas productivas e ideologías profesionales, casi tanto como yo.

Agradecimientos:

A Paqui, por su ayuda imprescindible, constante e importante, no solo en estos cinco años, sino en los catorce que lleva siendo como un padre para mí.

A todo el familión que está lejos, por la preocupación, el apoyo y la ayuda incondicional.

A la familia de Cruces, porque siempre confiaron y creyeron en mí.

A la familia que tengo cerca por el ánimo y la confianza.

A Migue, por su comprensión y cariño, y por impregnarme de su forma tan saludable e inteligente de comprender la vida y las dificultades, sin él no hubiera llegado a la meta final.

A mi papá, por la ayuda.

A mis tres amigos especiales, Amanda, Lesly, Roberto, gracias por estar a mi lado siempre.

A mis suegros, por la ayuda y la preocupación.

A los amigos y amigas de la Universidad, por compartir experiencias inolvidables e imperecederas.

A mi tutora Mónica, por ser guía certera, por los consejos, la inteligencia, el apoyo incondicional y por atender mis llamadas a cualquier hora.

A Rafael, porque todo apoyo, y ayuda siempre fue importante.

A Linnet por su tiempo e inteligencia, y a todos los profesores de la Facultad, por la preparación, las revisiones, y la enseñanza durante los cinco años.

Al periódico *CINCO de Septiembre*, Alina, Magalys, Castillo, las correctoras y a todos los periodistas por la acogida y la comprensión desde el comienzo.

A Camilo e Isdel por el diseño.

RESUMEN

A partir de un estudio de emisor, la siguiente investigación examina las ideologías profesionales de los periodistas del semanario *CINCO de Septiembre* desde el proceso productivo. La investigación centra su análisis en la influencia de las rutinas productivas del Periódico en las ideologías profesionales de sus periodistas, a través de las fases de recogida y selección del proceso rutinario, además de los factores externos e internos, y los valores noticia. Desde la perspectiva cualitativa se emplea el método bibliográfico documental y la etnografía, además de técnicas como la observación participante, la entrevista, la encuesta y los grupos focales. La triangulación de estos métodos y técnicas permite conocer que las ideologías profesionales en el *CINCO de Septiembre* develan una crisis de legitimidad a causa del exceso de centralización política evidente en la rutina productiva del órgano a través de regulaciones externas.

ÍNDICE.

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: SOCIOLOGÍA Y COMUNICACIÓN: PAUTAS PARA UN ANÁLISIS	6
De emisores, gatekeepers y newsmaking: nuevas legitimaciones para un estudio.	6
1.2 Rutinas productivas: eje de los medios de comunicación	8
1.2.1 Recogida de información, estrategias para el comienzo de la labor periodística.....	12
1.3 La selección: un proceso definitorio	16
1.3.1 Selección de tercer grado: la tematización como convergencia entre sistema comunicativo y sistema político	19
1.3.2 Valores noticia: componentes indispensables del proceso productivo.....	21
1.4 Ideologías profesionales: una mirada interdisciplinar	24
1.5 Factores mediadores del proceso productivo, regulaciones profesionales en legitimación.	26
1.5.1 Factores externos: medios de prensa e ideología, retóricas y confluencias.	30
1.5.1 Factores internos: la empresa periodística, mecanismos para la reconstrucción de la realidad	34
1.5.3 Formación profesional de los periodistas, reflexiones teóricas para un debate.	38
CAPÍTULO II: APUNTES METODOLÓGICOS	42
CAPÍTULO III: CINCO DE SEPTIEMBRE POR DENTRO.....	49
3.1 Nuevas generaciones vs nuevas ideologías profesionales.....	51
CAPÍTULO IV: FUNDAMENTOS DE UN ESTUDIO	54
4.1 Al interior del CINCO de Septiembre	54
4.2 Fase de recogida: preludio de una construcción social	57
4.2.1 Dietario de la semana: puntos de partida para la construcción de la realidad cienfueguera	64
4.2.2 Política editorial, concreción de la mediación	69
4.3 La selección: comunicación institucionalizada	73
4.3.1 Gestión mediática: organización y control.....	81
4.3.2 Infraestructura y oscilaciones del flujo productivo.....	83
4.3.3 Profesionalidad y profesionalización, claves para la organización interna	85
4.4 Ideologías profesionales: regulación de factores reales e ideales, claves del rol periodístico	90
4.4.1 Salario vs motivaciones profesionales	99
4.4.2 Ética periodística, insatisfacciones y confluencias.....	101
CONCLUSIONES:	105
RECOMENDACIONES:	107
BIBLIOGRAFÍA:	108
ANEXOS:	115

INTRODUCCIÓN

La tendencia hacia los estudios de emisores constituye una vertiente comunicológica acogida con interés en el campo investigativo actual. Multiplicidad de conflictos, estrategias y mediaciones se descubren en el entramado funcional de cualquier medio de prensa a partir de la profundización en las rutinas productivas de sus protagonistas.

Por otro lado, los estudios sobre las ideologías profesionales de los periodistas han resultado tópicos poco abordados. Sin embargo, en los últimos años el quehacer de las investigaciones en esta área ha variado a partir de los debates sobre la pertinencia del Periodismo como campo profesional y académico, pues el acercamiento a los procesos de construcción de la realidad, desde los significados objetivos y subjetivos, evidencia elementos significativos para la validación de ambos sectores.

Ahondar en la subjetividad de los fenómenos de la Comunicación permite una amplia percepción sociológica de los procesos subyacentes en las rutinas productivas, al profundizar en la profesionalidad a partir de tres niveles fundamentales: el organizacional; el de los valores y creencias interiorizados por los periodistas, y el extramediático.

Los aportes sociológicos del *Newsmaking* contribuyeron al desplazamiento del estudio de la labor comunicativa, desde el simple efecto de los medios en la sociedad hasta el interior de la producción periodística, al integrar el papel del componente subjetivo de los profesionales en la complejidad de las instituciones, donde tiene lugar la construcción de la realidad.

Hoy, estudiar a los emisores no requiere solamente una mirada a los factores estructurales y organizativos que repercuten en los flujos de información y en la arquitectura interna de las instituciones comunicativas, sino profundizar en las relaciones entre el sistema político-económico-social y los medios de comunicación, como resultado de complicidades, exigencias y también divergencias.

El acercamiento a las ideologías profesionales desde las rutinas productivas, permite ahondar en la conciencia colectiva en torno al quehacer periodístico, su capacidad de autonomía, así como los reflejos y aspiraciones que como grupo se comparten en un contexto de análisis específico. En este ámbito, dilucidar la relación entre el conocimiento y la práctica del Periodismo deviene eje de interés.

Para la investigadora María Luisa Humanes¹ (1995), disímiles aportaciones se desprenden de estudios de esta tipología. Entre ellas, la magnitud de la profesionalización del gremio al compartir una cultura común, la necesidad de legitimar la actividad periodística a través de prácticas devenidas modelos de referencias, y el reconocimiento de que la profesión ha adoptado estrategias, códigos, normativas y reglas para intervenir en un campo de acción autónomo.

En Cuba el tema de las ideologías profesionales no ha sido objeto de interés sistemático, como los estudios de mensaje y la generalidad de las investigaciones sobre emisores. No obstante, sobresalen tesis pertenecientes a la Universidad de La Habana, que han tratado desde diversas perspectivas la temática.

Entre las primeras destaca la de Isabel Estrada Portales (1994) *Retóricas, astucias y convenciones: ideologías profesionales de los periodistas cubanos*, también la de Rolando Segura (1991), *La construcción de la noticia. Estudio del proceso de producción noticiosa en el Noticiero Nacional de Televisión*, además de, *Certezas y suspiros en la casa de la publicidad. Una aproximación a la ideología profesional de los publicitarios cubanos*, de Elena Nápoles (2003) y de Oneidys Hernández Vidal (2011), *La mejor profesión del mundo*.

Desde otros niveles académicos sobresale la tesis de maestría de Alexis Pérez Sánchez (2010) *Las ideologías profesionales y los géneros de opinión en el semanario 26*, y la Tesis de Doctorado de Julio García Luis (2004) *La Regulación de la Prensa en Cuba: Referentes Morales y Deontológicos*.

En la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas solo consta la existencia del estudio de Anabel Yáñez Rojas (2011), *Al Día por dentro, estudio de la cultura profesional y el proceso de producción informativa*.

Por otro lado, las investigaciones realizadas en el *CINCO de Septiembre* han estado enfocadas hacia el análisis del mensaje periodístico, entre ellas; *Ángeles y Demonios: la opinión*, de Zulariam Pérez Martí y Lizie Álvarez Santana (2007), *El titular: no hay has de triunfo como un buen titular*, de Leslie Corrales Rosell (2010), y *Detén el vuelo de la luz, captura la imagen*, de Melissa Cordero Novo (2010).

¹ Catedrática de la Universidad Complutense de Madrid en España.

Solo un estudio de emisor y uno de recepción se han incorporado al archivo de tesis en el medio, *Vernos ante el espejo, acercamiento a la representación social de los periodistas del CINCO de Septiembre sobre su edición impresa*, de Adriel Reyes Sánchez (2009), y *El Comentario en "El CINCO": una re-construcción desde el receptor*, de las autoras Lisandra Marene Suárez y Yamilaine González (2008).

La viabilidad de la investigación se patentiza en la necesidad de promover esta línea investigativa en la carrera de Periodismo de la Universidad Central, además de contar con el interés y la disposición del medio propuesto para el análisis. La existencia de suficiente bibliografía para sustentar las categorías de análisis, valida la realización.

El estudio centra sus intereses investigativos en el periódico *CINCO de Septiembre* de Cienfuegos, motivado por la confluencia de diversas formaciones académicas tras la inserción de graduados de la carrera de Periodismo de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, fenómeno que ha enriquecido el trabajo profesional en el medio.

Según estadísticas del Periódico, antes de la primera graduación universitaria en el año 2007 la edad promedio de los periodistas oscilaba entre los 40 y 50 años con predominio de personal proveniente de otras carreras. En la actualidad, la edad de los reporteros se encuentra entre los 23 y 55 años.

La inexistencia de una tesis de rutinas productivas e ideologías profesionales en el *CINCO de Septiembre* justifica la unidad de análisis seleccionada. Al perfilarse el tema quedó planteado el siguiente problema de investigación:

¿Cómo influyen las rutinas productivas del semanario *CINCO de Septiembre* en las ideologías profesionales de los periodistas durante el primer trimestre de 2013?

Para dar solución al problema de investigación se propone el siguiente:

Objetivo General:

Caracterizar la influencia de las rutinas productivas del semanario *CINCO de Septiembre* en las ideologías profesionales de los periodistas durante el primer trimestre de 2013.

Objetivos específicos:

Describir la influencia de los factores externos en el proceso productivo del *CINCO de Septiembre*.

Describir la influencia de los factores internos en el proceso productivo del *CINCO de Septiembre*.

Describir las ideologías profesionales de los periodistas del *CINCO de Septiembre* durante la fase de recogida del material informativo.

Describir las ideologías profesionales de los periodistas del *CINCO de Septiembre* durante la fase de selección del material informativo.

Determinar los criterios de noticiabilidad utilizados durante la fase de selección del material informativo.

La investigación no centró su interés en la fase de presentación, pues la dinámica del editing como parte fundamental de este proceso, no reveló elementos importantes de las ideologías profesionales de los periodistas del semanario *CINCO de Septiembre*. También se consideró que una investigación de tipo correlacional, resultaba lo suficientemente abarcadora desde las dos primeras fases de las rutinas productivas.

Otro elemento a favor de tal decisión, lo constituyó la teoría perteneciente a este nivel del proceso productivo que resulta más visible y de mayor implementación práctica en medios audiovisuales. Tal noción no niega el criterio de Mauro Wolf sobre la fragmentación de los contenidos y de la realidad social presente en la fase de presentación, pero durante el período del estudio se constató que las cuestiones del formato y la duración no constituían aspectos de interés para la tesis en el periódico cienfueguero.

La comprensión de que la magnitud de la selección del material informativo integra para sí, el trabajo con los valores noticia, y el énfasis en la jerarquización y la tematización de los contenidos, devino argumento medular para la decisión de la investigadora.

En consecuencia con los intereses y propósitos de la investigación se definió la metodología cualitativa por las posibilidades que ofrece para la descripción y caracterización profunda de los fenómenos. La tesis quedó estructurada en cuatro capítulos.

En el Capítulo I: *Sociología para la comunicación: Pautas para un análisis* se sistematizaron las perspectivas y teorías más importantes referidas a las rutinas productivas; las fases de recogida y selección, los valores noticia, además de las ideologías profesionales, y los factores externos e internos al medio.

Desde *Apuntes metodológicos* se acoge la perspectiva de análisis, así como la conceptualización y operacionalización de las categorías, y la justificación del marco temporal del estudio. Detalladamente se especificaron los métodos y técnicas empleados para la obtención de información y descripción de las particularidades del flujo productivo.

Entre los métodos utilizados se encuentra el bibliográfico – documental, y la etnografía, así como las técnicas de la observación participante, la entrevista semiestructurada, la encuesta, los grupos focales, y las pertinentes notas de campo. La combinación de métodos y técnicas permitió triangular la investigación metodológicamente.

El Capítulo III: *CINCO de Septiembre por dentro*, se enfoca en las opiniones que reflejan las condiciones actuales del Periódico, así como los cambios emergidos en los últimos cinco años, a fin de obtener criterios y opiniones de los protagonistas del proceso productivo. Tal emprendimiento se concibe debido a la existencia de otras tesis de diploma que han reflejado el bosquejo histórico del medio, y por tanto se consideró innecesaria la repetición de los datos.

En *Fundamentos de un estudio*, se exponen los principales resultados de la investigación obtenidos mediante la aplicación de métodos y técnicas.

CAPÍTULO I: SOCIOLOGÍA Y COMUNICACIÓN: PAUTAS PARA UN ANÁLISIS

De emisores, *gatekeepers* y *Newsmaking*: nuevas legitimaciones para un estudio.

La evolución de las teorías comunicativas pertenecientes a la *Mass Communication Research* ha demostrado preocupaciones sobre diversas circunstancias históricas. Tendencias más actuales evidencian un cambio matizado por la transdisciplinariedad; así, en los años 70, cuando las investigaciones tornaron la mirada hacia los emisores, emerge una propuesta más articulada desde el enfoque sociológico.

En el artículo “Tendencias actuales del estudio de los medios”, Mauro Wolf² (1991) advierte que,

un aspecto interesante que se está delineando en la nueva orientación del estudio es una mezcla entre el estudio de los medios y la cultura profesional en el ámbito de la producción. Existen algunas fuentes de investigación que, aplicando el planteamiento cognoscitivo al problema de cómo se procesa, se trata y se memoriza la información, ponen en evidencia fenómenos interesantes para los profesionales de la comunicación, especialmente en el ámbito del Periodismo y de la información.

Este análisis suscita el debate acerca de una nueva perspectiva denominada *Sociología de los emisores* que, al vincularse a la lógica de los procesos productivos, coloca al descubierto un aspecto fundamental: el análisis de la construcción de los modelos profesionales, dígame cultura profesional o ideologías profesionales, desarrollados por los periodistas.

Diversos investigadores se refieren a esta concepción como un simple factor mediador, sin embargo otros sostienen que las ideologías profesionales constituyen una de las mediaciones evidentes en todo el proceso rutinario de las redacciones. La pretendida y polémica objetividad, se trastoca en fenómeno contradictorio ante los presupuestos de este enfoque.

En *La producción social de la comunicación*, Rodrigo Alsina³ define que *la propia profesión periodística se autolegitima en su rol de puros transmisores de la realidad social. Pero difícilmente los*

² Teórico italiano dedicado al estudio de la Teoría de la Comunicación.

³ Licenciado en Derecho y Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona

periodistas reconocen que llevan a cabo una construcción de la realidad social, como si esto fuera a reconocer una especie de pecado original del periodismo (1993, p. 33).

Este fenómeno constituye una *aproximación metodológica devenida el modo más convincente para resolver el viejo problema de la relación de la realidad y el periodismo* (Grossi, 1985; citado en Alsina, 1992, p.31).

El papel del periodista con el avance de las propuestas teóricas pierde esa mitificación persistente durante años por la fe a cánones omnipotentes. Se habla de un reconocimiento identitario tras los productos comunicativos y asumido como apropiación de la realidad, no de forma individualista, sino compleja y multirrelacional.

Si bien la *Sociología de los emisores* no constituye un campo teórico (Hernández, 1997), por no concebirse como un área de estudio bien delimitada y distinguida por los académicos oportunamente, sí coexisten elementos significativos desde su aparición que le atribuyen la pertinencia como campo de investigación en desarrollo al analizar desde la perspectiva sociológica el proceso de producción de mensajes.

En *La investigación y la comunicación de masas*, Mauro Wolf (2005) alude al desarrollo de estudios desde algunos conceptos simples hasta articulaciones más complejas. Coincidentes con este criterio las investigaciones se remontan a la década del 50 con los primeros estudios estadounidenses sobre el *gatekeeper*.

Esta alternativa logra superarse a partir de la comprensión del emisor como sujeto inmerso en un ámbito institucional decisivo, capaz de incorporar de forma consciente e inconsciente a sus valoraciones, características profesionales y culturales propias.

La distorsión involuntaria radicalizó la concepción individualista de los *gatekeepers*, pero aún se carecía de una visión sociológica más generalizada que no limitara los resultados a definidos momentos del accionar de los medios. La problemática dio vida a otra perspectiva integradora que logró,

un enfoque mucho más radical que aquel que, al reducir toda carencia y manipulación de la cobertura informativa exclusivamente a presiones e influencias explícitas y externas, se niega la posibilidad de comprender el funcionamiento de la distorsión inconsciente vinculada a las prácticas profesionales, a las habituales rutinas productivas a los valores compartidos e interiorizados sobre las modalidades de desarrollar el oficio de informar (Wolf, 2005, p.113).

Las aportaciones de Robert Park⁴ y Walter Lipmann⁵ entre los años 20 y 40 respondieron las interrogantes relacionadas con la imagen de la realidad dada por los informativos y su relación con las exigencias cotidianas de la producción de noticias.

Estos autores rechazaban la idea de que las noticias fueran un reflejo de la sociedad. Para ellos, la noticia era un producto social, una reconstrucción de la realidad. (...) Al concebir a la noticia como producto social, se reconoce que los mensajes no son resultado de voluntades individuales, sino de procesos sociales, en los que las organizaciones medios tienen un lugar especial (Hernández, 1997, p. 218).

De la síntesis de los enfoques precedentes y la capacidad de influencia interdisciplinar surgió el *Newsmaking*, oportunidad para estudiar a fondo los emisores y analizar en ellos las particularidades de su labor en los medios de comunicación; su funcionamiento rutinario, sus ideologías profesionales y los factores internos-externos que moldean las regulaciones del trabajo periodístico.

1.2 Rutinas productivas: eje de los medios de comunicación

La dinámica diaria de los medios de comunicación impone una arquitectura jerárquica tanto para los actores sociales que allí laboran, como para la organización y elaboración de los productos comunicativos. El proceso de construcción de la noticia requiere de la profundización en los hábitos y esquemas de la unidad social que lo produce.

Al decir de Lorenzo Gomis⁶ (1991, p. 16) en *Teoría del Periodismo*:

la formación o construcción de la realidad que sirven los medios es una actividad profesional de mediación, el fruto de una organización que se dedica precisamente a interpretar la realidad social y mediar entre los que hacen de productores del espectáculo mundano y la gran multitud que cumple funciones de público.

La profesora Gaye Tuchman⁷ añade que:

el procesamiento de la noticia se hace rutina de acuerdo con la manera en que se desarrollan los sucesos en las instituciones legitimadas; predecir el curso que seguirán los relatos de secuencias en instituciones

4 Investigador norteamericano dedicado al área de la Comunicación.

5 Investigador norteamericano dedicado al área de la Comunicación.

6 Periodista y escritor español. Investigador reconocido en el sector periodístico.

7 Investigadora del Departamento de Sociología de la Universidad de Connecticut, Estados Unidos.

legitimadas permite a los jefes de sección planificar qué reporteros quedarán disponibles, cada día, para cubrir las noticias súbitas (Tuchman, 1983; citada en Alsina, 1993, p. 25).

Por tales razones cada entidad dedicada a la comunicación posee sus propias características y esquemas para organizar el trabajo. Tanto la radio, la televisión, la prensa escrita, las agencias de noticias, y el periodismo hipermedia, se sirven de determinadas rutinas para interpretar la realidad desde patrones cognitivos específicos de dotación de sentido.

La burocracia informativa se ha institucionalizado como la forma de cubrir los sucesos organizadamente, así como el aseguramiento de programas, páginas de diarios, y sitios digitales.

La rutinización de lo aparentemente no rutinario, la cobertura de noticias, es explicable, porque las organizaciones informativas procesan una materia prima altamente incierta: los recuentos sobre acontecimientos inesperados. Sólo mediante la rutinización, la prensa es capaz de manejar la incertidumbre y satisfacer sus requerimientos organizacionales (Tunstall, Sigal, y Roshco 1971; citados en Hernández, 1995, p. 22).

Para Stella Martini⁸, el Periodismo *se trata de un trabajo cuyos tiempos resultan siempre insuficientes, y necesita por eso mismo una organización y una coordinación afinadas basadas en prácticas rutinarias, con la flexibilidad necesaria para ocuparse de sucesos extraordinarios, imprevisibles o extemporáneos* (Martini, 2000).

Entonces, hablar de rutinas de producción para la autora anterior, comprende no solo la cotidianeidad de la organización, sino además una concepción de la realidad y del mundo circundante. Con esta interpretación coincide el mexicano Salvador de León Vázquez⁹ al definir las como:

procesos sociales complejos de construcción de la realidad en tanto tipifican y programan formas de acción social para acercarse al acontecer cotidiano y narrarlo con un enorme grado de institucionalización que, al mismo tiempo, legitima esas narraciones como noticias con toda la carga simbólica que ello implica (de León, 1994; citado en Ricardo, 2006).

Rodrigo Alsina (1993) subraya en *La construcción de la noticia*, que dominar el acontecimiento deviene una de las principales funciones de los *mass media*; de esa forma, dentro del proceso de

8 Profesora de la Universidad de Buenos Aires. Ha realizado múltiples investigaciones sobre medios de comunicación.

9 Investigador del Departamento de Comunicación de la Universidad de Guadalajara, en México, autor del libro "La construcción del acontecer. Análisis de las prácticas periodísticas".

construcción social de la realidad ubica a las rutinas informativas y les agrega un papel definitorio.

Muchos de los estudios a partir de este enfoque tratan de analizar las diferentes mediaciones y estructuras que influyen en los procesos de construcción de la realidad. Al respecto, se plantea que:

la mayor parte del reporte de noticias está orientado por una estructura burocrática, que se deriva de la organización de las fuentes de información (...) es decir, las estructuras burocráticas de las dependencias oficiales. Por lo que un 'Punto de análisis esencial en el enfoque que Schudson llama "la organización social del trabajo informativo", es el de la relación entre los reporteros y los funcionarios, o relación entre los representantes de las "burocracias informativas" y las "burocracias gubernamentales" (Hernández, 1997, p. 219).

Roger Ricardo Luis¹⁰ (2006) reconoce aspectos medulares y definitorios en los procesos de producción de noticias en los medios. Entre ellos, las fuentes de información, las ideologías profesionales, las presiones políticas, económicas y judiciales, los condicionamientos sociohistóricos, así como los factores culturales.

Diferentes autores han dividido en varias fases el análisis del proceso rutinario en las instituciones comunicativas. El investigador Franco Rossiti¹¹ establece una estructura basada en:

1- la selección y preparación de redes o canales para el acceso directo a los acontecimientos o a informaciones relativas a los acontecimientos; 2- el control de relevancia de los acontecimientos aprehendidos; 3- la selección de los acontecimientos sobre la base de un cálculo de valores de verdad; 4- la distribución del espacio o del tiempo entre los acontecimientos seleccionados sobre la base de una misma comparación en términos de relevancia respecto a las expectativas del emisor, del público o de ambos, y 5- la preparación de las comunicaciones finales sobre acontecimientos seleccionados (Rossiti, 1980; citado en Alsina, 1993, p. 128).

Por otro lado, los norteamericanos Golding y Elliot¹² describen la dinámica en tres momentos importantes: planificación, recopilación, selección y producción. Mientras que Alsina (1993) defiende desde otra postura la reducción de estos niveles a dos pasos: selección y jerarquización.

Para Mauro Wolf las rutinas productivas se caracterizan por la sustancial escasez de tiempo y medios y

10 Profesor cubano, subdirector del área de investigaciones del Instituto Internacional de Periodismo "José Martí".

11 Investigador italiano, especializado en el área de la Comunicación.

12 Catedráticos británicos, autores del libro "Making the news"

están compuestas por tres fases, la recogida, la selección y la presentación.

Uno de los conceptos más completos, asumido para comprender las tres fases del proceso delimitadas por Mauro Wolf (2005), lo propone el cubano Roger Ricardo Luis y servirá de presupuesto teórico fundamental para la valoración práctica de esta categoría en la presente investigación. Mediante este acercamiento se entienden las rutinas productivas como:

el conjunto de acciones y normas surgidas de las exigencias que genera la dinámica productivo-editorial-tecnológica de una empresa mediática y el intenso proceso de mediación objetivo presente en cada una de sus fases (recolección, selección y presentación). En ellas se evidencia, además, el aprendizaje profesional derivado de ese quehacer que llega a asociarse, como regla, a la repetición y las costumbres y tienen su repercusión en el resultado final de la labor periodística (Ricardo, 2006).

El criterio propuesto por Roger Ricardo Luis abarca, desde un sentido importante, la dinámica productivo, editorial y tecnológica. Sin embargo, su planteamiento se refiere implícitamente a un proceso un poco más complejo y de diversas perspectivas en los medios de prensa: los flujos productivos.

Como elemento fundamental de las proyecciones industriales desde el siglo XX, la concepción de flujo productivo se ha incorporado en los últimos años a los sistemas de gestión mediática para garantizar la estandarización de las labores. A tono con ello, la tecnología digital ha complementado la interconexión del trabajo a fin de permitir la creatividad, la rapidez, y la autonomía.

El sitio digital Red Gráfica de Latinoamérica en su artículo *Fluye el trabajo, fluye la productividad* (2010), entiende por flujo productivo *el patrón de actividades, confiable y repetible que permite una organización sistemática de recursos, con roles definidos y flujos de materia, energía e información, el cual puede ser aprendido y documentado (...) y busca la racionalización del trabajo y el aumento de la eficiencia.*

La implementación de estos diseños se halla intrínsecamente ligada a las posibilidades tecnológicas que facilitan el control y la organización de directrices estables y rutinizadas en la prensa. Pese a que el sitio destaca el lento progreso de América Latina en este sentido, se afirma que el futuro de los sistemas mediáticos está en la producción digital, como la única manera de lograr altos estándares de calidad, y cortos períodos de entrega.

Los investigadores Ramón Salaverría¹³ y José Alberto García Avilés¹⁴ (2008, p.38) analizan el fenómeno a partir de una convergencia, y comprenden que *en el ámbito empresarial, la convergencia implica a varias unidades de negocio, afecta a la estructura organizativa y a la producción. Así, la dimensión empresarial recupera asuntos clásicos en la gestión de prensa, tales como la organización del trabajo, la gestión del cambio, la motivación de los equipos y la asignación de recursos.*

Debido a las especificidades de esta investigación que pretende caracterizar la influencia de las rutinas productivas en las ideologías profesionales, y como se argumentó en la introducción del estudio, se tomarán para el análisis solo dos fases del proceso: la recogida y la selección.

A pesar de las definiciones aportadas, no se concibe a las rutinas productivas dentro de un marco de acción rígido. La necesidad de aproximarse a ellas a través de cada uno de sus componentes evidencia la complejidad de un fenómeno de influencias multifactoriales, de ahí la segmentación de cada fase del proceso a fin de lograr observaciones y resultados certeros.

1.2.1 Recogida de información, estrategias para el comienzo de la labor periodística

Los procesos rutinizados en los medios de comunicación se corresponden con el imperativo de acopiar material de trabajo. La premura de los cierres de edición y las emisiones de los noticieros, exige una configuración noticiosa de actualidad, de ahí la necesidad de mecanismos funcionales y organizativos que faciliten el trabajo periodístico.

Ante los desafíos de la inmediatez propuesta por la radio, la televisión, las agencias y el periodismo hipermedia, se impone la necesidad de dotar a la prensa escrita, de estrategias y particularidades editoriales a fin de mantener el seguimiento de los receptores.

La recogida del material informativo deviene una de las fases más significativas dentro del proceso. Al respecto Mauro Wolf considera que en los procesos de recogida radica *una de las causas de la fragmentación y superrepresentación de la esfera político-institucional de la información de masas* (Wolf, 2005, p.133).

13 Profesor de Periodismo en la Universidad de Navarra, allí dirige el Laboratorio de Comunicación Multimedia.

14 Profesor de Teoría de la Comunicación, y coordinador de la carrera de Periodismo en la Universidad "Miguel Hernández".

Con estas particularidades se explica la utilización de fuentes que reflejen en cierta medida la política del sistema imperante debido al poco tiempo para conocer testimonios de otra índole. La separación de los profesionales de la Comunicación por sectores en la prensa, establece una relación de afinidad y a la vez entorpecedora del trabajo periodístico.

De acuerdo con los investigadores norteamericanos, en las prácticas típicas de las organizaciones periodísticas el método más seguro es el de asignar a los reporteros a fuentes informativas bien identificadas. Las fuentes son instituciones legitimadas, propensas a ofrecer un suministro constante de información interesante, y -según estos autores-los periodistas se estacionan en tales lugares porque mantienen archivos de información centralizada, al menos parcialmente acomodada para el uso de los reporteros (Hernández, 1995, p. 23).

Esta fase se analiza desde tres ejes temáticos: las fuentes, las agencias y el dietario, tres elementos que complementan la primera fase del diseño laboral de las instituciones comunicativas.

Para Grossi la relación entre las fuentes de información y la profesionalidad periodística debe ser descrita de forma ambivalente, en términos de las teorías de sistemas. Es una relación entre un sistema (la empresa periodística) y el ambiente (la realidad de los acontecimientos). Las fuentes representan los confines mutables, en ocasiones inestables, que regulan el equilibrio entre los dos ámbitos. La fuente sería el marco en el que el periodista recurre con diversas intencionalidades para concretar su competencia contextualizadora del acontecimiento-noticia" (Grossi, 1981; citado en Alsina, 1997, p. 116).

En la práctica diaria los periodistas necesitan de las fuentes, para conformar los materiales comunicativos. Ante las necesidades de regular el curso subjetivo de los acontecimientos e invocar la evidente objetividad, la contraposición de perspectivas relacionadas con la diversidad de fuentes constituye premisa.

Las fuentes de información en el ámbito periodístico incluyen *tanto al individuo que facilita alguna pista para ponerse detrás de la noticia, como a las diferentes instituciones que por medio de sus gabinetes de prensa dan información a los distintos medios de comunicación (Gans, 1997; citado en Reyes, 2006, p.7).*

La definición aportada por Gans resulta incompleta para la investigación, al subestimar la importancia de las fuentes documentales como base de consulta en los procesos rutinarios de las redacciones. Otros

autores incluyen la indispensable alternativa junto a la totalidad de las definiciones.

Otras clasificaciones destacan las fuentes institucionales, oficiosas, las estables, las provisionales, también las fuentes activas y pasivas en dependencia del nivel de uso y las relaciones con el medio. Además coexisten criterios sustentados en la localización espacial de estas, tales como fuentes centrales y territoriales (Wolf, 2005).

La investigadora cubana Livia Reyes¹⁵ (2006) también realiza una aproximación desde dos grupos de clasificaciones: las documentales y las no documentales. Por otra parte, Pepe Rodríguez¹⁶ establece otras distinciones, asumidas en la investigación, enmarcadas como fuentes oficiales y no oficiales, entre ellas las implicadas, ajenas, favorables, neutras, desfavorables, y documentales.

Gaye Tuchman, en *La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas* explica que:

los periodistas afrontan estas presiones subrayando su "objetividad", arguyendo que los peligros pueden minimizarse si se siguen unas estrategias informativas que identifican con las "noticias objetivas". Asumen que si todos los periodistas recopilan y estructuran "hechos" de un modo independiente, sin prejuicios e impersonal, los cierres podrán cumplirse (...) el periodista ha de poner en tela de juicio los hechos recurriendo a las fuentes, pero algunos hechos simplemente han de ser aceptados como "verdaderos" sin más (Tuchman, 1980, p. 7).

El investigador León Sigal¹⁷ considera que las noticias son las propias fuentes, y señala la relación particularmente simbiótica entre estas y el trabajo periodístico. Si bien la rutina de trabajo en un medio se concibe con la asunción de prácticas rutinizadas para que el acontecer resulte publicable en un medio, uno de los métodos más asequibles para tales demandas deviene la asignación de fuentes a los reporteros.

En el quehacer diario de los profesionales de la comunicación coexisten fenómenos que median en la relación entre ambas partes. Muchas veces suelen identificarse por completo los intereses tanto de reporteros como de sus proveedores de información, otras, la contradicción se manifiesta en la

15 Periodista cubana. Directora del Centro de Información para la Prensa.

16 Investigador español, especializado en temas de Periodismo de Investigación.

17 Escritor e investigador. Director de la *Northeast Asia Cooperative Security Project at the Social Science Research Council* en Nueva York, Estados Unidos.

resistencia a cualquier tipo de compromiso que lastre la objetividad de los trabajos, y en ocasiones la necesidad de negociaciones propicia conflictos a causa de la asiduidad con el informante.

Con el denominativo de burocracias complejas, Tuchman comprende el proceso en todas sus dimensiones,

En su vinculación con las fuentes, los periodistas se apropian de "estructuras burocráticas de fase" (Fishman 1983: 55), esto es, de esquemas de interpretación que los periodistas incorporan a su práctica para entender a las fuentes, su manera de integrar versiones sobre la realidad y las rutinas que establecen para emitir información en ruedas de prensa y otros eventos. Esos esquemas o marcos se incorporan de tal forma que los reporteros asignados de manera permanente a una fuente aprenden a establecer los límites de la interpretación de asuntos cotidianos y de otros a veces delicados (Tuchman, 1983; citado en Cervantes, 1995, p. 112).

Como instituciones legitimadas para propiciar un suministro adecuado de información asociada a eventos y acontecimientos de interés para los medios de comunicación, las fuentes contienen implícitamente un elevado componente de poder por los modos en que se socializan dentro de las rutinas periodísticas.

El acceso hacia determinadas empresas u organismos y en ellas a ciertos individuos, en ocasiones condiciona los valores noticiosos, y la veracidad de la información previamente mediada por un filtro institucional. El trabajo relacionado con las coberturas requiere de la astucia y perspicacia de los profesionales en aras de evitar la fragmentación de la realidad.

Salvador de León argumenta al respecto que *la organización del mundo que hacen los periodistas a través de la elección de fuentes informativas, permite la visión de una realidad estructural y socialmente aceptada como resultado del acoplamiento de la maquinaria periodística con la estructura social* (de León, 1996, p. 41).

Los procedimientos organizacionales de las empresas periodísticas se hallan ampliamente interconectados con el nivel político-institucional predominante en la sociedad, por tanto el contenido simbólico socializado en la prensa contribuirá a la legitimación del orden preestablecido, he ahí donde las fuentes de información constituyen una estructura comunicante entre el poder y la prensa.

El factor tiempo es uno de los elementos fundamentales en el proceso de planeación del trabajo periodístico. Al legitimar el ciclo de vida de los acontecimientos, el dietario contribuye a mitigar la

incertidumbre del quehacer periodístico.

En la práctica rutinaria de los periodistas coexisten estrategias para ofrecer cobertura segura a los acontecimientos planificados con antelación, ya sean hechos o efemérides conmemorativas dignas de resaltar en los medios. Desde la teoría se plantea que el dietario o diario constituye:

la agenda que enumera, día a día, los acontecimientos que sucederán y cuya noticiabilidad en gran parte se da por descontada. Se trata de acontecimientos previstos con tiempo, fijados en agenda con antelación: en su mayoría por tanto son hechos pertenecientes a la esfera político-institucional-administrativa o judicial, y que permiten a los aparatos de información organizar con cierta antelación su propio trabajo (Wolf, 2005, p.143).

Roger Ricardo Luis se refiere a este tema con el nombre de orden del día y plantea que:

de la agenda política surgen iniciativas, programas, medidas, campañas que pueden y deben convertirse en fuentes permanentes de información y, por tanto, adquieren una connotación pública como hecho noticioso y, en consecuencia, un producto comunicativo, de forma que los receptores puedan identificarlos como relevantes o no y constituir argumentos a favor o en contra (Ricardo, 2006).

La consideración del profesor cubano especifica que el dietario constituye una cuestión rutinaria que degrada la imprevisibilidad y noticiabilidad de los acontecimientos. Mientras los análisis de académicos cubanos lo catalogan como un elemento antiperiodístico, desde la práctica se aboga por no colmar las planas de los diarios de sucesos previstos con anterioridad.

La existencia de tales concepciones denota la participación de las directrices políticas en la conversión de los hechos en noticias, sin embargo, este ejercicio aún precisa de otras fases del trabajo periodístico que posibiliten la decantación de los materiales a publicar de una forma racional y pertinente según los criterios pautados para el procedimiento.

1.3 La selección: un proceso definitorio

Al interior de la rutina diaria de las organizaciones informativas, la selección constituye una estrategia explícita en sí misma, pero implícita, ya sea en el procedimiento de recogida, en la disposición de un dietario o en la selección de materiales de agencias. Sin embargo, según Wolf (2005, p.145) como proceso independiente ostenta el privilegio de convertir los acontecimientos observados en noticias.

Marcos Sebastián Pérez¹⁸ acota que gracias a los medios,

percibimos la realidad no con la fugacidad de un instante aquí mismo, sino como período consistente y objetivado, como algo que es posible percibir y comentar, como una referencia general. Son los medios los que mantienen la permanencia de una constelación de hechos que no se desvanecen al difundirlos, sino que impresionan a la audiencia, dan que pensar, suscitan comentarios y siguen presentes en la conversación (Pérez, 2002).

Los investigadores Pamela Shoemaker¹⁹ y Stephen Reese²⁰ (1994) agregan que todo estudio sobre la tarea de selección de la información debe atender a tres niveles: el individual, que incluye los valores y modelos de autoridad e influencia acogidos por el seleccionador; el de las rutinas de trabajo, y el nivel organizacional-institucional extramediático, que remite a la circulación del flujo de noticias.

Tal afirmación remite a un proceso evidente en los flujos productivos, la selección no solo la lleva a cabo el conocido *gatekeeper* y la organización periodística, sino que en secuencia de responsabilidades los sucesos acontecen primero en el prisma subjetivo del periodista, capaz de seleccionar las estructuras para interpretar las noticias.

También existe la comprensión errónea sobre la ponderada autonomía periodística ante la existencia de un complejo entramado de influencias en los medios de comunicación. Por tanto, prensa, poder, contexto, dinámica interna y reglamentaciones editoriales reorientan la perspectiva de un proceso tan participativo como dependiente.

Para Salvador de León Vázquez (1996, p.45), *la selección de la noticias inicia desde las órdenes de cobertura. Ello representa el juicio de los editores acerca de qué constituye lo más importante del día, posteriormente los editores llevan a cabo el proceso de decidir la noticia que encabezará la edición .*

En esta perspectiva, se valora la importancia del *gatekeeper*, no como centro de poder en los flujos informativos destinados a publicar, sino como uno de los componentes dentro de esa complejidad de factores decisivos en las organizaciones periodísticas.

El proceso de selección de las noticias puede ser comparado a un embudo, en el que son introducidos

18 Doctor en Ciencias de la Comunicación en España. Investigador dedicado al área de Comunicación Política y profesor en la Universidad de Santiago de Compostela.

19 Investigadora norteamericana, especializada en temas de Periodismo y Comunicación.

20 Teórico norteamericano, especialista en Periodismo y Comunicación.

muchos datos y sólo una cantidad limitada pasará el filtro; también podría compararse a un acordeón, ya que algunas noticias son añadidas, cambiadas de sitio, incorporadas en el último momento (Wolf, 2005, p.146).

Entre los factores determinantes, la existencia de valores noticia aplicados a los hechos destaca como herramienta fundamental para la selección de los materiales altamente noticiables. La investigadora Estella Martini (2000) establece la relación de estos con las fuentes y el contexto en que se manifiestan en la noticia.

Golding y Elliot destacan la pertinencia de tres elementos en la selección de las noticias: la audiencia, la accesibilidad y la conveniencia.

El periodista se debe plantear si conseguirá atraer la atención de la audiencia (...) debe entrar en sintonía con lo que el público puede llegar a considerar, asimismo, importante. La accesibilidad de la información está ineludiblemente ligada a la temática de las fuentes y a las redes informativas establecidas por los propios mass media. Por conveniencia hay que entender si la información es consonante con las rutinas de producción (Golding y Elliot, 1979; citado en Alsina, 1993, p.130).

La preocupación por el receptor constituye una premisa de obligado análisis para los periodistas de cualquier medio. Ante la sujeción a patrones institucionales, el público y sus intereses merecen preponderancia, a fin de desarrollar la función de la prensa en la sociedad.

Por otro lado, Ana María Lalinde Posada²¹ considera la fase de selección como,

el espacio donde se hace más evidente las ideologías profesionales del periodista (...) es una rutina que tiene como objetivo homogenizar y racionalizar el trabajo; responde a la forma que adquiere la red y es fruto del profesionalismo en la medida que se realiza dentro de los procesos de socialización dentro de la organización y los colegas (Lalinde, 1992, p.10).

La presente investigación asume el criterio de Franco Rossiti al sintetizar el proceso a través de la selección y la jerarquización de las informaciones, y tener en cuenta tres grados fundamentales dentro de esta segunda fase,

La función de selección de primer grado: es la regulación de un genérico «derecho de acceso» o derecho de entrar en el circuito informativo. La función de selección de segundo grado, o función de jerarquización, supone la atribución de una mayor o menor importancia a los acontecimientos. La

21 Investigadora de la Universidad Pontificia Javeriana de Colombia

selección de tercer grado, o la función de tematización. Es la operación de selección ulterior, del universo informativo dos veces seleccionado, de los grandes temas en los cuales concentrar la atención pública y movilizarla hacia decisiones. El tema puede ser, a su vez, colocado en un marco o frame (Rossiti, 1981; citado en Alsina, 1993, p.131).

La prensa determina así el momento clave en la construcción de la realidad a través de una mediación expresada en factores influyentes para la selección de hechos y noticias del entorno social. Al interior de este panorama existen componentes tanto objetivos y subjetivos para la valoración de los profesionales.

El fenómeno de la tematización, así como la influencia de la noticiabilidad y los valores noticias se insertan en estos niveles para mediar en la cantidad y calidad de los productos comunicativos a publicar.

1.3.1 Selección de tercer grado: la tematización como convergencia entre sistema comunicativo y sistema político

Los orígenes de la corriente comunicativa abordada bajo el denominativo de *Tematización* datan del siglo XX con la obra *La realidad de los medios de masas*, del sociólogo alemán Niklas Luhmann²². Al ubicar a la comunicación en el centro de su sistema de pensamiento, el concepto de opinión pública para el autor recobra nuevas significaciones de las cuales se desprende la interpretación de la escuela italiana de Comunicación con investigadores como Franco Rossiti, Giorgio Grossi y Carlos Marletti.

Según el investigador español, Jordi Sopena Palomar²³ el autor alemán no conceptualiza por sí mismo la tematización, sino que desarrolla su comprensión acerca de *tema* como resultado de la centralidad política en la comunicación.

Tema se puede definir como los complejos de sentido indeterminados y susceptibles de desarrollo sobre los cuales se puede discutir y poseer una opinión igual o diversa. Estos temas son enormemente diversos.

22 Niklas Luhmann (1927- 1998) autor conocido por enlazar el paradigma funcionalista con la teoría de sistemas desde las tesis de la sociedad de la complejidad. Su aporte más significativo consiste en la teoría que describe a la sociedad moderna como un sistema constituido, no tanto por individuos, sino por comunicación, y este a su vez diferenciado por subsistemas funcionales cerrados a través de códigos especializados: los sistemas político, económico, religioso, artístico o jurídico. A partir de teorías y disciplinas diferentes Luhmann ha construido una de las obras más fecundas y singulares del siglo XX.

23 Doctor en Comunicación y Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona.

La comunicación, además de ser un lenguaje común, determina unos temas y la articulación de las opiniones relativas a estos temas. Los temas, para Luhmann, son fundamentales puesto que permiten reducir la complejidad de la sociedad, objetivo fundamental de toda la teoría sistémica. Si se etiquetan los acontecimientos que suceden en el mundo, resulta mucho más factible comprenderlos (Sopena, 2008).

Luhmann (2000; citado en Sopena, 2008) parte de la creciente complejidad de la realidad social y acorde con ello intenta readecuar las variaciones a través de una estructura teórica paralela a tales enfoques. Para el investigador, las nociones sobre sistema político y comunicación pública eran insuficientes para analizar la sociedad, así define a la opinión pública como la estructura temática de la comunicación pública.

En la década del 80, la escuela italiana de Comunicación superó las limitaciones de Luhmann (1983) al presuponer a la opinión pública como resultante de la tematización. El enfoque del grupo se revitalizó con los postulados de la agenda-setting, propuesta por los investigadores norteamericanos en ese entonces.

Para Grossi²⁴,

los mass media no son meros canales, son más bien co-productores (...), no se limitan a transmitir la política o a hacerla comprensible, sino que contribuyen a definirla, (...) existe en la comunicación política una especificidad de los mass media y una función particular de la tematización que consiste en la capacidad simbólica de estructurar la atención, en la de distinguir entre ítem y opinión, y en la de programar el desarrollo cíclico de los temas (Grossi, 1983; citado en Alsina, 1993, p.135).

Por otro lado para Carlos Marletti²⁵, *tematizar desde un punto de vista concreto, significa disponer de criterios no sólo argumentativos, sino de conveniencia útil y de influencia práctica en base a la cual un determinado tema debe inscribirse en la agenda política de una colectividad nacional (Marletti, 1985; citado en Alsina, 1993, p.136).*

El sistema comunicativo y el político devienen participantes activos en el proceso de construcción de la realidad. En esta perspectiva la tematización constituye un instrumento de articulación propicio para la representación y negociación de disidencias que describen la mediación política en las sociedades actuales.

24 Investigador italiano especializado en Comunicación.

25 Investigador italiano especializado en Comunicación.

La prensa constituye el pilar fundamental en la legitimación de la opinión pública, un mecanismo mediado de retóricas convencionales articuladas desde el poder. Bajo esta visión el profesor José Ramón Santillán Buelna²⁶ argumenta que,

los medios de comunicación reducen ese complejo mundo en que vivimos a noticias, incluyen o excluyen de nuestro conocimiento determinados temas. Además, la propia narrativa periodística vuelve a ser una estrategia discursiva de jerarquización, de asignación de importancia a unos asuntos u otros; el espacio que una noticia ocupa en los medios, el lugar donde se sitúa dentro del periódico o el noticiario y, por supuesto, el que sea o no objeto de seguimiento a lo largo de un período contribuye a su tematización (Buelna, 2004).

La coincidencia de criterios en cuanto a la superación de la agenda-setting se articula desde la publicación de un tema de interés político con repercusión social, pero no solo manifiesto en la simple inclusión dentro de una parrilla informativa o plan temático a publicar, sino del reflejo del análisis, de las soluciones y las propuestas por parte de los autores o de la institución.

En función de conformar una creencia generalizada, los medios, al tematizar asuntos de la realidad, no solo definen, sino que ofrecen una valoración pletórica de juicios ideológicos y políticos.

De forma inmediata, se abre un proceso de discusión pública destinado a fijar las posiciones de los distintos actores involucrados, para tratar de construir un marco de argumentación con propuestas y alternativas políticas, que mantiene diferentes momentos de intensidad, el sistema comunicativo y el sistema social experimentan una fuerte participación (Buelna, 2004).

La vinculación entre sistemas varía los imaginarios colectivos por los que discurre el acontecer noticioso, la simple reformulación rutinaria del discurso habitual y común de los medios deviene paradoja de los límites y las confluencias al interior de la comunicación pública. En consonancia con su función inmediata, los medios coadyuvan a la restitución del orden público como parte del doble rasero que los define.

El fenómeno de la tematización resulta ostensible a medida que la sociedad perfecciona el discurso mediático como medida para prevenir los conflictos sociales en relación con el poder. De ahí, quizás el consenso que muchas veces entronizan sistemas sociales con grandes desigualdades políticas y

26 Profesor titular de la Facultad de Ciencias de la Comunicación perteneciente a la Universidad Rey Juan Carlos.

económicas.

1.3.2 Valores noticia: componentes indispensables del proceso productivo.

La percepción de un acontecimiento traspasa filtros profesionales en el proceso de conversión en noticia. La valoración de estos, acorde con los criterios de importancia y noticiabilidad, deviene herramienta para la jerarquización, inclusión y exclusión de las informaciones.

Para Julio García Luis²⁷ (2004) los mensajes mediáticos no son la conclusión de voluntades aisladas y mucho menos exigencias sin basamentos lógicos, sino procesos sociales. Los medios de comunicación socializan sus materiales informativos acordes a múltiples parámetros que aseguren las normas implícitas de su perfil editorial.

Los procedimientos o rutinas de producción engloban supuestos acerca de las audiencias (...) la audiencia forma parte de una manera sistematizada de vivir (...) cuando se piensa qué clase de noticias son más relevantes para la audiencia los informadores ejercitan sus juicios en materia de noticias (Schlesinger, 1978; citado en Shoemaker y Reese, 1994, p. 108).

Mauro Wolf define que los valores noticias constituyen criterios de importancia difundidos a lo largo de todo el proceso de producción y resultan un componente de la noticiabilidad, esta última entendida como *conjunto de elementos a través de los cuales el aparato informativo controla y gestiona la cantidad y el tipo de acontecimientos de los que seleccionar las noticias* (Wolf, 2005, p.119).

A criterio de Ana María Lalinde Posada (1992) *la noticiabilidad como tal no responde a patrones rígidos sino que es fruto de una negociación entre el medio, los periodistas y la opinión pública.*

Estella Martini propone los valores noticias como criterios que actúan relacionados, y como tal *tienen su anclaje en la cultura de la sociedad, se relacionan con los sistemas clasificatorios y las agendas temáticas habituales del medio, se encuadran en la política editorial sustentada, y remiten a una concepción determinada de la práctica profesional* (Martini, 2000).

Otros estudiosos de esta temática añaden que constituyen *criterios para seleccionar entre el material disponible en la redacción los elementos dignos de ser incluidos en el producto final (...) son reglas prácticas que incluyen un corpus de conocimientos profesionales* (Golding-Elliot, 1979; citado en Wolf, 2005, p. 120).

27 Periodista cubano, Doctor en Ciencias de la Comunicación.

Los valores noticia devienen atributos indispensables en el quehacer periodístico. La estructuración y jerarquización de los productos comunicativos en las distintas fases del proceso productivo se realiza a partir de la acción complementaria de cada uno de los criterios desde posiciones flexibles y pertinentes en cuanto a la tipología del hecho.

Clasificaciones diversas especifican la naturaleza de estos valores. Entre los más compartidos están las definiciones de Mauro Wolf (2005) relacionadas con las características sustantivas de las noticias, de su contenido, la disponibilidad del material, los criterios relativos al producto informativo, al medio, al público y la competencia.

La presente investigación asume la descripción propuesta por la investigadora Stella Martini por su aplicación en el quehacer de la prensa escrita. La autora señala que entre los más importantes están la novedad, la originalidad, la imprevisibilidad, el ineditismo, el grado de importancia y gravedad de un acontecimiento, la proximidad geográfica, la magnitud por la cantidad de personas implicadas, la jerarquía de personajes implicados, y por último la inclusión de desplazamientos²⁸.

Otras particularidades asumidas en la comprensión de los valores noticias se ajustan al carácter de la prensa escrita. Como parte de los criterios relativos al medio, Mauro Wolf (2005) advierte que la visualidad constituye un factor importante para atribuir significados.

Para el autor, uno de los criterios importantes lo constituye el formato entendido como, *los límites espacio-temporales que caracterizan el producto informativo. Desde el punto de vista de los acontecimientos noticiables, este criterio de importancia facilita y aligera la selección, dado que impone una especie de preselección antes de que sean aplicados los otros valores\ noticia* (Wolf, 2005, p. 129).

Tal fenómeno guarda relación con el proceso de jerarquización, exclusión e inclusión de textos y extensión, pues de esa forma se determina una estructura narrativa al diseño de un periódico a fin de asumir normativas identitarias.

Cada organización informativa, posee características propias determinadas por las fechas y horarios,

28 Resulta significativa, tanto si son conjuntos de personas (una manifestación, una procesión religiosa) o individuos públicos reconocidos (viajes de un presidente). Se trata de movimientos o agrupaciones significativas, cambios de lugar o de posición, y trayectorias que permiten efectos diversos sobre la sociedad (Martini, 2000).

frecuencias de publicación y el perfil editorial del medio, especificidades que condicionan la implementación de valores noticia en cuanto a énfasis y prioridades de unos sobre otros. Múltiples teóricos validan como más importantes algunos criterios en dependencia del medio en cuestión, sucede así con la radio, la televisión, las agencias, el periodismo hipermedia y la prensa escrita.

1.4 Ideologías profesionales: una mirada interdisciplinar

La concepción acerca de la ideología, entendida como ciencia de las ideas, connota diversas interpretaciones acordes con el contexto del surgimiento del término. En un inicio pretendió constituir ciencia en sí misma a partir de la filosofía, pero tardó mucho tiempo en alcanzar legitimación científica, de ahí quizás el sentido negativo por el que ha transitado la terminología hasta la actualidad.

El vocablo ideología proviene del filósofo francés Destutt de Tracy quien por primera vez en el siglo XVIII designó la base para el conocimiento científico de una nueva ciencia relacionada con el análisis sistemático de las ideas, al comprender que conocemos las cosas a partir de ideas emergidas de las sensaciones. (Guadarrama, 2002, p.82) (Remitirse al Anexo #1, para profundizar en las pautas históricas que definieron los estudios relacionados con la ideología)

Los aportes acerca del fenómeno de la ideología trascendieron marcos temporales en la historia de la humanidad hasta llegar a las concepciones de la escuela marxista, que le otorgó nuevos cauces teóricos a las disputas conceptuales. A partir de ahí, además de la Filosofía, otras disciplinas enriquecieron el término con sus propias consideraciones, tal fue el caso de la corriente revisionista del marxismo, así como la Sociología, la Lingüística y la Comunicación.

El británico Raymond Williams²⁹ inaugura la vertiente de los Estudios culturales y avizora nuevos contextos para el análisis. Para el autor,

ideología es un término indispensable en el análisis sociológico, pero el primer nivel de dificultad reside en si se utiliza para describir: a) las creencias formales y conscientes de una clase o grupo social (...) o b) la visión del mundo o perspectiva general característica de una clase o de otro grupo social, que incluye creencias formales y conscientes, pero también de actitudes, hábitos y sentimientos menos conscientes y

29 Intelectual galés, pertenece, junto a otros intelectuales, al denominado Círculo de Birmingham (marxistas británicos, de las décadas del 50 y el 60).

formulados, e incluso, presupuestos, comportamientos y compromisos inconscientes (William, 2000, p. 25).

Por otra parte las propuestas conceptuales a partir de los análisis lingüísticos aportaron determinaciones específicas sobre el papel de la ideología en la comunicación. Teun A. van Dijk³⁰ afirma que *las ideologías consisten en representaciones sociales que definen la identidad social de un grupo, es decir, sus creencias compartidas acerca de sus condiciones fundamentales y sus modos de existencia y reproducción* (Van Dijk, 1996, p. 12).

El teórico establece una demarcación para tales preceptos al confirmar la existencia de diversas ideologías, distinguidas por un tipo de grupo ya sean movimientos sociales, partidos políticos, profesiones o religiones.

Los criterios del autor acerca de las ideologías profesionales constituyen eje para la presente investigación pues a partir de ello se confirma la existencia de conocimientos, valores y normas compartidos al interior de estos grupos, sistematizaciones medulares para comprender las múltiples complejidades del quehacer periodístico.

Una de las teorías más importantes aportadas por Van Dijk se expresa en la existencia de grupos ideológicos entendidos como:

una colectividad de personas definida principalmente por una ideología compartida y por las prácticas sociales basadas en ella, sea que estén o no organizadas o institucionalizadas. Otros grupos, como los profesionales, pueden organizarse primero, por ejemplo, para promover o proteger sus intereses, y desarrollan ideologías (profesionales) para sustentar tales actividades (Van Dijk, 1996, p. 14).

Otros argumentos permiten relacionar el papel mediador de la ideología en la comprensión de la realidad, como un proceso fundamentado desde la producción de los mensajes periodísticos hasta la recepción de ellos.

Desde otra perspectiva, Manuel Martín Serrano³¹ (1993) relaciona la producción simbólica de los medios y el control social al considerar que la ideología es una mediación a lo que puede ser dicho y a

30 Lingüista, creador de la Ciencia del Texto. Catedrático de Estudios del Discurso en la Universidad de Ámsterdam y profesor de la Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

31 Doctor en Ciencias y Letras (Universidad de Strasbourg, 1974) y Doctor en Filosofía (Universidad Complutense de Madrid, 1970). Profesor de de Sociología y Teoría de la Comunicación.

las formas en que se difunde a través de un sistema particular.

En el ejercicio profesional del sector periodístico, Mauro Wolf (2005) define que *las ideologías profesionales son las representaciones, creencias formales y conscientes, principios éticos, códigos y símbolos que sustentan las organizaciones periodísticas.*

En este sentido, las ideologías profesionales adquieren un lugar estratégico al mediar en todo el quehacer diario de los periodistas. La pertinencia del estudio de este fenómeno requiere la profundización en los procesos de construcción de la realidad.

Existe una divergencia de criterios al encauzar el término cultura profesional como parte de las ideologías profesionales, a pesar de ello algunos investigadores consideran la cultura y la ideología partícipes de diferentes niveles conceptuales.

Sin embargo, la investigación asume el criterio del profesor cubano Roger Ricardo Luis al entender que *las ideologías profesionales de los periodistas se definen como la serie de paradigmas y prácticas profesionales adoptadas como naturales por ellos. Este cuerpo normativo puede variar en función de la historia, la tradición y el contexto socio-político en cada país* (Ricardo, 2006).

Para Roger Ricardo Luis, ideología y cultura se yuxtaponen y:

es posible identificar la llamada cultura profesional a nivel micro, entendida como el conjunto de saberes explícitos e implícitos que conforman el ejercicio de la profesión: códigos, símbolos, rutinas, estereotipos, representaciones, sistema de conocimientos, entre otros aspectos relativos a los periodistas y los medios, de lo cual se desprende la influencia que tiene en los actos de autorregulación a lo interno de las redacciones (Ricardo, 2006).

Los medios de comunicación como entes fundamentales en la modelación de la opinión pública conllevan en sí mismos una significativa responsabilidad ideológica, según los intereses de clase que representen. La política resulta el componente más comprometedor para cualquier sistema comunicativo, por tanto la mediación ideológica se evidencia casi siempre a través de políticas editoriales y preceptos gubernamentales que muchas veces sesgan los contenidos mediáticos.

Pero la influencia de factores durante el proceso productivo confirma la materialización de otros elementos determinados por las ideologías. La formación académica y laboral simboliza las capacidades cognitivas de los emisores, los niveles de especialización, las costumbres y sus interacciones con el medio de prensa y así determinan el prestigio de las instituciones.

1.5 Factores mediadores del proceso productivo, regulaciones profesionales en legitimación.

La prensa no construye la realidad acorde con percepciones individuales, subjetivas y liberales. Desde los inicios, el Periodismo ha respondido a intereses clasistas; tales consideraciones desmitifican el papel de la profesión en la dinámica de la sociedad como sistema general.

La sociedad es un sistema complejo, que tiende al mantenimiento del equilibrio, y está compuesto por subsistemas funcionales, cada uno de los cuales tienen la misión de resolver un problema fundamental del sistema en su conjunto (Wolf, 2005, p.35).

Uno de los subsistemas fundamentales inmerso en las complejidades sociales, lo constituye la prensa como institución que conjuga dos roles esenciales: legitimarse ante la ciudadanía y el poder. Este carácter dual coloca a los medios de comunicación en una encrucijada ética y social en cuanto a los móviles que incentivan su labor.

Diversos teóricos definen las influencias en los procesos productivos como mediaciones. Dicho fenómeno se observa en categorías específicas. Roger Ricardo Luis, refiere que,

desde la perspectiva de la Teoría de la Sociología de la Producción de Mensajes se identifican dos áreas de influencia: una micro, en la cual están presentes los relativos al cuerpo doctrinal del periodista, y otra macro, en la que intervienen los condicionamientos externos que se desprenden de los conglomerados de acciones provenientes desde las visiones políticas, ideológicas, históricas y económicas del sistema (Ricardo, 2006).

El autor insiste en aclarar que tales presunciones están relacionadas intrínsecamente con cada país, régimen, circunstancias socio-políticas y las relacionadas con la empresa mediática específicamente.

La investigación se adhiere a los postulados de Julio García Luis en su Tesis de Doctorado al explicitar la existencia de factores internos y externos. En el plano externo incluye:

El sistema político, su estructura, instituciones, valores, normas de funcionamiento y políticas específicas.

El marco jurídico: constitucional, civil, penal y las legislaciones y reglamentos referidos en particular a los medios.

El sistema económico, el mercado, el sistema de trabajo y salarios y, en especial, el régimen de propiedad sobre los medios.

La cultura espiritual, material y simbólica de la sociedad, en su amplia acepción, que abarca el consumo y los hábitos, tradiciones y mitos.

El complejo ciencia-tecnología, como campo particular de la cultura, en tanto modifica a los actores, instrumentos, expresiones y representaciones de la comunicación.

Las relaciones con las fuentes, en tanto que una particular dimensión del funcionamiento de los medios, imbuida de un elevado componente de poder.

Las relaciones entre los medios y la sociedad civil, como espacio multilateral de socialización, intercambio e influencia.

La irradiación e impregnación de la ideología dominante, expresada en forma de teorías, interpretaciones, valores, juicios morales y normas, hacia todos los elementos antes enumerados (García, 2004, pp 44-45).

Desde la perspectiva interna señala:

La definición de atribuciones de los ejecutivos, colectivos y comunicadores en lo personal, como forma particular de expresión de las relaciones entre la propiedad y la gestión mediáticas.

La organización, estructura, funcionamiento y flujos productivos de los medios.

La información interna del medio y la participación real que en ella -en tanto valencia de poder- tienen los ejecutivos y los colectivos de comunicadores.

La cultura organizacional, ideologías profesionales, rutinas, tradiciones, mitos, rituales y otras formas de subjetividad influyentes en los medios.

La conciencia moral, los valores y las normas deontológicas aceptadas conscientemente o impuestas formalmente en los medios.

La formación y desarrollo del capital humano, incluida la política de selección, preparación y designación de los directivos.

Los subsistemas de vinculación, estudio y retroalimentación con la opinión pública (García, 2004, pp 44-45).

Las presiones propias de la profesión periodística, sus regulaciones y normativas constituyen rigurosos parámetros que comprometen el empeño de informar los acontecimientos, de forma honesta, transparente y clara. El prestigio de estas organizaciones dedicadas a la comunicación sucumbe ante prerrogativas de diversas índoles.

Los estudios sociológicos y los avances del *Newsmaking* demostraron las necesidades de investigar los

núcleos periodísticos como representantes de la interacción. Entre ellos, el nivel organizativo ocupa un lugar importante también dentro de las claves del éxito en las publicaciones periódicas.

El reconocimiento de principios deontológicos, las habilidades profesionales y el nivel de profesionalización alcanzado por los actores de la comunicación influyen decisivamente en los procesos de construcción de la realidad.

1.5.1 Factores externos: medios de prensa e ideología, retóricas y confluencias.

Las necesidades comunicativas de las colectividades humanas emergieron desde el propio surgimiento de la especie. El posterior desarrollo de las sociedades en cada uno de sus estadios ha perpetuado formas, mecanismos e instituciones para legitimar la representatividad y el dominio de unos sobre otros, la ideología como principal sustento de las relaciones vigentes en un sistema social necesitó entonces de un cauce para condicionar la reproducción social de este.

La labor de perpetuación no quedó desplazada al poder en sí mismo. Al decir de Manuel Martín Serrano,

participan en esta tarea de control aquellas instituciones sociales que administran la producción y la oferta de información: entre ellas la familia, la escuela, la iglesia, los medios de comunicación de masas. Desde esta perspectiva, son modalidades de control social por el recurso de la información, todas las acciones que inciden en la enculturización de las personas: estudios reglados, manifestaciones culturales, artísticas, rituales o recreativas; ofertas de noticias que circulan por sistemas informales o por los medios de comunicación masiva (Serrano, 1993, p.46).

El papel de los medios de difusión como entes fundamentales para difundir la ideología quedó legitimado desde los postulados de Louis Althusser, donde le asignaba a esta última el valor de arma estratégica, a diferencia del aparato represivo del Estado que generaba su dominación desde la violencia.

En las concepciones marxistas y leninistas se previó también la funcionalidad y la esencia de la prensa en la regulación de los procesos sociales. Para Karl Marx³² desde el enfrentamiento de clases; el Periodismo tenía como premisa ser revolucionario, defender los intereses de la causa obrera como bastión de lucha ideológica.

32 Filósofo, precursor de las ideas del socialismo. Autor de “El Capital”.

Desde las comprensiones filosóficas y universales del pensador, estos instrumentos de poder deben actuar orientados hacia los intereses no solo del Partido, sino del Estado y las organizaciones de masas con el objetivo de cumplir algunas tareas insoslayables: informar, orientar, organizar, educar y movilizar.

La conformación de un ideario colectivo sistematiza los valores promovidos por la sociedad socialista. También Lenin³³ corroboró muchas de las funcionalidades anteriores al revitalizarlas y atribuirles nuevos significados.

Y al hablar de la importancia de la prensa como órgano de reorganización económica y de reeducación de las masas, debemos examinar también la importancia de la prensa en la organización (Lenin, 1979, p. 251).

Detrás de toda la gama de complejidades atribuidas a la función de la prensa, la tradición marxista posee los fundamentos económicos para sustentar la esencia de una sociedad bajo los preceptos socialistas. La manifestación del componente político comprende como lógica de poder la implicación del régimen económico.

Desde la percepción del ideal social, el Estado configura el régimen de propiedad, tal disposición define la naturaleza de las instituciones al interior del sistema.

Las ideas de la clase dominante son en cada época las ideas dominantes, es decir, la clase que es la fuerza material en la sociedad es al mismo tiempo su fuerza intelectual predominante. La clase que tiene los medios de producción material a su disposición tiene el control al mismo tiempo sobre los medios de la producción mental, de modo que debido a eso, si se habla en términos generales, las ideas de aquellos que carecen de los medios para la producción mental están sometidas a ellas (Marx y Engels, 1959, p.64).

El resultado de los medios de comunicación se considera como un efecto ideológico; en esta perspectiva la metáfora de la base y la superestructura define a la ideología como parte de esa superestructura determinada por la base económica.

Analizar los medios de comunicación en la actualidad requiere de una mirada perspicaz al papel de las instituciones políticas que cumplen el encargo de regular la prensa. Las múltiples mediaciones de estos

33 Político ruso y teórico del Comunismo, líder del Partido Obrero Bolchevique.

factores externos influyen en la delimitación de lo noticiable y en la propia reconstrucción de la realidad.

Las disposiciones acerca de los medios, planteadas desde aproximaciones marxistas- leninistas confieren nuevos marcos interpretativos para analizar el mundo circundante. La divergencia en cuanto a intereses editoriales entre diferentes organizaciones sociales enuncia particularidades, conflictos y contrastes.

Al decir del profesor cubano, Julio García Luis (2006), uno de los factores externos que influye en los medios está dado por la determinación de la cultura espiritual, material y simbólica de la sociedad. A tono con ello, se plantea que la carencia de un espacio simbólico para socializar discursos donde se reconozcan los grupos conllevaría al fracaso de los medios en cuanto a su función social.

Los preceptos teóricos aportados por Antonio Gramsci sirvieron de base para explicar las concepciones de los Estudios Culturales, el autor logra explicar la relación armónica y socialmente compartida de las doctrinas políticas y económicas en la sociedad civil mediante los medios de comunicación.

Reflexionar sobre la influencia de la ideología en la sociedad, no requiere una visión desde la imposición de valores, ni de normas específicas, más bien se establece a un nivel común y habitual, que muchas veces pasa desapercibido. Para los investigadores Pamela Shoemaker y Stephen Reese,

la ideología no es dirigida atrás de las escenas por un gran conductor de televisión, un editor, o un consejo de directores. Más bien, la ideología es la consecuencia natural de la forma en que el sistema opera, al hacerlo un verdadero fenómeno social a nivel macro, con lo cual concluye nuestra jerarquía de influencias (Shoemaker y Reese, 1994, p. 248).

Resulta entonces evidente hablar del reflejo de la comunicación pública estructurada desde la complicidad consensuada de los medios que restituye valores modificados por una percepción de la realidad ya no transparente, sino mediada. Para Thomas Luckmann³⁴ *el proceso entendido como opinión pública significa un mecanismo de simplificación de gran complejidad, una reducción de la atención social a unos cuantos temas comunes.* (Berger y Luckmann, 1922, p.74)

Berger y Luckmann (1922) esclarecen cómo en el acontecer cotidiano los medios elaboran complejas

34 Sociólogo estadounidense. Es muy conocido por la obra “La construcción social de la realidad: un tratado en la sociología del conocimiento”, escrita junto a Peter Berger.

reducciones del contorno de los hechos para la audiencia, de modo que el público accede a la esquiua multiplicidad de determinaciones de lo real de forma mediada, filtrada y seleccionada.

Por tanto, la convergencia discursiva comprende un entramado de representaciones simbólicas de la sociedad a partir de los cánones preexistentes, y a pesar de la famosa libertad de creación atribuida por siglos a los *media*, resulta controversial su implementación en la diversidad de regímenes. El papel mediador del componente político en la prensa radica en prolongar la reproducción de la sociedad, al asegurar las normativas ya entronizadas.

Al decir de Manuel Martín Serrano:

cualquier sistema de comunicación, aún cuando resulte ser históricamente duradero, no es una organización completamente autónoma. Una doble apertura relaciona el funcionamiento y la permanencia de un sistema de comunicación pública, por una parte con los cambios (tecnológicos-jurídicos-administrativos, económicos, políticos) producidos en la sociedad que lo ha institucionalizado; y por otra con las alteraciones (ecológicas, demográficas, gnoseológicas, axiológicas) que a la larga se operan en el entorno de referencia sobre el cual informa (Serrano, 1993, p. 77).

En todo estudio referido a las instituciones de la sociedad legitimadas para la comunicación resulta pertinente argumentar el carácter clasista inherente a ellas, a pesar de las funciones y compromisos con el receptor. Si bien resulta una paradoja el doble rasero del carácter de los medios como voceros de un sistema y como razón de ser del público, constituye una disyuntiva el equilibrio a lograr, a raíz de tales móviles e incentivos profesionales.

Ante tales polémicas al interior del quehacer periodístico, la aproximación de Michael Foucault³⁵ esclarece varios aspectos.

Si el poder fuese únicamente represivo... ¿Creen realmente que se le obedecería? Lo que hace que el poder se aferre, que sea aceptado, es simplemente que no pesa solamente como una fuerza que dice no, sino que de hecho circula, produce cosas, induce al placer, forma saber, produce discursos; es preciso considerarlo más como una red productiva que atraviesa todo el cuerpo social que como una instancia negativa que tiene como función reprimir (Foucault, 2004, p.194).

El proceso de construcción de la realidad demuestra concepciones asimilables en todos los procesos

35 Filósofo francés, historiador y teórico social.

comunicativos. Gaye Tuchmann coincide en que *los medios establecen los marcos donde los ciudadanos discuten hechos públicos y en consecuencia estrechan las alternativas políticas disponibles* (Tuchman, 1983; citada en Pérez, 2002).

Rutinas, tradiciones, tácticas y estrategias de trabajo responsables aseguran el constante flujo productivo en los medios, a fin de concretar el dominio y las competencias adecuadas de la profesión. La dinámica interna de las organizaciones periodísticas determina de forma explícita la construcción de la realidad, mediada por la diyuntiva que representa la regulación de los factores externos al medio.

1.5.1 Factores internos: la empresa periodística, mecanismos para la reconstrucción de la realidad

La mayoría de las investigaciones de emisores suelen analizar el proceso productivo en aspectos medulares. El norteamericano Paul Hirsch³⁶ ha proporcionado una fórmula eficaz a partir de tres niveles complementarios de comprensión, como guía para descubrir las disímiles mediaciones en los contenidos de los medios.

Los investigadores Shoemaker y Reese (1994) lo asumen a partir de la determinación individual en la producción mediática, capaz de estudiar los roles ocupacionales, el profesionalismo y la interacción con los individuos, en un segundo nivel; las determinaciones organizacionales al abordar las formas en las que el proceso productivo se ve sujeto a sistemas burocráticos, y en tercer puesto se hallan las normativas institucionales, a fin de examinar las demandas y las relaciones entre las organizaciones de medios informativos y el ambiente social.

¿Qué particularidades definen entonces una organización periodística? ¿De qué manera opera la autoridad en el orden de jerarquías establecidas? ¿Cómo influyen tales preceptos en los materiales periodísticos?

Al analizar diferentes componentes del trabajo en el gremio, vale recordar que la rutina productiva en la prensa actúa dentro de un sistema que abarca procedimientos, actitudes individuales, división del trabajo, jerarquías de poder y cultura profesional.

Luego de la profundización en los enfoques individuales con las teorizaciones acerca del *gatekeeper*, y

36 Investigador de la escuela norteamericana de Comunicación.

las presiones externas al medio y sus influencias, conviene enfilarse la mirada hacia el interior de las organizaciones. Sobre este tópico, Pamela Shoemaker comprende a la organización como,

una entidad social, formal, usualmente económica que emplea al trabajador de los medios con el fin de producir el contenido de los medios. Tiene límites indefinidos, tales que podemos decir quién es y quién no es un miembro. Se dirige hacia sus objetivos, se componen de partes interdependientes y sus miembros estructurados en forma burocrática realizan funciones especializadas en puestos estandarizados (Shoemaker, P. y S. Reese, 1994, p.145).

Los primeros estudios acerca de la influencia organizacional en el contenido mediático datan del año 1955, cuando el norteamericano Warren Breed³⁷ en su artículo “Social control in the News Room” apunta que la sala de redacción constituye una organización compleja que debe ser analizada a partir de los conceptos de las teorías organizacionales.

A criterio de Breed, la asunción de políticas internas manifestadas en las formas de control social sugiere uno de los elementos más significativos; el proceso de socialización, como manifestación de la necesidad de adaptación a las políticas internas y a las normas tanto oficializadas documentalmente como las reconocidas de forma consensuada.

Para Cecilia Cervantes (1995, p.106) *los periodistas aprenden a producir cierto tipo de saber sobre la realidad a través de procesos de socialización que tienen lugar tanto al interior de la empresa como de las instituciones que operan como fuentes.*

En el plano subjetivo evidente en una organización periodística, la mayoría de las veces, las rutinas, normas y encomiendas no se materializan a modo de imposición, sino por la propia convivencia, observaciones y tropiezos personales que indican los códigos por los cuales funcionan las labores.

En la tesis de licenciatura *Retóricas, astucias y convenciones: ideologías profesionales de los periodistas cubanos*, de Isabel Estrada Portales (1994, p. 13), se plantea que *la socialización implica la aceptación de unos valores y la adaptación de una norma de socialidad. Esto no ocurre sin violentaciones, resistencias, negociaciones, concesiones o incidencias dialécticas del individuo y viceversa.*

Con la interiorización de todo un sistema de trabajo por parte de los periodistas, se manifiesta el

37 Periodista y académico. Doctor en Sociología por la Universidad de Columbia.

carácter dual del proceso socializador como tránsito hacia la legitimidad necesaria para acoger determinada perspectiva institucional. Por ello, cada quien asume el sentido de pertenencia hacia su centro laboral y se identifica con tendencias políticas, líneas editoriales y niveles sociales ocupados dentro de él.

Si bien el proceso de socialización coadyuva a la funcionalidad de determinada cultura organizacional, las normativas concretas no son subestimadas en un medio de prensa. En el caso del sector periodístico, los móviles éticos, las normas de redacción y las políticas editoriales fungen como instrumentos objetivos para el control social.

Las prácticas profesionales que integran la magnitud de los preceptos éticos, actúan naturalizadas en el quehacer cotidiano, y en su conjunto conforman la cultura profesional. Sin embargo, el hecho de que tales concepciones operen a nivel subjetivo y cada quien las asuma de forma independiente con múltiples interpretaciones, no contradice el imperativo de comprender la ética como producto colectivo racional que se traduce en un conjunto objetivo de normas a respetar.

Contextos, circunstancias específicas, obligaciones profesionales determinarán la decodificación que de los principios deontológicos los periodistas incluyan en su actitudes individuales ya sea a través de resignificaciones, disidencias y negociaciones. La representación personal de cada quien sobre la profesión se materializará en actitudes complementarias a las normativas éticas pautadas.

El periodista Juan Jorge Faundes³⁸ en el artículo “El rol de los periodistas y su marco ético”, destaca que los valores deontológicos de cada quien describen y rigen su comportamiento debido a que,

la ética periodística constituye uno de los componentes de la cultura profesional de los periodistas. Por cultura –en sentido amplio y según generalmente el término es usado– se entiende un conjunto socialmente compartido de ethos (valores, hábitos y costumbres), mos (moral: normas, reglas y códigos), doxa (impresiones, opiniones, creencias), episteme (conocimientos), actitudes (acciones generadas por ella) y objetos (monumentos, documentos, instituciones, hechos y en general manifestaciones sociales) (Faundes, 2006).

La necesidad de instrumentos para regular las actitudes profesionales constituye una particularidad de cada institución comunicativa. Desde un nivel micro, la existencia de normas de redacción, o cartas de

38 Periodista y académico chileno, experto en Análisis de Contenido, Comunicación Estratégica y Prospectiva.

estilo dotan a la prensa escrita de distinción en cuanto a construcción de la realidad, ya sean lineamientos dirigidos hacia asuntos lingüísticos o referidos al perfil editorial.

Por otra parte, la existencia de una política editorial en lo concerniente a aspectos ideológicos y líneas temáticas reclama la necesaria referencia para abordar diferentes tópicos de la realidad. La disputa entre objetividad y subjetividad resulta tópico de amplios debates, pero la disyuntiva carece de sólidos argumentos cuando se constata que inicialmente el acontecimiento periodístico discurre por la perspectiva individual del profesional. Al respecto, Herbert Gans³⁹ señala que,

no afirmamos que las actitudes lo sean todo, ni que los periodistas sean ideólogos. Señalamos, simplemente que, el juicio acerca de la importancia de las noticias es subjetivo y que las decisiones respecto a las fuentes, clasificaciones de noticias, y lenguaje reflejan en forma parcial las formas en que un periodista percibe y entiende el mundo social (Gans, 1991; citado en Shoemaker y Reese, 1994, p. 84).

Si bien los procesos espontáneos y cotidianos dados en un medio de prensa conforman una cultura profesional acorde a los intereses del medio, las ideologías profesionales como concepto más amplio constituyen un fenómeno de multifacéticas implicaciones.

Si se analiza el desempeño periodístico desde el perfil sociológico, se puede resumir que la construcción de la realidad es producto de factores externos e internos. Sin embargo, dentro de este último grupo los valores o ideologías profesionales alcanzan la magnitud de relevancia como generadores de visiones, perspectivas y reconstrucciones subjetivas.

Tres enfoques específicos asume Salvador de León Vázquez al profundizar en las ideologías construidas en el marco de la profesión periodística; la vocación, la profesionalización del periodista, y las funciones sociales del Periodismo.

El interés vocacional aducido en el gremio suscita disquisiciones relacionadas con la suficiencia de las motivaciones y cualidades empíricas. Otros criterios sostiene la comunidad académica al argumentar la pertinencia del estudio universitario que valida a las carreras de Comunicación, en especial, al Periodismo.

La superación profesional, el acoplamiento a las nuevas tecnologías, los desafíos intergeneracionales

39 Sociólogo alemán, la mayor parte de su carrera se desarrolló en Estados Unidos en la Universidad de Columbia.

que imponen nuevas visiones hacia los fenómenos de la realidad requiere de periodistas preparados y dispuestos a la renovación. En la actualidad, la diatriba relacionada con los avances de las nuevas tecnologías en el Periodismo consume el estatismo y la desprofesionalización, producto de diversas contingencias que han permeado de códigos y estereotipos a las ideologías profesionales.

Percepción, identidad social y organizacional representan los reflejos de los hábitos e insatisfacciones siempre presentes en la conciencia individual. El grado de legitimidad aportado por la organización hacia cada uno de los componentes del sistema garantiza las competencias forjadas desde la socialización.

1.5.3 Formación profesional de los periodistas, reflexiones teóricas para un debate.

Los debates académicos sobre la pertinencia del Periodismo como campo profesional han estado permeados en muchas ocasiones de hipercriticismo y ambigüedad en la búsqueda de respuestas certeras. Más allá de la especificidad del quehacer periodístico, las reflexiones emergen desde la comunicación y su proceso de legitimación como disciplina científica.

La cuestión de la legitimidad de los estudios comunicativos se remonta a la larga historia del oficio, carente de escuelas formadoras. Con las inauguraciones de las facultades de Periodismo en Estados Unidos, Europa y América Latina se demostró cierto consenso ante las dicotomías sobre el status del perfil periodístico y de la Comunicación, sin embargo las disputas confrontaron opiniones cada vez más diversas debido al divorcio atribuido a la realidad y la teoría.

Desde su nacimiento, la disciplina se ha visto sometida a numerosas críticas en cuanto a su eficiencia como instancia socializadora adecuada a las necesidades de la profesión. Se le reprocha ser una ciencia social con pretensiones de analizar el proceso de producción de la noticia, más que de ofrecer los conocimientos necesarios para producirla (...) se le acusa de ser una ciencia abstracta y no pragmática, ante lo cual se replica que la Universidad nunca ha sido un centro de formación profesional. Así, las Ciencias de la Comunicación se enfrentan a la dificultad de unir los contenidos de las técnicas periodísticas con el estudio científico de la comunicación de masas, lo cual ha provocado la ya mencionada separación entre la formación ofrecida en las empresas y los estudios de la Universidad (Humanes, 2009, p. 154).

El rol de las universidades de comunicación ha generado problemas referidos al desfase entre las necesidades del entorno social con los esquemas de formación, a través de los cuales se define la

socialización de los futuros periodistas.

Por otro lado, las disquisiciones parten de la compatibilidad disciplinaria de los perfiles del comunicador y el periodista, aunados en el mismo sector académico. La mayoría de los teóricos han sustentado la centralidad de los estudios de comunicación, al mantener como prioridad la legitimación de competencias profesionales dirigidas a las empresas mediáticas, como mercado laboral disponible.

La investigadora Claudia Mellado Ruiz⁴⁰ (2009) refiere que la universidad *como la institución legitimadora de conocimiento “científico”... comenzó también a ser cuestionada y repensada desde que los grandes relatos que conformaron esta modernidad pasaron a ser deconstruidos como tales.*

Para el profesor Gustavo González⁴¹ la diferencia radica en que,

desde la academia no se hace necesariamente una lectura adecuada del contexto histórico, más aún en una profesión como el periodismo, acosada permanentemente por las relaciones de poder. De ahí que las necesidades sociales, políticas, económicas, y las demandas culturales de la población en un sentido amplio, motiven generalmente respuestas universitarias influidas por la visión sesgada, más que por su inserción en estrategias de desarrollo nacional, que por lo demás carecen de continuidad y formulación autónoma en América Latina (González, 2003; citado en Mellado, 2009, p.p 15-16).

Desde otra postura en el artículo “El imaginario social del comunicador” la investigadora Claudia Benassini⁴² (2002, p. 82), sustenta que *al interior de las Universidades se ha contribuido a alimentar el imaginario de la carrera, a través de una realidad parcial, construida desde percepciones, pero esta realidad supone una construcción continua por medio del conocimiento y la experiencia.*

Sin embargo, para la propia investigadora, imaginario y realidad conviven cotidianamente tanto en las instituciones como en los actores que forman parte del mundo de la comunicación, y acota además que en ningún momento predomina completamente el imaginario del comunicador formado en la universidad, como tampoco la realidad de la práctica profesional.

Esta postura evidencia otro de los criterios acerca de la anquilosada discusión en el gremio, en este

40 Claudia Mellado es Doctora en Comunicación por la Universidad Pontificia de Salamanca (UPSA). Es integrante de la Internacional Communication Association (ICA), del European Communication Research and Education Association (ECREA, y de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR).

41 Investigador y profesor chileno dedicado a los estudios de Comunicación.

42 Catedrática del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana de Santa Fe, México.

sentido Jesús Martín Barbero⁴³, considera que,

el comunicador debe recuperar su legitimidad intelectual porque hoy día la comunicación es el espacio desde donde se piensa y se entiende la sociedad. Porque la comunicación es un lugar estratégico en donde se están disolviendo las otras esferas de la propia sociedad y el intelectual ubicado debe poner de relieve y en visible constatación la tarea básica del intelectual: la de luchar contra el acoso del inmediatismo y el fetiche de la actualidad poniendo contexto histórico, 'profundidad' y una distancia crítica que le permita comprender y hacer comprender a los demás el sentido y el valor de las transformaciones (Martín, 1992; citado en Bisbal, 2005, p.17).

Para Raúl Fuentes Navarro⁴⁴, *la teoría permite a quien la posee encontrar formas adecuadas de intervención, utilizando criterios, antes que técnicas, generando conocimientos y no simplemente aplicando recetas, permite referir los hechos a conceptos y/o categorías que los expliquen (Fuentes, 1990; p.42).*

Para el autor las formaciones universitarias no deben estar sujetas a las demandas constantes y crecientes de los agentes sociales que conforman el campo profesional, pues significarían transformaciones constantes del campo académico, debido a la evolución y las coyunturas de las sociedades.

La falta de identidad del profesional de la Comunicación emerge entonces, no solo como un problema de legitimación ante la sociedad, sino como resultado de inconsistencias en las reflexiones teóricas. A criterio de Guillermo Orozco⁴⁵, esta problemática ha trascendido como una deficiencia congénita

43 Filósofo, investigador y teórico de la Comunicación. Ha cursado estudios de posdoctorado en Antropología y Semiótica en la Escuela de Altos Estudios de París. Director del Departamento de Comunicación de la Universidad del Valle en Cali (Colombia). Doctor 'honoris causa' por la Universidad Nacional de Rosario (Argentina) y por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá (Colombia). Ha sido presidente de la ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), miembro del Comité consultivo de la FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social).

44 Doctor en Ciencias Sociales. Profesor-investigador del Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO (Guadalajara, Jalisco). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel III) y de la Academia Mexicana de Ciencias. Coordinador del Doctorado en Estudios Científico-Sociales del ITESO.

45 Se graduó en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Jesuita de Guadalajara (ITESO) y amplió estudios pedagógicos en la Universidad de Colonia. Doctor en Educación por la Universidad de Harvard. Catedrático de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Guadalajara. Ha sido coordinador del grupo de trabajo sobre estudios de la recepción de ALAIC. Autor de numerosos trabajos sobre comunicación y medios, ha centrado su línea de pensamiento e investigación en los estudios de la recepción y la alfabetización audiovisual.

manifiesta en la irrelevancia atribuida a los académicos, por parte del mercado laboral.

En este sentido, el gremio periodístico no ha sido el menos legitimado gracias a la tradición que ha tenido como oficio en los diversos períodos históricos de las formaciones sociales. Sin embargo, en la actualidad la magnitud de la diversidad de criterios ciñe al sector en una polémica.

Más allá del oficio o la profesión, el Periodismo de hoy perpetúa la legitimación de ambas perspectivas, a ello se ha sumado la formación de nuevas generaciones de periodistas egresados de las universidades que han transformado modos y creencias, han derrotado estereotipos, y han probado la eficacia o el fracaso de la relación academia y práctica.

El estudio de la carrera permite a los graduados la obtención de herramientas y técnicas indispensables para el desempeño profesional. A pesar de ello, los ideales propios de la ideología profesional que representan contrastan con la socialización en los centros laborales.

Mauro Wolf (1991) apuntaba en su artículo “Tendencias actuales del estudio de los medios”, que la mezcla entre los estudios de los medios y la cultura profesional, como concepto que se deslinda de las ideologías profesionales, devela particularidades interesantes para los profesionales de las instituciones comunicativas.

Desde esta misma posición, P. Elliot planteó que *todo grupo ocupacional desarrolla en su camino hacia el profesionalismo ciertas ideologías o sistemas de creencias que dan sentido a su trabajo y les justifican dentro del propio grupo y frente a las personas ajenas a él* (Elliot, 1993; citado en Humanes 2009).

Tales criterios confirman el alcance de los niveles de profesionalización de los periodistas que se traducen en creencias, formas de trabajo, y cultura profesional compartida. Es por ello que como se había planteado al inicio, *el periodismo se ha convertido en un campo de acción autónomo con sus propias reglas, que compite con otras instancias para ganar influencia social y que para ello necesita legitimarse a través de prácticas que se transformen en modelos de referencia y prácticas de trabajo* (Humanes, 2009, p.151).

Las posturas académicas latinoamericanas apuntan que el Periodismo aún se encuentra inmerso en la configuración de su perfil laboral, mientras para otros entendidos la obtención de una licenciatura en esta especialidad legitima completamente el rol profesional. Lo cierto es que, el creciente aumento de

los estudios de emisores en las investigaciones actuales demuestra la necesidad e importancia de ahondar en los sistemas de creencias y los valores interiorizados por los protagonistas de los procesos. Ante la sociedad, el periodismo pervive como una profesión de respeto, pero tal premisa no resulta plausible ante diversas instituciones que evidencian las relaciones de poder de quienes dirigen las sociedades. Quizás por ello, los recientes enfoques de la comunicación buscan comprender los nuevos roles y desafíos de los contextos profesionales y desplacen las antiguas disputas por reflexiones más afines con las nuevas realidades.

CAPÍTULO II: APUNTES METODOLÓGICOS

Desde el interés investigativo de conocer la influencia de las rutinas productivas del semanario *CINCO de Septiembre* en las ideologías profesionales de los periodistas, la presente investigación emprende la realización de un estudio de emisor a partir de la perspectiva cualitativa, por las posibilidades de este diseño metodológico de comprender, explicar, caracterizar y describir los fenómenos en análisis.

Acorde con las tendencias comunicológicas actuales, la profundización en los componentes subjetivos que median en todo el quehacer periodístico resulta de interés para los investigadores. Tales tópicos devienen herramienta eficaz para desentrañar mitos, estrategias y limitaciones que modelan el quehacer productivo en las instituciones editoriales.

Al proponerse caracterizar la influencia de las rutinas productivas sobre las ideologías profesionales de los periodistas, la siguiente tesis se define como correlacional. La unidad de observación resulta el periódico *CINCO de Septiembre* de la provincia de Cienfuegos, por la inexistencia de un estudio de rutinas productivas en la institución.

Para el análisis se toma un período de tiempo comprendido entre el 7 de enero y el 31 de marzo del 2013 por constituir un espacio temporal con comportamiento típico, al margen de celebraciones y eventualidades nacionales que pudieran influir en la cotidianeidad del quehacer productivo del Periódico.

Para solucionar el problema de investigación se definen y operacionalizan las categorías rutinas productivas e ideologías profesionales, cada una con sus subcategorías acordes al sustento teórico de la investigación.

Conceptualización de las categorías y subcategorías analíticas:

Categoría I:

Rutinas productivas: *el conjunto de acciones y normas surgidas de las exigencias que genera la dinámica productivo-editorial-tecnológica de una empresa mediática y el intenso proceso de mediación objetivo presente en cada una de sus fases (recolección, selección y presentación). En ellas se evidencia, además, el aprendizaje profesional derivado de ese quehacer que llega asociarse, como regla, a la repetición y las costumbres y tienen su repercusión en el resultado final de la labor periodística (Ricardo, 2006).*

Subcategorías:

Recogida de información: Proceso de recogida de información mediante el uso de fuentes o maneras en las que se conocen o acceden a los acontecimientos por parte de los periodistas para el establecimiento de un dietario o plan de coberturas.

Fuentes de información: Pepe Rodríguez distingue como fuentes a las oficiales y no oficiales, entre ellas las implicadas, ajenas, favorables, neutras y desfavorables, y documentales.

Selección de la información: *La función de selección de primer grado: es la regulación de un genérico «derecho de acceso» o derecho de entrar en el circuito informativo. La función de selección de segundo grado, o función de jerarquización, supone la atribución de una mayor o menor importancia a los acontecimientos. La selección de tercer grado, o la función de tematización. Es la operación de selección ulterior, del universo informativo dos veces seleccionado, de los grandes temas en los cuales concentrar la atención pública y movilizarla hacia decisiones. El tema puede ser, a su vez, colocado en un marco o frame (Rossiti, 1981; citado en Alsina, 1993, p.131).*

Valores noticia: *Reglas prácticas que incluyen un corpus de conocimientos profesionales que implícitamente, y a menudo explícitamente, explican y dirigen los procesos de trabajo en la redacción. (Golding-Elliott citados en Wolf, 1987: 120)*

Factores externos e internos: La investigación entiende por factores externos e internos los planteados por Julio García Luis. En los factores externos incluye; sistema político, jurídico, económico, relaciones con las fuentes, y relaciones medios- sociedad civil. En los internos incluye; organización, estructura y funcionamiento de las rutinas productivas espacios de articulación de la política editorial, influencia de la cultura organizacional e ideologías profesionales, comunicación y participación en la gestión mediática, relaciones de jerarquía y normas deontológicas.

Categoría II:

Ideologías profesionales: Para la conceptualización de la categoría ideologías profesionales, se asume también el criterio de Roger Ricardo Luis por la concepción abarcadora de un fenómeno tan complejo que comprende además la noción de cultura profesional.

Las ideologías profesionales de los periodistas se definen como la serie de paradigmas y prácticas profesionales adoptadas como naturales por ellos. Este cuerpo normativo puede variar en función de

la historia, la tradición y el contexto socio-político en cada país. (Ricardo, 2000)

A nivel micro es posible identificar la llamada cultura profesional, entendida como el conjunto de saberes explícitos e implícitos que conforman el ejercicio de la profesión: códigos, símbolos, rutinas, estereotipos, representaciones, sistema de conocimientos, entre otros aspectos relativos a los periodistas y los medios, de lo cual se desprende la influencia que tiene en los actos de autorregulación a lo interno de las redacciones (Ricardo, 2000).

Resulta preciso aclarar que tanto los factores externos, como los internos, se verán en las fases de recogida y selección del material periodístico. En aras de organizar la operacionalización se especificarán los aspectos a analizar al interior de cada factor en una sola ocasión.

1. Rutinas productivas:

1.1 Condiciones tecnológicas y humanas que permiten la realización del Periódico.

1.2 Recogida de información:

1.2.1 Recogida del material informativo.

1.2.1.1 Empleo de las fuentes de información.

1.2.1.2 Documentales.

1.2.1.3 Oficiales y no oficiales.

1.2.1.4 Implicadas y ajenas.

1.2.1.5 Favorables, desfavorables y neutras.

1.2.2 Dietario u orden del día.

1.2.2.1 Reunión de prensa en el PCC.

1.2.2.2 Reunión de organización y distribución del trabajo en el medio de prensa.

1.3 Influencia de factores externos

1.3.1 Sistema político.

1.3.1.1 Tesis y resoluciones nacionales que orientan el trabajo de los medios.

1.3.1.2 Intereses del gobierno y el Partido Comunista de Cuba.

1.3.2 Sistema jurídico.

1.3.2.1 Legislaciones referidas a los medios de comunicación.

1.3.3 El sistema económico.

- 1.3.3.1 Sistema salarial para la profesión periodística.
- 1.3.3.2 Propiedad del medio.
- 1.3.4 Relaciones con las fuentes.
- 1.3.5 Relación medios- sociedad civil.
 - 1.3.5.1 Estudio, vinculación y retroalimentación con el pueblo.
 - 1.3.5.2 Espacios de socialización, intercambio e influencia.

1.4 Influencia de factores internos.

- 1.4.1 Organización, estructura y funcionamiento de las rutinas productivas.
 - 1.4.1.1 División del trabajo.
- 1.4.2 Política editorial.
 - 1.4.2.1 Espacios de articulación de la política editorial.
 - 1.4.2.2 Reuniones editoriales entre los diferentes agentes del sistema (PCC, instituciones, entidades, organismos).
 - 1.4.2.3 Reuniones del director con el jefe de Información.
 - 1.4.2.4 Consejos o reuniones editoriales para la retroalimentación entre directivos y trabajadores del medio de prensa.
- 1.4.3 Relaciones profesionales entre directivos, periodistas, PCC y otras instituciones.
 - 1.4.3.1 Relaciones entre Departamentos.
- 1.4.4 Participación en la gestión mediática por parte de los periodistas.
- 1.4.5 Influencia de las ideologías profesionales y la cultura profesional.
 - 1.4.5.1 Ideologías profesionales.
 - 1.4.5.1.1 Concepciones sobre la función de la prensa en la sociedad.
 - 1.4.5.1.2 Concepciones sobre la función de la prensa revolucionaria en la sociedad.
 - 1.4.5.1.3 Concepciones sobre las particularidades del ejercicio periodístico en el *CINCO de Septiembre*.
 - 1.4.5.1.4 Concepciones sobre la función social del *CINCO de Septiembre*.
 - 1.4.5.2 Cultura profesional en el *CINCO de Septiembre*.
 - 1.4.5.2.1 Profesionalización

- 1.4.4.2.1.1 Formación académica, empírica, y cultural.
- 1.4.5.2.2 Conocimiento y dominio de las herramientas de trabajo.
- 1.4.5.2.3 Conocimiento y dominio de la técnica sobre periodismo impreso.
- 1.4.5.2.4 Actividades y espacios de superación para el capital humano de la institución.
- 1.4.5.2.5 Motivaciones profesionales
- 1.4.6 Valores y normas deontológicas presentes en el medio.
- 1.4.6.1 Código de ética de la UPEC.
- 1.4.6.2 Principios éticos que median las relaciones entre los periodistas.

1.5 Fase de selección

- 1.5.1 Selección del material informativo.
 - 1.5.1.1 Valores/ noticias.
 - 1.5.1.2 Novedad.
 - 1.5.1.3 Originalidad, imprevisibilidad e ineditismo.
 - 1.5.1.4 Grado de importancia y de gravedad de un acontecimiento.
 - 1.5.1.5 Proximidad geográfica.
 - 1.5.1.6 Magnitud y jerarquía de personajes implicados.
 - 1.5.1.7 Inclusión de desplazamiento.

Entre los métodos implementados están el bibliográfico documental y la etnografía, además de técnicas como la observación participante, la entrevista, la encuesta, los grupos focales y las notas de campo.

El método bibliográfico documental permitió la compilación y sistematización de los conocimientos y teorías existentes acerca de un fenómeno o realidad dada, además de constituir el sustento fundamental para analizar las categorías en estudio.

La etnografía proporcionó el acercamiento al modo de vida de la unidad social en estudio, este método facilita la permanencia del investigador en los escenarios naturales para observar directamente los fenómenos estudiados. De esa forma se permite la aprehensión de las particularidades de la dinámica productivo-editorial del *CINCO de Septiembre*, además de constituir una estrategia adecuada para reconocer un elemento tan subjetivo como las ideologías profesionales, desde el quehacer rutinario de la institución.

Como una de las técnicas más implementadas en el estudio, la observación participante proporcionó la inserción de la investigadora en la rutina productiva del Periódico, y constar así de vivencias propias para determinar una serie de juicios que permitan describir los comportamientos, incidencias y experiencias de los protagonistas, durante los tres meses escogidos para la investigación.

Las rutinas, las especificidades de las fases de recogida y selección, las condicionantes que influyen en el trabajo diario, los espacios donde se articulan ideologías profesionales de los periodistas, resultan ostensibles a través de la técnica de la observación participante con la correspondiente guía de observación y las notas de campo.

Por otro lado, la entrevista semiestructurada compiló las especificidades históricas y contextuales del medio de prensa en estudio a través de los relatos de fundadores, periodistas y directivos. También resultó válida la técnica para la obtención de opiniones de los propios protagonistas del proceso rutinario que validaran pormenores y características observadas durante la investigación. (Todas las entrevistas fueron grabadas en formato digital)

Las entrevistas fueron realizadas a los periodistas Alexis Pires, Zulariam Pérez, Melissa Cordero, Darylís Reyes, Armando Saéz y Jesús Mena. También a Héctor Castillo, subdirector del *CINCO de Septiembre*, Alina Rosell, directora del medio y la jefa de Información, Magalys Chaviano.

A través de las encuestas se profundizó en la cultura profesional e ideologías profesionales de los periodistas y directivos del medio de prensa en cuestión. Tales nociones ahondaron en el nivel de profesionalización alcanzado por los trabajadores del *CINCO de Septiembre*.

A partir de la preparación de dos encuestas, se recogió información específica de la totalidad de los periodistas del medio de comunicación en estudio, y de los directivos de este.

Luego de la obtención de material suficiente a través de las entrevistas y encuestas se convocó a grupos focales para conocer los criterios de los trabajadores del medio, mediante la reflexión y la polémica colectiva.

Para la presente investigación se concibieron dos grupos focales, donde participaron indistintamente directivos y periodistas. Los grupos se dividieron entre profesionales jóvenes y experimentados, en aras de determinar semejanzas y diferencias relacionadas con el nivel profesional que representan cada uno. El primero, conformado con los egresados de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, se

integró por Darylís Reyes, Alexis Pires, Zulariam Pérez, Tailí Sánchez y Melissa Cordero. El segundo se formó con periodistas de más experiencia en el periódico cienfueguero, entre ellos, Armando Sáez, Jesús Mena, Dagmara Barbieri, Yudith Madrazo, Julio Martínez y Héctor Castillo. La investigación quedó triangulada metodológicamente a través de la aplicación de métodos y técnicas.

CAPÍTULO III: CINCO DE SEPTIEMBRE POR DENTRO

El viernes 5 de septiembre de 1980 salió por primera vez a las calles cienfuegueras el periódico *CINCO de Septiembre*, tras la necesidad de informar, orientar, analizar y comentar sobre la actividad económica, política, social y cultural del territorio, luego de la división político administrativa de la otrora provincia *Las Villas*, de la cual surgió Cienfuegos.

La historia y los quehaceres fundacionales de la Editora contados en las propias voces de sus iniciadores se encuentran reflejados en las tesis *Vernos ante el espejo*, de Adriel Reyes Sánchez realizada en el año 2009; *El titular: no hay has de triunfo como un buen titular*, de Leslie Corrales Rosell, y *Detén el vuelo de la luz, captura la imagen*, de Melissa Cordero Novo, materializadas ambas en el 2010.

Con una edición de 52 números al año y una tirada semanal de 30 mil ejemplares, el medio funge como órgano del Comité Provincial del Partido Comunista de Cuba (PCC). El semanario inscrito en el Registro de Publicaciones con el ISSN-0864-0467, se imprime en formato tabloide con los colores distintivos azul y negro.

La Editora también se encarga de un total de cuatro publicaciones, entre ellas tres trimestrarios: *La picúa*, como suplemento humorístico; *Conceptos*, como suplemento cultural, y el histórico, *Cienfuegos en la Historia*, además del mensual *Montañés*. Consta entre las disímiles vías de comunicar el acontecer del territorio, el sitio web de actualización diaria, identificado con el mismo nombre del periódico impreso.

Diversos han sido los cambios materializados en el *CINCO de Septiembre* en los últimos años, entre los más ostensibles resaltan las variaciones en su propio perfil, además de la modernización y el perfeccionamiento de las rutinas productivas. Alina Rosell Chong, directora del medio, afirma que:

Aunque los cambios no sean palpables a primera vista, hemos ampliado la red tecnológica luego de la digitalización. Hoy contamos con más equipos en los departamentos, poseemos computadoras en la modalidad de clientes ligeros⁴⁶ para los periodistas, también tenemos una nueva máquina de última generación destinada al departamento de diseño, pero que contribuirá al archivo del Periódico, y lo más sobresaliente consiste en el interés de diseñar el semanario en un programa más moderno (Rosell, entrevista personal, 19 de enero de 2013).

Los cambios en la infraestructura del medio han repercutido lógicamente en el diseño del flujo editorial al aportarle más dinamismo e interactividad. Sin embargo, la directiva asume con alto grado de importancia las variaciones en el perfil de las páginas del semanario impreso.

Uno de los cambios más importantes radica en la concepción de la página ocho; antes constituía el basurero de la edición. Si bien en el pasado se publicaban seis o siete informaciones que no decían nada debido al carácter semanal de nuestro periódico, hoy incluimos reportajes, informaciones interpretativas, además de la columna Diálogo directo que constituye el espacio de correspondencia con los lectores. Actualmente se implementa otra variación en el caso de la página dos, antes se enmarcaba como Ideológica, pero se decidió cambiarlo y aunque aún constituye el sitio para los trabajos referidos a campañas informativas del mes, a temas políticos e históricos, pues también la llamamos Variada o Especial para tratar temas de otra índole y de importancia para los lectores (Rosell, entrevista personal, 19 de enero del 2013).

De obligada referencia resulta el acercamiento a las Normas de redacción de un medio de prensa para la definición de las particularidades editoriales que encauzan la labor de un equipo de trabajo en una publicación. En el caso del *CINCO de Septiembre*, desde el 2009 se trabaja en la actualización de este documento.

Los cambios en las Normas de redacción han respondido a la frecuencia de salida del Periódico, ya hoy publicamos muy pocas informaciones, porque no vamos a llegar a nada con este género percibido diariamente en la radio y en la televisión, lógicamente las Normas de redacción debían ajustarse a esos

46 Un cliente liviano o cliente ligero (thin client o slim client, en inglés) es una computadora cliente o un software de cliente en una arquitectura de red cliente-servidor que depende primariamente del servidor central para las tareas de procesamiento, y se enfoca principalmente en transportar la entrada y la salida entre el usuario y el servidor remoto. En contraste, un cliente pesado realiza tanto procesamiento como sea posible y trasmite solamente los datos para las comunicaciones y el almacenamiento al servidor.

requerimientos. Esto ha respondido a una necesidad de aumentar los trabajos investigativos por constituir una deficiencia nuestra. Sin embargo, a pesar de no estar resuelta aún, sí se ha dedicado más espacio a esta modalidad periodística porque es una de las formas de la prensa escrita para llegar más y mejor a los lectores (Rosell, entrevista personal, 19 de enero del 2013).

3.1 Nuevas generaciones vs nuevas ideologías profesionales

El surgimiento de la carrera de Periodismo en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, ha proporcionado nuevos ingresos al gremio en las provincias centrales. A partir de la primera graduación en el 2007, el *CINCO de Septiembre* ha contado con la entrada de egresados cada año, situación que ha propiciado la asunción de particularidades en cuanto a ideologías profesionales en los medios.

Antes de comenzar a recibir a los graduados de la Universidad, la edad promedio de los periodistas del medio oscilaba entre los 40 y 50 años; por supuesto una cultura profesional permeada de otros paradigmas, otras formas de pensar. Desde entonces, el quehacer periodístico cambió porque la renovación, las maneras de decir de una forma diferente se imponen, y así el periodista de más años en el medio ha debido asumir nuevas formas de hacer (Rosell, entrevista personal 19 de enero del 2013).

En la actualidad la Editora exhibe una condición particular a diferencia de años precedentes, el equipo de periodistas se encuentra equilibrado en un 50 por ciento entre profesionales de más años en el medio y otros más jóvenes. La plantilla queda conformada de la siguiente manera.

De 10 a 30 años de trabajo en el medio:

Yudith Madrazo Sosa

Dagmara Barbieri López

Julio Martínez Molina

Armando Sáez Chávez

Jesús Mena Aragón

Jóvenes egresados de 2007 a 2013:

Alexis Pire Rojas

Tailí Sánchez Zúñiga

Zulariam Pérez Martí

Darylis Reyes Sánchez

Melissa Cordero Novo

En los análisis evaluativos de todo un año de trabajo en la institución, figura la repercusión y el reconocimiento a la labor y a las iniciativas de jóvenes procedentes de la casa de altos estudios de Santa Clara. Al respecto, Raúl Castillo Toledo, subdirector del *CINCO de Septiembre*, agrega:

Nos han obligado a cambiar mentalidades, se han variado concepciones, eso quedó demostrado a finales de 2012 y ha sucedido también en años anteriores, pues de los tres mejores periodistas reconocidos por la Comisión de Calidad, dos fueron las jóvenes Darylis Reyes y Melissa Cordero, por la cantidad de

premios, menciones, reconocimientos, participación en concursos y repercusión de sus trabajos, y así constó en su estimulación salarial, todos ellos están demostrando día a día su capacidad, talento e interés (Castillo, entrevista personal, 21 de enero del 2013).

La confianza y el respeto ganado por los nuevos profesionales ha cobrado relevancia en la institución; tales rubros han motivado a ubicar en la reserva de cuadros de dirección a muchos de ellos. Como jefa de Redacción, Zulariam Pérez Martí relata cuánta responsabilidad ha representado:

Una de las cosas más difíciles fue dirigir a un colectivo de experiencia, a personas que laboraban en el medio desde su fundación, y lo otro consistió en dirigirme hacia determinados periodistas y dialogar sobre los cambios en sus trabajos, sobre errores, repeticiones, y recomendaciones para mejorar la calidad de estos durante el proceso de corrección. Además, no solo tuve en mis manos la corrección del CINCO de Septiembre, sino de todas las publicaciones a cargo de la Editora donde colaboraban críticos reconocidos, fue muy positiva la experiencia (Pérez, entrevista personal, 21 de enero del 2013).

El empeño y la pericia de los jóvenes trabajadores del medio resultan ostensibles en varios departamentos de la institución comunicativa. Emma Sofía Morales, correctora y fundadora del medio de prensa define las particularidades de la labor de los graduados.

Quiero destacar la formación y preparación exhaustiva de los nuevos periodistas pues han revitalizado las perspectivas. Sus emprendimientos denotan ideas novedosas, fresca y enfoques diferentes al abordar tópicos eternamente tratados de forma homogénea (Morales, entrevista personal, 20 de enero del 2013).

Tailí Sánchez Zúñiga ha desempeñado en múltiples ocasiones el cargo de jefa de Información, al respecto agrega:

La inserción de los egresados aquí en el Periódico ha sido muy buena, pienso que una de las mayores variaciones con nuestra llegada ha sido en el tratamiento de los géneros. La labor como jefa de Información ha significado mucho para mi formación como profesional, he constatado lo aprendido en la Universidad pues me considero perfeccionista en mi trabajo, y eso a la hora de enfrentar un cargo de dirección resulta vital al asumir tanta responsabilidad (Sánchez, entrevista personal 21 de enero del 2013).

En la nómina de responsabilidades dentro de la Editora consta Alexis Pire Rojas, periodista incorporado en el año 2012, quien se desempeña actualmente como subdirector editorial del

suplemento *Montañés*.

Siempre me gustó el trabajo editorial, dirigir ese suplemento ha sido excepcional al explotar periodísticamente una zona geográfica con tantas historias para contar aún, así sean noticiosas como testimoniales. He podido adquirir destrezas en el quehacer periodístico en el sentido de lograr en una cobertura diversidad y cantidad de trabajos para esa publicación. La formación académica me ha ayudado a la hora de mostrar las múltiples aristas de una situación común, a buscar el factor humano (Pires, entrevista personal, 24 enero del 2013).

Lisandra Marene Suárez trabajó varios años como periodista en el semanario, sin embargo a pesar de no desempeñarse como tal en estos días, ocupa contratos como correctora por necesidad del propio medio.

Creo que esta labor le aporta mucho a mi proceso de formación, considero que todos los periodistas deberíamos ocupar en algún momento el trabajo de corrección. Ocupar este puesto me ha hecho comprender que el producto ofrecido al lector resulta mejor concebido, si se entiende el proceso de concepción del semanario como un todo integrado, donde los periodistas asumen parte del diseño según sus intereses y se ocupan de la funcionalidad de la fotografía (Suárez, entrevista personal, 24 de enero del 2013).

Otro de los rubros con resultados perdurables durante los últimos años ha sido la participación y los resultados en concursos tanto nacionales como provinciales. Entre 2008 y 2012 los galardones obtenidos por los egresados y también de los periodistas de más años en el medio han enriquecido el prestigio de la institución cienfueguera. (Remitirse a Anexo #2, para la tabla con resultados en concursos)

La confluencia de egresados y profesionales experimentados evidencia multiplicidad de enfoques y estilos periodísticos en el periódico cienfueguero. Más allá de disputas generacionales, y diferencias marcadas, la asunción de los más jóvenes transcurre con el respeto y la confianza de los colegas, y con espacios abiertos para la publicación de sus intereses investigativos.

CAPÍTULO IV: FUNDAMENTOS DE UN ESTUDIO

El lunes temprano inicia la dinámica productiva del *CINCO de Septiembre*, todo un proceso que perdura hasta el jueves a las tres de la tarde. En las primeras horas de la mañana, la jefa de Información da vida a cada página, a partir de esa labor, la cadena editorial transcurre a través de los mecanismos estructurados para la organización del trabajo.

Para muchos, la inserción de la investigadora no resulta un obstáculo, los protagonistas del medio se muestran atentos ante las necesidades del estudio. La dirección del Periódico aprueba la participación indagatoria en todos los momentos del quehacer periodístico, entonces, la observación en el escenario natural de los sucesos transcurre sin limitaciones.

Bajo la aparente tranquilidad y el silencio, fluye la rutina productiva, toda una semana para diseñar ocho páginas. Sin embargo, más allá del tiempo, los tropiezos, las incidencias, las satisfacciones e insatisfacciones matizan la organización integral del trabajo, así como los resultados de la labor cotidiana de sus profesionales.

El diseño del flujo productivo en el *CINCO de Septiembre*, consta de varios espacios para la conformación del semanario, además de departamentos y especificidades en las funciones de los profesionales. La distribución interna de roles contribuye a la fluidez y la participación de todo el personal periodístico, dígame directivos, periodistas, fotógrafos, diseñadores y correctores, dispuestos para la realización semanal del Periódico.

4.1 Al interior del CINCO de Septiembre

Las exigencias de la dinámica productivo-editorial-tecnológica requieren de estratificación e independencia en la confección del semanario. Cada periodista, corrector y diseñador, pertenece a una subdivisión institucional que vela por el cumplimiento de sus funciones, en aras de organizar los quehaceres profesionales y racionalizar el trabajo.

El *CINCO de Septiembre* posee cuatro centros fundamentales para la gestión periodística: el Departamento de Información, el Departamento de Redacción (diseño y corrección), el Centro de documentación, y la Redacción Digital. Cada uno de los espacios posee un responsable que exige las entregas en el tiempo preciso y con la calidad requerida.

La inserción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, ha variado el proceso editorial del medio de prensa desde el 2008.

Yo he vivido otras etapas, antes era un periódico de plomo y rotativa vieja, todo fluía a través del papel en la cadena de revisiones de la rutina productiva, se hacía el Consejo Editorial al final y se imprimía. Ahora no, la digitalización ha complejizado y facilitado el proceso. Hoy la jefa de Información con la computadora y desde su oficina, conforma los contenidos de las páginas, y hasta el propio periodista escoge fotos y diseño, existe más participación (Castillo, entrevista personal 19 de enero de 2013).

El *CINCO de Septiembre* sobresale por la implementación de un flujo editorial totalmente digitalizado e interconectado, la estructura de la red facilita la interacción entre los responsables de publicar el periódico cada semana. A juicio de la directora del medio, Alina Rosell Chong, en la actualidad, no existe una crisis tecnológica grande, pero aún no se poseen las condiciones idóneas.

Contamos con 13 computadoras y seis clientes ligeros, éstos últimos son los más modernos pero con muchas limitaciones, la infraestructura tecnológica en general es vieja. Poseemos la facilidad de que varios de nuestros profesionales trabajan desde la casa con cuentas de Internet propias, además de la reciente llegada de una máquina de última generación destinada al diseño del semanario (Rosell, entrevista personal 20 de enero de 2013).

Desde otro criterio, Raúl Castillo Toledo, subdirector del medio considera que aún se puede perfeccionar el tema de la red en las rutinas productivas.

Todavía nos falta un mecanismo para determinar responsabilidades cuando existan problemas, eso es cuestión de diseño de red, más allá de asuntos informáticos. Necesitaríamos, establecer una cascada en la que el jefe de Información entregue y nadie pueda cambiarlo, y así con las demás personas que revisen. Eso nos beneficia a la hora de establecer las culpabilidades por los errores cometidos, que muchas veces al salir a la luz desencadenan problemas (Castillo, entrevista personal 19 de enero de 2013).

Relacionado con el perfeccionamiento de las redes informáticas y su influencia en el flujo editorial, la observación constató la publicación ocasional de errores. En una oportunidad se obvió el crédito de un reportaje, y no se determinó exactamente la responsabilidad, a pesar de relacionarse con un descuido del diseñador.

Aunque no resulta un fenómeno persistente, en determinadas ocasiones, sucedieron casos similares con palabras, letras, y pequeños errores olvidados en la corrección. Por tanto, el fortalecimiento en la seguridad de la red en el *CINCO de Septiembre*, sin dudas, contribuiría al logro de un semanario más ejemplar en este sentido.

La preparación y sagacidad del capital humano resulta otro elemento importante a favor del medio de prensa, la confluencia de personal joven y experimentado en todos los espacios editoriales, asegura la renovación y la variedad en la construcción social de la realidad cienfueguera.

La jefa de Información comienza desde el lunes a preparar la edición de la semana, luego de la reunión con el subdirector y la directora para determinar intereses. La búsqueda de trabajos en la carpeta personal de los periodistas y en el correo electrónico deviene tarea habitual, allí inicia el proceso de selección, a fin de garantizar los intereses informativos.

A medida que transcurre la confección de las páginas, la directiva las ubica en la carpeta Publicación, establecida en el área de diseño. La dinámica interna del Departamento de Redacción se organiza a través de la distribución de páginas específicas para cada diseñador y correctora, una estrategia que garantiza el conocimiento de las particularidades y perfiles especializados del semanario.

La impresión de las pruebas de planas indica el fin del proceso de edición, llevado a cabo por los diseñadores. A partir de ese momento, los modelos impresos circulan hacia la jefatura de información, el subdirector y la directora, cada uno de ellos señala, sugiere y entrega nuevamente para realizar los últimos arreglos antes de la definitiva publicación.

Elaborar un periódico semanal entraña un proceso más allá de distribución y jerarquización, existen convenciones propias de la prensa escrita que permiten la interacción con los valores noticia y el factor tiempo. Debido a ello, existen las páginas frías y las páginas calientes, estos denominativos se conciben para priorizar la realización del impreso durante la semana.

Para elaborar las páginas frías no se necesita esperar por noticias, se realizan con trabajos de fondo, más elaborados y casi siempre atemporales. Sin embargo, en el caso de las llamadas calientes, sí debemos esperar casi al cierre del impreso para conformarlas, e incluir sucesos transcurridos durante la semana (Chaviano, entrevista personal 24 de enero de 2013).

Concebido en formato tabloide, las ocho planas se disponen en función de la variedad de género, enfoques y temas. Una de las primeras en la rutina productiva resulta la de *Opinión* dedicada a los comentarios, y la *Cultural*, redactada por un periodista que se encarga de entregarla desde el lunes.

Para la de *Entrevistas*, y *Reportajes*, se tienen en cuenta los hechos y efemérides de la semana, pero en la mayoría de los casos se preparan con antelación y sin el desafío de la inmediatez, gracias a las iniciativas de los periodistas. No sucede así con la página dos, la primera, la última y la de *Deportes*, pues conllevan en sí mismas los asuntos más recientes y de importancia.

El jueves luego del mediodía se ultiman detalles, desde la dirección se envía el *CINCO de Septiembre* hacia el Poligráfico “Enrique Núñez Rodríguez” de Villa Clara, a través de correo electrónico, en formato pdf. A fin de evitar los desvaríos accidentales de todo un proceso digital, los materiales recepcionados se revisan entre el personal encargado de la empresa gráfica y la correctora de cierre del medio.

A partir del viernes en la mañana se perciben en las calles cienfuegueras los comentarios y las lecturas sobre la publicación, en los barrios residenciales los carteros cumplen con la entrega del impreso a los suscriptores.

Pese a la aparente y rutinaria simplicidad del proceso, la práctica del Periodismo en la actualidad carece de facilidades, y más bien se desarrolla ante conflictos, debates y desafíos diarios. Una mirada hacia los emisores del *CINCO de Septiembre*, de seguro, develará aciertos e incertidumbres de un campo profesional tan importante para la sociedad.

4.2 Fase de recogida: preludeo de una construcción social

El funcionamiento de cualquier medio de prensa depende, en su estructura interna y fundamental, del periodista, como importante gestor de la construcción social de la realidad. Una perspectiva íntegra del quehacer diario del Periodismo en los días actuales, requiere desandar las rutas del profesional en la búsqueda del acontecimiento noticiable, o en la rutinaria recogida del material informativo.

Para muchos, el mito del periodista a la caza de noticias constituye un paradigma alejado de la realidad. Sin desdeñar la obtención de sucesos acontecidos con inmediatez, la búsqueda de información, se perpetúa casi siempre a través de fuentes estables y cotidianas favorecidas por el trabajo con sectores de la sociedad, prefijados para cada reportero del *CINCO de Septiembre*.

La condición de semanario le confiere a esta estructura, la facilidad de la afluencia de noticias. Sin embargo, la encuesta aplicada a un total de ocho periodistas reveló que las fuentes constituyen uno de los mayores aspectos con dificultades en el desempeño periodístico, pues todos coincidieron en otorgarle en orden de importancia, el segundo y el tercer lugar.

En este sentido, la observación permitió conocer los conflictos evidentes en las relaciones entre el medio y los facilitadores de la información. La influencia de la esfera político-gubernamental en los asuntos periodísticos con la determinación de las fuentes a consultar, y el limitado acceso hacia las entidades estatales cuando de crítica y reflexión se trata, conforman estados de opinión negativos en la

práctica periodística.

En el grupo focal realizado con periodistas jóvenes, todos coincidieron con el criterio de Darylis Reyes al señalar que,

Las fuentes constituyen el fundamento, el soporte angular y el cimiento de la información periodística, porque no inventamos noticias, partimos de algo que ya existe, pero la relación con las fuentes realmente es muy mala. Existen fuentes más complicadas que otras, las oficiales son las que representan el gran caos, pero incluso, las no oficiales, las más comunes, la gente de a pie, por el hecho de no implicarse en una crítica, en un conflicto, no te dan la información. Por otro lado, las oficiales se escudan bajo el secreto de estado, la no divulgación, los permisos, y los de abajo, por la censura, en sentido general, el trabajo con las fuentes que representa el ABC del Periodismo es lo más complicado que tiene la profesión en estos momentos (Reyes, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

Los criterios entre jóvenes y experimentados se comportan de forma similar, la periodista Dagmara Barbieri López le confiere también el matiz de situación problemática a la relación.

Depende de la visión, del olfato, y de la posición que tengan los dirigentes de esos sectores, porque existen quienes no enseñan lo negativo, quienes te demuestran que no soportan a los periodistas, también los de auténtica modestia que no gustan de las entrevistas. A veces te sientes persona no grata, y tienes suerte de encontrar una fuente con visión para que te permita acercarte, y no te intercepte (Barbieri, grupo focal efectuado el 23 de marzo de 2013).

Las vivencias no constan solamente en los criterios de los periodistas, la observación en el medio de prensa permitió conocer hechos relacionados con las atribuciones de las fuentes. Sucedió así con la comunicadora que representa a la sede provincial de la Contraloría de la República de Cuba, en un acercamiento al medio, a fin de exigir coberturas para sus actividades.

En sostenido encuentro entre la divulgadora de la entidad y la jefa de Información, no se vislumbró acuerdo alguno.

Debemos cambiar la mentalidad que perpetúa el papel de los medios de comunicación como el reflejo de actos, abanderamientos, y todo lo bueno de las instituciones. En el caso de la Contraloría, la comunicadora siempre habla de las cosas buenas, y en la calle, las personas comentan sobre los problemas que existen en las empresas, ¿por qué no publicar eso en aras de combatir lo mal hecho?. Conozco ejemplos de medios impresos, que han realizado trabajos de esa tipología, pues el llamado de Raúl nos incita a acabar con el secretismo (Chaviano, entrevista personal 24 de enero de 2013).

Durante el período de observación, se evidenció la reticencia de las fuentes a brindar información.

Muchas veces los periodistas se acercaban en un primer momento por vía telefónica para coordinar las entrevistas, y estas se negaban a contestar bajo pretextos poco fundamentados.

Estuve interesado en realizar un reportaje sobre el problema con el abastecimiento de huevos en la provincia de Cienfuegos, pues en la calle resultaba un tema polémico. Llamé varias veces al director de la Empresa Avícola, y este me comunicaba que estaba muy ocupado, que le dejara mi teléfono para llamarme cuando pudiera, eso es una falta de respeto (Pires, en entrevista personal 18 de febrero de 2013).

El caso se manifestó de diversas formas, en ocasiones, los periodistas de la institución antepusieron la necesidad de las informaciones como un interés del Partido, para lograr la accesibilidad hacia determinadas esferas difíciles de contactar.

Por otro lado, coexisten bloqueos ya interiorizados por el medio de comunicación. Para el *CINCO de Septiembre*, la Refinería de Petróleo “Camilo Cienfuegos” nunca ha abierto las puertas con el interés de divulgación, aún cuando el enclave resulta fundamental para el desarrollo económico de la provincia y de interés para el público.

En una de las semanas del estudio, una agencia extranjera publicó una entrevista al gerente de la Refinería, en alusión a proyectos, convenios y planes futuros que afectaban a la provincia. Sin embargo, el medio de prensa cienfueguero no obtuvo acceso de ningún tipo a la entidad, supuestamente inculpado a la falta de autorización por parte del Ministerio de Energía.

Hoy en día, a pesar de que la máxima dirección del país ha manifestado públicamente que las puertas tienen que estar abiertas a la prensa, no sé cuál es el mecanismo diabólico por el cuál eso se materializa de forma diametralmente opuesta. En los Ministerios, y en muchas instancias, cualquiera se arroga el derecho de negar información, cuando Raúl ha planteado que secretos de estado en su país, los poquitos que hay, están en su cabeza. Sin embargo, bajo ese pretexto, muchas instituciones, así sean las entidades más insignificantes, se sienten en la capacidad de ocultar información (Castillo, entrevista personal 19 de enero de 2013).

Las atribuciones de las fuentes con la prensa se imponen muchas veces sobre las determinaciones de los entes políticos relacionadas con los medios de comunicación. Coinciden en este criterio la mayoría de los ejecutivos del *CINCO de Septiembre*, quienes expresan la pérdida de autonomía ante la mediación de entidades estatales y administrativas de la provincia que definen políticas informativas propias para el órgano.

A pesar de las incidencias, en el medio estudiado, la situación no deviene fatalidad, pues el compromiso ético y profesional de los ejecutivos con sus periodistas demostró respaldos incondicionales en la repercusión de los trabajos publicados.

Mediante la observación, se constató en reuniones con el Consejo de Dirección, exigencias de fuentes implicadas en polémicas, sin embargo, la defensa hacia el periodista constituyó la máxima en el desarrollo de los encuentros.

Incidencias de este tipo sucedieron con un reportaje sobre la mala calidad del pan en Cienfuegos, hecho que culminó con todo el equipo de directivos de la Industria Alimenticia de la provincia en una cita con la periodista y sus superiores. Gracias a la profesionalidad de la directora, el subdirector y la jefa de Información del *CINCO de Septiembre*, se logró demostrar la falsa interpretación dada al producto comunicativo.

En otras ocasiones, insultos y ofensas de directores de entidades inmersos en trabajos críticos se emitieron a través de cartas con argumentaciones injustificadas. El caso se materializó con una misiva de la directora de la empresa de Viales, a raíz de un reportaje sobre un peligroso hueco en un puente de la autopista.

A través de un discurso plagado de acusaciones sobre el enfoque, la variedad de opiniones, claramente mal interpretadas, y hasta las tipografías utilizadas, la remitente descaracterizó a los propios ingenieros de su centro y a la periodista. La posición de los directivos del Periódico se inclinó hacia el análisis de las faltas de respeto y de profesionalidad ante las instituciones políticas relacionadas con los medios, mas nunca hubo respuesta alguna sobre el tema.

El trabajo periodístico relacionado con el Ministerio del Interior (MININT) y las Fuerzas Armadas Revolucionarias (FAR) constituye otra de las limitaciones dentro del flujo productivo.

El convenio entre el MININT y las FAR, permite la revisión de los trabajos relacionados con ellos antes de ser publicados, son las únicas organizaciones que inspeccionan nuestras planas. No resulta un tópico tan problemático, pues sus correcciones se enfilan hacia elementos estratégicos de seguridad nacional, no en cuanto a estilo (Chaviano, en entrevista personal 11 de febrero de 2013).

La observación participante permitió conocer la desvinculación existente entre el periódico cienfueguero y las instituciones militares, la demora en el proceso de revisión ocasionó la pérdida de actualidad e inmediatez de varios de los trabajos realizados. En este sentido, la corrección de cualquier tipo de sutileza que implicara una afectación moral hacia los intereses de este sector, constituyó motivo

de rechazo e inconformidad de periodistas y directivos.

La burocracia informativa sustentada por instituciones de este tipo conllevó muchas veces a la tardanza en el cumplimiento de los propios planes de publicaciones pautados por ellos. Para los periodistas, la cobertura de eventos relacionados con asuntos militares supuso un compromiso mediático inalterable, desde el momento en que se concibieron horarios y transportes a partir de intereses y recursos de la otra parte.

La influencia de los factores externos al medio constituye una mediación evidente desde el inicio de la recogida de información. Otro fenómeno se manifiesta con los llamados “divulgadores” legitimados en determinadas empresas e instituciones para atender a los medios de prensa, una situación que ha condicionado la información y el acercamiento a la realidad.

Los periodistas del *CINCO de Septiembre* aluden sobre el papel de estos últimos en la fragmentación de la realidad, pues muchas veces los divulgadores no conocen sobre los aspectos realmente periodísticos y limitan el acceso hacia sus entidades con el fin de ocultar problemáticas existentes.

En la actualidad otro elemento suscita el análisis, pues las carencias materiales de los medios de prensa implican la colaboración de las fuentes en el aseguramiento de las coberturas.

Hoy se ha creado una modalidad, la del periodismo de pastoreo o de rebaño, las propias fuentes te ofertan una guagua para la prensa de diversos medios, y llevan a los periodistas hacia donde ellos decidan, y no debe ser así. Además, eso te crea un compromiso significativo a la hora de elaborar los trabajos (Castillo, grupo focal efectuado el 23 de marzo de 2013).

En la cotidianeidad, se confirmó la dependencia de los periodistas hacia los medios de transporte que facilitan los organismos. Situación que propició la suspensión de coberturas por falta de coordinación, o como ocurrió con una periodista que viajó a otro municipio con las facilidades otorgadas por sus sectores, y allí quedó sin medios para regresar a causa de la desorganización.

Desde otro sentido, datos aportados por el cuestionario, confirman que una gran minoría representada por el 12 por ciento de los profesionales selecciona fuentes desfavorables para contrastar criterios, tal margen devela la falta de comprensión llevada a cabo por entes externos, hacia las opiniones que no asumen una postura oficialista. Por otro lado, los reporteros aluden a la utilización de agencias nacionales y extranjeras, mientras que ningún criterio coincidió con la implementación de fuentes documentales.

Ante el cuestionamiento sobre las fuentes utilizadas, los periodistas del *CINCO de Septiembre*

manifiestan su inclinación por las oficiales debido a la distribución sectorial determinada en el medio. En segundo lugar, prefieren las fuentes que contactan con el periodista para la realización de algún material, y en este nivel, ubican las no oficiales ante la posibilidad de humanizar los trabajos.

La situación anterior ha determinado el acomodamiento y la falta de interés de algunos periodistas, influenciados por la rutinaria recogida de información de sus sectores. Algunos de ellos, obvian fenómenos de importancia y de gran demanda social, por cubrir acontecimientos de poca noticiabilidad.

Otros hechos demostraron las particularidades en cuanto a la preparación periodística para los trabajos de intereses propios, y las actividades encomendadas por el medio de prensa. El dominio de temas y la conformación de cuestionarios inteligentes en las entrevistas realizadas por iniciativa personal, denotaron profesionalidad, a diferencia de las coberturas de obligatorio cumplimiento.

Otro aspecto favorable devino la utilización de fuentes no oficiales. En la mayoría de los trabajos investigativos realizados durante el estudio, el factor humano constituyó el punto de partida para el análisis de las problemáticas sociales.

Cuando voy a hacer algún trabajo, si el de abajo, el campesino que es mi sector, tiene algo interesante que contar, yo lo priorizo, pero tampoco puede forzarse, debemos tener mucho cuidado por eso. A veces queremos forzar una historia para humanizarla, y si no es contundente el contenido como para empezar se convierte en un cuento cualquiera. Por otro lado, si el testimonio es fundamental, entonces debemos comenzar a narrar por ahí (Pires, en entrevista personal 18 de febrero de 2013).

Acorde con el planteamiento anterior, vale destacar la motivación y las iniciativas de los periodistas más jóvenes, en cuanto a las temáticas de investigación. El apego a la realidad del ciudadano común, con sus problemas cotidianos, así como la indagación sobre los fenómenos de la sociedad cubana constituyen premisas en el desempeño diario.

Autonomía y respeto son de los rasgos defendidos por los periodistas responsables de páginas en el periódico. Darylís Reyes, encargada del Deporte en el *CINCO de Septiembre*, sustenta que,

Para la elaboración de la página cultural y deportiva, poseemos la suficiente autonomía. Cada semana, la jefa de Información espera por nuestros trabajos, y muy pocas veces se reelaboran. También sucede que debes estar al tanto de los acontecimientos de la semana, y priorizarlos, pero de por sí, nosotros gestionamos nuestra información, la elaboramos y decidimos cómo ponerla y dónde, lo demás lo decide la jefatura del medio (Reyes, en entrevista personal 29 de enero de 2013).

La declaración de la periodista, suscita el debate sobre el tema de la socialización, evidente en el proceso editorial de todo medio. Si bien en un inicio, la predisposición hacia las normativas se expresa en los conflictos profesionales, más allá del simple acatamiento, la aceptación conlleva a compartir los propios desafíos paralelamente al trabajo.

Por otro lado, las actividades programadas por la institución como parte del plan de trabajo, evidenciaron la falta de conocimiento mínima sobre los sucesos a cubrir. En casos puntuales de algunos periodistas, se acudió a entrevistas improvisadas y de última hora que repercutieron en la mala calidad de los productos comunicativos.

Aparentemente las dicotomías en la labor con las fuentes conforman un caos, sin embargo, la socialización ha determinado un componente importante de adaptabilidad en la organización periodística. La publicación de buenos trabajos investigativos, y el interés constante por superar todas las barreras en este sentido, demuestra que cada quien asume las divergencias en un plano subjetivo y personal.

En la organización estudiada, los procesos de socialización, pese a las opiniones manifiestas, han determinado la fluidez de las prácticas periodísticas. Si bien en un inicio, los desacuerdos sobre el tema median las ideologías profesionales de los periodistas del semanario, no determinan los resultados periodísticos.

Las buenas relaciones profesionales entre los periodistas del medio de prensa atestiguan el respeto hacia los sectores y temas de cada quien. En ocasiones, periodistas interesados en tópicos de otros, pedían la aprobación de sus colegas para algún emprendimiento o se aunaban en un equipo de trabajo. Tales roles, ahondan en los preceptos éticos de los protagonistas del proceso productivo del semanario. Ante la interrogante sobre el tema, coincidieron en el respeto por el trabajo personal de cada quien, y el rechazo al plagio.

Aquí nadie le roba el trabajo a nadie, no hay plagio y se respetan los créditos. Por la parte ética todo está muy bien. La jefa de Información si te va a cambiar algo, por ejemplo, un título, cuenta contigo (Pires, en entrevista personal 18 de febrero de 2013).

En el *CINCO de Septiembre*, la comunicación entre directivos y periodistas merece el reconocimiento de los propios trabajadores, pues todos los encuestados manifestaron sentir que sus criterios e intereses periodísticos son valorados suficientemente por sus superiores.

Tal percepción manifestada en el medio, permitió confirmar que la mayoría de los buenos trabajos

realizados partieron de la iniciativa individual. Sin embargo, el reconocimiento aludido por cada uno de los periodistas sobre sus superiores, sugiere un tópico de análisis de obligada referencia.

La capacidad de autonomía de los ejecutivos del Periódico se debate entre la regulación de las disposiciones planteadas por las entidades políticas, y los intereses e iniciativas del órgano de prensa. El dietario, como una herramienta que articula ambos elementos deviene elemento vital en el proceso de recogida del material informativo.

4.2.1 Dietario de la semana: puntos de partida para la construcción de la realidad cienfueguera

Los lunes a las dos de la tarde, representantes de cada medio de comunicación de la provincia, se reúnen con los funcionarios ideológicos en la sede provincial del Partido de Cienfuegos. Allí se orientan los sucesos y actividades de la semana, junto a la participación de las entidades y organismos interesados en incorporar sus intereses en la agenda de los medios de prensa.

El proceso de recogida en el semanario *CINCO de Septiembre* se articula en dos sentidos, desde las orientaciones precisas del Partido, y las iniciativas de los periodistas. Las actividades y coberturas emergidas de los intereses periodísticos no se materializan en el documento final confeccionado por la organización, cada quien plantea su necesidad para el auxilio de transporte o fotógrafo.

La directora, el subdirector y yo como jefa de Información trabajamos de forma conjunta, decidimos sobre lo que no merece la pena cubrir, o que solo amerita una información en la web. Tratamos de publicar muy pocas informaciones en el semanario, y que el 60 por ciento lo cubran géneros, porque una noticia que pasó el lunes cuando llega el viernes ya no sirve. Entonces, hacemos énfasis en los reportajes, las entrevistas, los comentarios de opinión, las notas interpretativas, y si acaso, ponemos dos o tres informaciones en la página primera (Chaviano, entrevista personal 24 de enero de 2013).

La autonomía delegada para la práctica diaria revela que no existen limitaciones para los emprendimientos si se realizan con inteligencia, objetividad y perspicacia, así se hizo constar en los grupos focales.

Aquí en el Periódico se han publicado trabajos muy duros, que la gente en la calle te cuestiona el cómo se logra. Desde mi experiencia, siempre digo que si el periodista es valiente, más valientes son los directivos, al asumir la emisión del material. Es válido reconocer que el Periódico ha ganado prestigio en lo referente a temas que profundizan en fenómenos del contexto cubano (Pires, en grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

Sin embargo, dentro del proceso de socialización de los periodistas del *CINCO de Septiembre*, persisten creencias y convenciones profesionales invariables a través del tiempo. Durante el período de observación, se percibió la mordacidad y la desmotivación hacia temas y situaciones relacionadas con la relación prensa- partido político en esta fase.

Ante la interrogante sobre la factibilidad de los encuentros semanales con el Partido, directora, subdirector y jefa de Información, coinciden en señalar el parámetro “medianamente productivos”. Sin embargo, en los grupos focales, tal parecer encontró manifestación más expresa.

Nacida hace muchos años con buenas intenciones, la reunión de los lunes se convirtió en un hábito que mal educó al periodista. En la actualidad, hay quienes viven sentados detrás de una computadora, en espera del plan del Partido, y eso ha matado el desarrollo de iniciativas, y el conocimiento de los sectores. Este padecer ha fabricado periodistas de piquera, que esperan a que le llegue el trabajo, todo eso ha deformado la asimilación de la rutina de la prensa a escala territorial (Castillo, grupo focal efectuado el 23 de marzo de 2013).

A pesar de que la tendencia anteriormente manifestada no constituya generalidad, sí existen casos de periodistas que no sostienen un nivel adecuado de aportes al proceso editorial. El acomodamiento, la falta de iniciativa, quizás por la autocensura entronizada, expone incapacidades profesionales de algunos periodistas del *CINCO de Septiembre*.

La falta de productividad de los encuentros de cada lunes ha modificado la credibilidad hacia las orientaciones político-ideológicas de los medios. Tanto reporteros como cuadros de dirección, manifiestan la carencia de conocimientos periodísticos en la formación de quienes atienden y orientan el accionar de los medios.

El papel de la prensa como aparato ideológico del Estado sucumbe ante las ideologías profesionales latentes de los periodistas. *Las orientaciones del Partido, las considero totalmente exiguas, carecen de juicios periodísticos en su conformación, y para nuestro semanario resulta muy difícil reflejar los sucesos pautados por esa vía, no nos resultan productivas (Chaviano, entrevista personal 24 de enero de 2013).*

En consonancia con lo anterior, la directora del Periódico valora que, *las actividades emergidas del interés del Partido, pueden enviarse por correo electrónico, o realizarse de una forma más operativa. No veo funcionalidad alguna en esta rutina de sentarnos a discutir el plan de la semana (Rosell, entrevista personal 12 de febrero de 2013).*

Durante el estudio se observó que en los espacios de cada lunes, predomina la disposición de coberturas con escasos niveles de noticiabilidad. La priorización de actos, abanderamientos y fechas comunes del acontecer, actúan en detrimento de hechos de importancia social acaecidos durante la semana.

Lo ideal es que el periodista conozca de antemano los sucesos, pero por cuestiones de interés para determinado organismo, cuando se tratan de discernir prioridades de cobertura, se marginan cosas importantes porque no pasaron por el tamiz de la reunión de los medios, y se le da prioridad a otros asuntos de divulgadores u organismos que si asistieron a la cita con el funcionario que atiende la prensa (Castillo, grupo focal efectuado el 23 de marzo de 2013).

La falta de comunicación y organización abunda en estos encuentros, pues en la mayoría de los casos nunca se especifican los objetivos de las actividades, ni siquiera sobre qué asuntos se tratarán en muchos de los actos, conferencias, o reuniones de instituciones. Así sucede con la conformación de horarios, lugares y la llegada a tiempo de avisos sobre los eventos suspendidos.

En una ocasión, una periodista del *CINCO de Septiembre* obtuvo dentro del plan de la semana dispuesto por el Partido, una cobertura sobre un supuesto Congreso de Logopedia celebrado en la Universidad de Ciencias Pedagógicas. Sin embargo, la reportera pudo constatar una gran confusión en la orientación sobre el hecho, pues realmente se trataba de la selección de un estudiante de Logopedia como Delegado directo hacia el Congreso de la Federación Estudiantil Universitaria (FEU).

El acercamiento a estos momentos del proceso editorial, confirmó además la mala comunicación entre las entidades asistentes que divulgan sus actividades y los medios de prensa, quienes abogan por la precisión de estas para determinar los hechos merecedores de atención mediática. Fruto de la obsolescencia del espacio, el Partido adquiere la mayor responsabilidad ante el problema.

En diversas ocasiones, los periodistas manifestaron desagrado sobre los rutinarios actos y ceremonias acaecidos con los mismos objetivos cada año. Con motivo del aniversario del Instituto Nacional de Deporte y Recreación (INDER), la periodista encargada del sector expresó la repetitividad del espectáculo cultural que rinde homenaje anualmente a la fecha.

Situaciones similares ocurrieron con los procesos asamblearios de la Central de Trabajadores de Cuba (CTC) y los Comités de Defensa de la Revolución (CDR), previos a congresos nacionales. Todas las semanas el denominativo de “primera” reunión municipal o provincial determinaba la cobertura como prioridad, sin embargo, los periodistas constataron la inconsistencia organizativa de los eventos.

El periodismo aún no se percibe como una herramienta, por la cual el Partido, el Gobierno, las organizaciones de masas y las instituciones, puedan ser más eficientes y trazarse determinadas estrategias. Hoy, somos quienes fustigamos o alabamos a la máxima escala, y en función de eso no podemos proyectarnos socialmente, por tanto, medios y PCC están alejados en ese sentido. Muchas veces los temas propuestos no son de interés de la población, pues al pueblo no le interesa un abanderamiento, le interesa por qué su pan está malo, por qué el transporte no funciona. Desde mi experiencia, en pocas ocasiones se han pedido trabajos críticos, como por ejemplo, cuando el fracaso de algunas obras de la Batalla de ideas (Pérez, en grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

Desde otra perspectiva se sostiene también que,

Ellos creen que mediante los medios de comunicación tienen las armas precisas para salvaguardar su política, su condición de Partido. Pero cuando acatas y tocas las temáticas orientadas por ellos, la prensa cae en descrédito, pues las personas no nos creen. La prensa ha perdido credibilidad por no acercarse más a los intereses de la población, y quien no cree en nosotros no cree en el partido, porque somos el órgano oficial (Pires, en grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

La generación de periodistas más jóvenes formados en circunstancias diferentes a la de los más experimentados, muestra posiciones más radicales. Los egresados se cuestionan elementos inexplicables para ellos, pero a pesar del desencanto por las diferencias se percibe el predominio de la pasión y el amor por la profesión.

Considero que podemos trabajar perfectamente sin el plan de coberturas del Partido, yo me paso semanas y semanas, y no llegan actividades de mis sectores, sin embargo, mi nivel productivo es semejante al de otros compañeros que sí tienen más actividades. Al final, somos capaces de delimitar por cuáles zonas podemos andar, y cuáles no (Pérez, en grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

Criterios como estos, aluden sobre el influjo socializador que ha dotado a los periodistas de modos para enfrentar los desafíos cotidianos, al margen de las contradicciones manifiestas. El hecho de que cada quien sepa qué tiene que hacer, evidencia la interiorización y aceptación de las divergencias.

Si existe una buena sectorialización, ya uno sabe cómo funciona todo. Pero a veces sucede que el Partido pasa por alto cuestiones importantes de ese sector, por hacer énfasis político-ideológico en algo poco relevante. En mi caso particular al atender la página deportiva, puede estar ocurriendo un acontecimiento internacional y un abanderamiento, y quizás por las personalidades políticas que van al abanderamiento, ellos prestan más atención a eso en detrimento de otras cosas. Es como decía Zulariam, si se trabaja bien con los sectores, que al final todos lo hacemos pues son dos o tres por persona, no hay

necesidad de que alguien te diga lo que tienes que hacer o cómo lo tienes que hacer (Reyes, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

Las entrevistas revelan que en el *CINCO de Septiembre*, los periodistas consideran que trabajan más por iniciativa propia. Esto relaciona el nivel profesional alcanzado y las motivaciones personales dispuestas para vencer los derroteros de las inconsistencias y las interrogantes.

En la actualidad, los reporteros del periódico cienfueguero rechazan la función del medio como órgano oficial del Partido. El sentido oficialista atribuido a esta concepción resulta motivo de debates y desacuerdos, al respecto, los más jóvenes concuerdan en que,

Mientras se considere a la prensa como un órgano de divulgación ideológica y no se comprenda a cabalidad la función que realiza la prensa en la sociedad, en la construcción de realidades, creo que no podemos estar al nivel de las transformaciones, y vamos a seguir siendo un periodismo deficiente, respecto a lo que quiere la gente de a pie, a lo que te exigen los tiempos, a lo que se necesita de nosotros para construir opiniones y generar estados favorables o desfavorables respecto a algo (Pires, en grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

Para quienes acumulan años en el sector, los problemas conllevan soluciones más drásticas.

Yo creo que el funcionario de prensa debe convertirse en el hombre que media entre el ente político y los medios, no esa persona omnipresente que prácticamente ha pasado a suplir al jefe de Información de los órganos de prensa. Hoy la realidad demuestra que el funcionario de los medios en el Partido suple este papel en el Telecentro, la radio y hasta el Periódico (Castillo, entrevista personal 19 de enero de 2013)

Criterios como estos demuestran que pese al esfuerzo de quienes dirigen, por priorizar intereses sociales, temas novedosos, e iniciativas investigativas, no se puede escapar a las disyuntivas planteadas por las instituciones políticas. Una muestra del proceso de recogida durante los meses del estudio arroja los evidentes compromisos de cobertura determinados por patrones ajenos al medio periodístico.

Durante la semana del 14 al 19 de enero, se orientó por el Partido un total de siete actos referidos a entregas de condecoraciones y placas, firmas de documentos, y cinco conferencias de prensa, en las cuales predominaron las ceremonias de reconocimientos, además de un recorrido de Machado Ventura por el territorio. También, se pidió atención a los medios sobre aniversarios, y fechas conmemorativas, además de la prioridad dada a eventos relacionados con los CDR, las Elecciones, y sobrecumplimientos de empresas.

En otras semanas, el tema de las elecciones, junto a las actividades por el día del trabajador ferroviario y del comercio, los balances de diversas entidades estatales, el aniversario de la Aduana Socialista, así como las actividades orientadas por las FAR y el MININT constituyeron prioridades en el dietario del *CINCO de Septiembre*.

Tales determinaciones corroboran las creencias arraigadas en las ideologías profesionales de los periodistas del semanario cienfueguero. El predominio de la función propagandística sobre la función informativa ha malformado el modelo de prensa y la cultura profesional a la que aspiran los profesionales del medio.

No obstante, el proceso de recogida merece analizarse desde dos posturas, si bien la publicación de trabajos de envergadura y de verdadero interés social muchas veces sustituyó las pautas y actividades del PCC, los llamados compromisos ocuparon lugares cimeros en la selección de cada semana.

Por otra parte, el equilibrio en esta fase varió en dependencia de la ambigüedad de las orientaciones, durante la primera semana de marzo, la escasez de actividades motivó un semanario de iniciativas, donde solo se incluyó una entrevista, a raíz de una plenaria de la CTC. La concepción del impreso con informaciones de interés social, entrevistas y reportajes que potenciaban el factor humano, además de los habituales espacios culturales y deportivos engalanaron la edición.

La reunión entre la jefa de Información y la directora para el discernimiento sobre las coberturas de la semana se articuló entre el compromiso hacia las disposiciones extramediáticas y las iniciativas de los profesionales. En los momentos pautados para la decisión, la autonomía se conjugó siempre con el acatamiento a las actividades dispuestas, pues cada quien conocía qué asuntos no se debían dejar de cubrir y cuáles no resultaban tan importantes.

Otros procesos socializadores moldean las ideologías profesionales de los periodistas del *CINCO de Septiembre*, la relación entre la política editorial y el quehacer diario configura preceptos y esquemas de trabajos, que bien pueden limitar o no el desempeño periodístico.

4.2.2 Política editorial, concreción de la mediación

Para los periodistas del semanario, existe un aliciente de importancia que motiva y estimula el desarrollo profesional. Todos coinciden en señalar que el *CINCO de Septiembre* constituye uno de los pocos Periódicos del país publicado sin la previa autorización y revisión de los materiales por parte del Departamento Ideológico del PCC.

Hemos ganado mucho en este aspecto. Actualmente, el Partido lee el Periódico el propio viernes cuando sale a la calle, con nuestra óptica, con nuestra percepción de los fenómenos, si después no coincidimos en los criterios nos sentamos a la mesa y discutimos. Cuando existen problemas, actuamos en defensa del periodista, esa es la máxima del equipo que dirige, pues la rutina productiva permite que se conozcan y se lean los trabajos y si existe una comunión de criterios con lo que se va a publicar, hay una aceptación, por tanto es responsabilidad de todos, no solo del periodista. Si vienen y nos convencen de que nos equivocamos, erramos todos, esa es la máxima, y eso distingue hoy al Periodismo de nuestro medio (Castillo, entrevista personal 19 de enero de 2013).

A pesar de los logros y libertades defendidas por quienes dirigen el medio a máxima escala, la prensa cubana responde a una política editorial que regula y orienta la ideología de los periodistas cubanos en la práctica. El semanario cienfueguero no está exento de ella.

Política editorial significa, para uno de los directivos encuestados, el conjunto de normas establecidas para un órgano, a ello se añaden orientaciones del órgano superior, intereses propios, espacios fijos y solicitudes de los propios periodistas. Otro ejecutivo sostiene que constituye la línea a seguir de un medio de prensa referida a la política informativa.

Desde la dirección del órgano, también se considera como un conjunto de normas de carácter diverso (estilísticas, de prioridad, de diseño, en la ejecutoria de la labor en equipo) que marcan pautas del trabajo editorial para cada una de las publicaciones, y que distinguen de otros medios. Tales pareceres develan la comprensión del fenómeno como un proceso abarcador, inmerso en las complejidades profesionales de la cotidianidad.

Mientras para algunos, resulta un conjunto de preceptos resguardados en la conciencia del profesional, otros la consideran como síntesis del proceso periodístico, de su rutina. Según datos del cuestionario, existe cierta disquisición por parte de los periodistas en este aspecto, más del 60 por ciento de ellos manifestó no sentirse en total armonía con la política editorial del *CINCO de Septiembre*.

En el grupo focal, el orgullo por la autonomía lograda en la redacción de los trabajos se coloca en primer lugar, pero según los periodistas, en la práctica, la concepción de la terminología, deviene sinónimo de mandamiento, poder, autoridad, esquema rígido.

En mi caso, sí influye la política editorial, digamos que hay temas que son vedados, conflictivos en cualquier sector, por ejemplo, lo referente a la Iglesia, también con algunos temas políticos. Pero existen momentos que se priorizan temas, por ejemplo la lucha por la liberación de los Cinco Héroes y el

terrorismo, digamos que hay momentos coyunturales que sí abarcan a toda la sociedad, y entonces la rutina productiva establece líneas rectoras a las cuales debes subordinarte, ya sea por un interés editorial, por un interés del Partido quien dispone ciertas cosas, ya que el medio es su órgano de divulgación, pero no es una constante (Reyes, en entrevista personal 29 de enero de 2013).

Muchos aluden a otras aristas sobre la existencia de la política editorial,

en el subconsciente siempre existe la normativa, no quiere decir que escribas pensando siempre en sus limitaciones, pero sí está. Uno debe olvidar eso, pues llega el momento que la rutina te hace olvidar los esquemas, las barreras. Sin embargo, considero que la política editorial no ha limitado mucho, pero sí quizás en lo concerniente a las informaciones (Pires, en entrevista personal 30 de enero de 2013).

Las opiniones permiten establecer diferencias, la visión de la política editorial como sistema, sostenida por quienes dirigen el medio difiere a la de los subordinados, por cuanto estos últimos la interiorizan como un orden preestablecido de ideas y concepciones de lo posible y lo imposible.

El análisis de las opiniones reflejadas en la investigación devela que la política editorial constituye esa línea sutil descrita en términos de mediación entre el Periodismo y el ente político, un puente donde se entrelazan sociedad y poder, y se estrechan los marcos establecidos para la comunicación.

En nuestro periódico hemos ganado bastante libertad en ese sentido, existen temas que no se comentan y no se proponen porque el periodista simplemente no lo trae, pero yo creo que ha disminuido bastante. Siempre hay factores externos que lastran como en cualquier periódico del mundo, pues en un país capitalista a un dueño de una empresa que subvenciona un medio de prensa no lo puedes tocar. Con nosotros pasa igual, hay temas tabú, por ejemplo, sucedió en Cienfuegos con la designación de un obispo, no todos los días se designa un obispo para una jurisdicción, esa noticia a mí me hubiera gustado publicarla, y no por religiosa, si no porque trasciende y el periódico es historia, dentro de 50 años alguien quiere ver cómo cambiaban a estas personas y no aparece en la prensa, no lo reseñamos. Ha habido cierta libertad con los temas religiosos en los últimos tiempos, y estamos mejor que años atrás, pero todavía existen cosas que nosotros quisiéramos reflejar aún (Chaviano, entrevista personal 24 de enero de 2013).

Un elemento medular lo aporta la opinión de la jefa de Información del Periódico, la cuestión de la censura y la autocensura deviene manifestación intrínseca al proceso editorial influenciado por una política de por medio. Algunos colegas aluden a la tolerancia y a la capacidad en el nivel directivo del *CINCO de Septiembre*, pero señalan la diferencia en escalas superiores.

Resulta algo contradictorio que en los trabajos críticos, por ejemplo, el Periódico no le pone cortapisas,

se apoya desde la dirección, pero si a los que responden por la política editorial (PCC) no les gusta el trabajo, pues a veces no se publica. El veto viene desde arriba, en el caso de que no te autocensures, o sea el censor no viene de los directivos nuestros. También te digo que es sutil, pues no te dicen que quites un trabajo, se trata de variar la forma en que se escribe, hacerlo menos directo (Sánchez, entrevista personal 15 de enero 2013).

Durante el grupo focal, el propio debate conllevó al establecimiento de la relación directa entre las cuestiones de la política editorial, y el tema de la censura/autocensura como resultado del fenómeno. La coincidencia de criterios confirmó la existencia de ambas tendencias en la práctica cotidiana, los más jóvenes del medio consideran que el *CINCO de Septiembre* no resalta como el de más repercusión en la materialización de estas tendencias, pero tampoco está libre de ellas.

Zuliam Pérez Martí sostiene que *el Periodismo cubano está censurado desde el momento en que se toma como divulgador ideológico del PCC, no hay mayor censura que esa. A pesar de que en nuestro medio superamos el paso de la innecesaria revisión antes de salir a las calles, no quiere decir que no contemos con un censor, que cumple y cuida su trabajo (Pérez, grupo focal efectuado el 22 marzo de 2013).*

Por otro lado, Alexis Pire argumenta que *la censura se manifiesta en el hecho de que somos lo últimos para hablar sobre determinados temas en muchas ocasiones, y entonces debemos esperar la orientación para escribir (Pires, grupo focal efectuado el 22 marzo de 2013).*

Las periodistas Yudith Madrazo y Dagmara Barbieri argumentan los temores existentes en la profesión a la hora de emprender el acercamiento hacia determinados temas, sin pensar un poco más en el beneficio de la repercusión social. En ocasiones, señalan las compañeras, limita la falta de conocimiento para realizar un trabajo de calidad relacionado con una temática delicada.

El hombre piensa como vive, y si hemos vivido mucho tiempo bajo estos cánones, es muy difícil desprenderse de eso. En estos momentos en nuestro órgano hay una evolución, y por mucha autocensura latente, sabemos que podemos escribir de cualquier tema, pero bien hecho, pues de esa forma los jefes nos apoyan hasta el final y a cualquier precio. Ese esmeroso es un reto a tu profesionalidad, y a la evolución que debes hacer acorde a todos los contextos profesionales, ideológicos. En este mundo cambiante o te adecuas a eso o pereces, porque entonces no te publican (Barbieri, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

Los resultados de las técnicas aplicadas refieren que la censura resulta una consecuencia directa de las

circunstancias externas. Como contrapartida a lo anterior, la regulación independiente a lo interno del órgano en las ideologías profesionales de los periodistas en el apoyo incondicional de sus jefes en detrimento de las exigencias semanales planteadas en las reuniones del Partido.

Por otra parte, mediante la observación, se constató la existencia práctica de lineamientos y direcciones como parte del trabajo político-ideológico para la comunicación. A ello, se adhieren los dirigentes bajo la premisa de cumplir un plan estratégico de obligatorio seguimiento.

La última orientación dirigida al *CINCO de Septiembre* en este sentido data del año 2009, allí se dispusieron una serie de tópicos abordados, desde entonces, con diferentes perspectivas. Como temas generales se plantearon; la defensa de la Revolución en todos los terrenos, el concepto Revolución, la Batalla de Ideas, la lucha contra la corrupción, las ilegalidades y la indisciplina social, el combate en el frente económico, y el ALBA, con la integración latinoamericana.

La implementación de los Lineamientos de la Política Económica con la consiguiente repercusión en los medios de prensa devino parte de la estrategia política ideológica. Sin embargo, el paso del tiempo ha mostrado la necesidad de renovar las visiones y perspectivas en la comunicación.

A mí me llama mucho la atención, que hasta el año de la celebración del Congreso del Partido, el Departamento Ideológico del Comité Central (CC) atendía las direcciones principales para el trabajo político ideológico, emitidas con carácter anual, estas constituían líneas directrices, una guía sobre los intereses fundamentales. Hoy percibo que el Departamento Ideológico del CC no dirige de la misma forma la política informativa, se insiste más en las redes sociales que en la prensa para nuestro país, es más lo que se ve hacia el mundo, que hacia nuestro interior, como si la prensa tradicional no necesitara de atención y renovación (Castillo, entrevista personal 19 de enero de 2013).

Sin dudas, los contextos cambian aceleradamente, y tanto así, deben cambiar las mentalidades y las visiones de los fenómenos. A pesar de que Cuba se ubique en la mira internacional, no resulta viable vivir de espaldas a los tiempos reales de la sociedad cubana, en actual metamorfosis.

La actualidad requiere de comprensiones más abiertas, para percibir los intereses emergidos de las iniciativas, y con ello acoger con más perspicacia a las nuevas generaciones. Evidentemente, la relación entre los periodistas y los preceptos políticos que los “orientan” carece de consenso en las ideologías profesionales de estos.

4.3 La selección: comunicación institucionalizada

A diferencia de la radio y el medio televisivo, el proceso de selección en el semanario *CINCO de*

Septiembre transcurre sin la agitación del diarismo cotidiano. Desde el lunes, usualmente la jefa de Información como encargada de conformar las páginas, posee una idea bastante exacta de la edición correspondiente.

Ese mismo día, en la oficina de la directora, se coordinan los espacios editoriales, se analizan los trabajos, aún sin publicar del plan de la semana anterior, y las iniciativas propuestas por los periodistas. Las llamadas páginas frías, como son la de reportajes, la de entrevistas y comentarios, suelen concebirse desde el comienzo, mientras que para las de mayor inmediatez (calientes), se espera por la reunión habitual con el Partido.

En el encuentro coordinador del propio *CINCO de Septiembre* predomina la compatibilidad de criterios profesionales, y la comprensión ante las diferencias. En un inicio se busca el equilibrio en la participación de todos los periodistas, y luego se analizan los sucesos novedosos y el enfoque de los productos comunicativos.

Al respecto la jefa de Información, Magalys Chaviano refiere que,

La publicación de un trabajo debe contener requisitos específicos. Como por ejemplo, tener en cuenta las normas de extensión, y las de redacción, además de un tema apropiado, que no perjudique a ninguna persona, ni a ninguna entidad, ni jurídica, ni natural. Que no hiera sensibilidades, sin vocabulario obsceno, y que el tema se adecue a nuestras direcciones del Trabajo Político Ideológico (TPI). Pienso además que el flujo productivo nuestro es bueno, porque poseemos periodistas muy productivos, y con mucha iniciativa. Hay mucho interés por parte de los jóvenes, tienen mucha retroalimentación con sus sectores, con los temas que tratan, siempre traen cosas nuevas, a eso responde que haya un buen flujo productivo (Chaviano, entrevista personal 24 de enero de 2013).

Los periodistas encargados de Cultura y Deporte, aluden a la autonomía delegada en la selección de los materiales para conformar sus planas y lo difícil de relatar el acontecer de tales tópicos en poco espacio.

En primer lugar, debemos realizar seguimientos a los temas, si tu anuncias desde la semana anterior un campeonato de algo, por obligación, en la semana siguiente debes darle cobertura también, o al menos un resumen. Existen eventos que movilizan pueblos, como la Serie Nacional de Béisbol, el Campeonato Nacional de Fútbol, ellos de por sí solos determinan el peso de su prioridad. Lo otro va en dependencia de si la provincia es sede de algo, y también se respeta mucho el trabajo en la base, en la comunidad, los niños, los maestros, temas que son atemporales pero a la vez tienen gran importancia por el hecho de que comprenden el desarrollo futuro. Así te vas organizando, hay meses atípicos como lo son julio y agosto,

que recesa la enseñanza deportiva, y entonces es momento propicio para hacer entrevistas de personalidad, para ir a buscar el detalle, las historias de vida (Reyes, entrevista personal 20 de enero de 2013).

Por otro lado, el responsable de la página cultural argumenta que,

lo más importante es el balance de manifestaciones artísticas en el tratamiento periodístico. Por lo demás, mi labor se desempeña con respeto hacia la pluralidad de opiniones de la página, integrando las mejores firmas especializadas del territorio, y asumiendo en lo posible el abanico de expresiones culturales de la provincia, el país y el mundo. Y por supuesto, con respeto a cualquier sugerencia de mi jefatura (Molina, entrevista personal 15 de febrero de 2013).

Durante el período de observación, se apreció la veracidad de los criterios esbozados por los encargados de tales páginas, pues nunca se cambiaron las estructuras, ni los contenidos de la selección llevada a cabo por los profesionales en el flujo editorial. Cada uno de ellos, jerarquizaba, incluía y excluía acorde a sus conocimientos y experiencias.

Una vez más, la socialización deviene eje clave en la estructura y diseño de la rutina productiva, a través de ella, se adquieren habilidades y competencias perseguidas en la organización. La responsabilidad inherente a la función dota a estas personas de motivaciones y patrones de comportamientos claves para el desempeño individual.

Para ambos casos, la aplicación de los valores noticias conllevó pautas regulares, la proximidad geográfica y la novedad, así como la magnitud y jerarquía de personajes implicados constituyeron los más representados en las ediciones semanales.

El proceso de selección del periódico *CINCO de Septiembre* en general se comporta de manera similar, uno de los elementos reconocidos mediante la investigación fue la certificación de las decisiones tomadas por la jefa de Información, pues nunca se observaron variaciones en la distribución, ni cambios radicales. En casos aislados, los cambios en las páginas respondieron a estrategias de espacio, y casi siempre a consideración de quien selecciona los materiales.

Coincidente con el inicio del estudio en la unidad de observación, la jefa de Información se encontraba en su período vacacional, y el cargo lo asumía en el momento, Tailí Sánchez Zúñiga, una joven egresada de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. La confianza depositada en la capacidad de la muchacha, se demostró con la responsabilidad asumida ante las ediciones del Periódico.

En mi opinión, la experiencia es muy importante, muchas veces hago las cosas mal aunque las piense mucho, sin embargo, a Magalys no le sucede. Un jefe de Información no solo decide lo que va en página, sino la concepción y el enfoque, el plan de trabajo de los periodistas, de forma tal que no se sienta ahogado y pueda cubrirlos. También considero que en nuestra cultura profesional como egresados sí somos muy perfeccionistas en el sentido del detalle, si existen algunas diferencias entre nosotras, las tratamos de coordinar en el buen sentido, y aprendemos la una de la otra (Sánchez, entrevista personal 15 de enero 2013).

Los criterios y valoraciones para seleccionar los materiales, no demostraron diferencias entre las dos encargadas durante ese período. Cada una evidenció las competencias profesionales aprendidas sobre la práctica, con el respeto hacia las condiciones personales y capacidades de ambas.

La implementación de los valores noticias en el semanario mostró tipificaciones elementales, la proximidad geográfica se antepone a otros criterios. A ello, la jefa de Información refiere la necesidad de poseer un impreso puramente territorial, pues los asuntos nacionales e internacionales se perciben a través de otros medios.

Novedad, magnitud/jerarquía de personajes implicados, y originalidad constaron entre los valores de más implementación en el quehacer cotidiano. Sin embargo, como particularidad en la selección de información, sobresalió el balance de temáticas en la distribución de los productos periodísticos, la observación permitió identificar el interés editorial en la priorización de temas sociales y económicos de alcance local.

La temática de los valores noticia contiene dos aristas de aplicación fundamentales, una desde el propio medio y la otra desde la visión del propio periodista, quien los utiliza a fin de conformar materiales de alto interés informativo. A través del cuestionario se develaron las características del quehacer rutinario en este sentido.

Con un 75 por ciento de aprobación, los colegas del semanario prefieren la novedad, y con más del 65 por ciento colocan en el segundo lugar a la imprevisibilidad, originalidad, y gravedad del acontecimiento. En un tercer escaño de importancia ubican la magnitud y jerarquía de personajes implicados, y por último la proximidad geográfica.

A pesar de estas valoraciones, se constató mediante la práctica que la proximidad geográfica constituye uno de los valores fundamentales para el logro de un periódico auténticamente cienfueguero. Luego la novedad, y la magnitud/jerarquía de personajes implicados se perciben con más frecuencia en la previa

elaboración de los trabajos.

Sin embargo, el nivel de conformidad en cuanto a la selección de los materiales periodísticos no resultó muy favorable. Como elemento particular, las diferencias existentes entre los resultados de las entrevistas y las encuestas fueron reveladoras, mediante las primeras, prácticamente nadie emitió opiniones críticas, ni diversas, pero la especificidad y el anonimato de las encuestas revelaron algunos asuntos encubiertos.

Ante la interrogante sobre la igualdad en el nivel de selección de los trabajos de cada semana, un poco más del 60 por ciento de los reporteros respondió sentir correspondencia entre su productividad y la publicación. No obstante, dos, respondieron negativamente, de forma radical; uno, señaló la necesidad de establecer un equilibrio más justo en este nivel, mientras que otro colega instó a encontrar un equilibrio entre los sectores más activos y los periodistas.

Los resultados de tales parámetros, no permiten realizar una inferencia definitiva y generalizadora. Sin embargo, la observación participante consolida el criterio de que en muchas ediciones, no se consideró el balance en la participación periodística, pues en múltiples ocasiones, un solo profesional poseía entre tres y cuatro trabajos durante la misma semana, y otros no se hallaban reflejados, aún con la entrega de materiales a la jefatura.

Otros resultados arrojan evidencias enriquecedoras sobre cómo influye este fenómeno en las ideologías profesionales, las encuestas indagaron sobre la necesidad de participación de los periodistas en la realización del semanario, y se corroboró la falta de consenso sobre la selección de los trabajos cada semana.

En esta línea de análisis, la generalidad apunta hacia la imbricación necesaria para decidir qué se publica semanalmente, uno de los encuestados solicita protagonismo en cuanto a plan temático a fin de aportar mayor dinamismo, más allá de la línea orientada. Desde la misma perspectiva, un periodista sugiere el imprescindible trabajo de mesa que coadyuve el proceso de selección, mientras otro plantea el sugerir más publicaciones.

Para los colegas del *CINCO de Septiembre*, el mejoramiento radica en acompañar más a los editores en la conformación del Periódico, proponer sugerencias y cambios enriquecedores. En este sentido, también se plantea que el Consejo Editorial, como momento para la retroalimentación durante la rutina productiva, debe reformarse como sistema.

Los resultados apuntan hacia una problemática importante en un medio de prensa impreso: la

retroalimentación. Este parámetro muchas veces permanece como un asunto de poca relevancia, cuando constituye el alma de un equipo de trabajo.

Detrás de los desacuerdos entre periodistas y jefe de Información, no radica una posición totalmente opuesta a las rutinas productivas del medio, sino más bien diferencias debido a la presión que significa representar productividad y calidad al mismo tiempo. La mayoría de los periodistas aunados en un 75 por ciento coincide en la satisfacción por la organización, estructura y funcionamiento de las rutinas, y en la participación en las decisiones de forma general.

Diversos criterios aportan otros elementos significativos sobre la dinámica,

pienso que está organizada, pero a veces está un poco frío el semanario. Por ejemplo, no podemos permitirnos de que el lunes, estén casi todas las páginas hechas, porque a pesar de ser un semanario, determinados sucesos podemos trabajarlos en caliente. Otro aspecto a variar es el concepto de noticia, hay coberturas que uno va con otros medios de prensa, y en esas comprendo que debemos aprovechar el estilo interpretativo para los trabajos, a partir de entrevistas y reportajes, pero a veces poseemos la noticia pura y en vez de redactarla a modo de agencia, debemos elaborarla a modo interpretativo (Pires, en entrevista personal 18 de febrero de 2013).

En este sentido coincide Zulariam Pérez Martí, quien obtuvo durante el tiempo del estudio, algunas primicias noticiosas, y se mostraba inconforme con el espacio y el estilo para ellas.

La noticia sobre el inicio de la producción del cárnico de Cienfuegos, constituye un tema de elevada importancia social, pues la alimentación de los cienfuegueros es una preocupación constante, sin embargo, el espacio para ella fue muy pequeño, y tuve que redactarla al estilo interpretativo (Pérez, entrevista personal el 25 de febrero de 2012).

Quizás las discrepancias sostenidas durante la fase de selección de los productos comunicativos en el semanario, actúan en detrimento del seguimiento informativo sobre las actividades y acontecimientos de la cotidianidad. Si bien, este aspecto conlleva implícita la responsabilidad de los propios periodistas, los ejecutivos también la asumen como propia.

Al respecto, la jefa de Información argumenta el por qué se carece de seguimiento a las noticias, y explica además que no siempre el proceso de selección satisface las necesidades de los lectores.

Existen compromisos, campañas, y temas que se deben cubrir que a la gente verdaderamente no le interesan, para las personas no resulta interesante el logro de un galardón de una empresa, ni el sobrecumplimiento de un plan, ni que una empresa reciba una bandera. Yo pienso que a las personas les

interesa ver resueltos sus problemas, contar con el plato de comida en la mesa, y que los problemas que localmente interfieran en la vida de ellos se resuelvan, la gente quiere un periódico cienfueguero. Para conocer lo que sucede en el mundo tienen el noticiero, o el diario Granma y Juventud Rebelde. El pueblo nuestro necesita lo que sucede en nuestra dimensión geográfica (Chaviano, entrevista personal 24 de enero de 2013).

Posturas como estas, permiten relacionar las discordancias de los profesionales del medio no expresamente con el responsable de la selección, sino con el nivel organizacional, institucional y extramediático que influye directamente en la disposición del flujo editorial.

La palabra “compromiso” manifestada por Chaviano Álvarez, permite una interpretación clara sobre el proceso de mediación externa evidente en el *CINCO de Septiembre*. Los entes políticos no solo viabilizan sus intereses a través de las orientaciones del proceso de recogida, sino que la intervención en la definición de los espacios y los géneros destinado a asuntos “ideológicamente” importantes constituye una objetivación solapada del poder.

Una de las manifestaciones más claras de este fenómeno ocurre con la función de selección en tercer grado, más conocida como tematización. La centralidad política expresada en la comunicación, a través de esta tendencia, proporcionó los marcos propicios para socializar opiniones y criterios.

Mediante la observación se constató la estructuración de temas simbólicos para la sociedad. El proceso eleccionario en Cuba constituyó una constante en la agenda mediática del *CINCO de Septiembre*, y de análisis detallado en cada espacio de orientación.

En los encuentros de los lunes entre el Partido y los medios, funcionarios de la Comisión Electoral Provincial gobierno participaban con la emisión de las orientaciones precisas para el discurso mediático sobre las Elecciones.

Las ediciones coincidentes con la investigación, evidenciaron la selección de variedad de géneros destinados a la estrategia comunicativa para articular la participación, y la gestión política- ideológica del pueblo. La jefa de Información escogía cada semana estrategias, logotipos, y consignas a fin de apoyar la campaña y prefijar los códigos por los cuales los cubanos pudieran sentir identificación.

Comentarios, artículos, informaciones, gráficos, tablas, y hasta las publicaciones de las boletas de votación devinieron tribuna de los intereses políticos. A pesar de la prioridad ofrecida al tema, otros asuntos constituyeron objetos de tematización también.

El año 2013 marcó el inicio de los preparativos para los congresos de diversos organismos y entidades

del país. Los trabajos sobre los CDR, así como de la CTC configuraron las prioridades por parte de los intereses políticos, quizás no con la misma regularidad que para las Elecciones, pero sí mediante las mismas estrategias.

Como contrapartida a lo anterior, los periodistas consideran que la prensa cubana necesita de una transformación relacionada con los valores noticias, y una búsqueda significativa de la refuncionalización del papel de los medios en la sociedad, cuando en la actualidad las planas de los periódicos se inundan de informaciones oficialistas.

La generación más joven del medio refleja constantemente el rechazo hacia esta tendencia que define la profesión en la actualidad. Durante la observación, se percibió la crítica hacia colegas de otras provincias que utilizan discursos poco creíbles al tocar asuntos políticos, de forma esquemática.

En aras de conformar un periódico ideal, los propios reporteros identifican fallas y desaciertos.

Me gustaría una mayor representatividad de géneros periodísticos, a veces eso falla, existen muchas entrevistas y ni una que sea verdaderamente atractiva, en muchas ocasiones son informativas. Implementaría más variedad de géneros acordes con el perfil editorial de un semanario, y que tengan un interés social. También saldría a la calle y le preguntaría a las personas sobre los temas que quisieran leer en el Periódico, siempre con el interés social en primer lugar, y la crítica oportuna, por supuesto (Pérez, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

Los evidentes compromisos editoriales se sitúan entre los mayores aspectos de desagrado con relación al órgano. La observación participante reconoció la selección de trabajos de poco interés informativo y social, un defecto imputado no solo al medio sino a decisores de niveles superiores.

Para mí lo ideal sería un periódico sin abanderamiento, donde por primera vez se omitan las regulaciones y lo establecido por la reunión de los medios, pero bueno ya dependería mucho del contexto, y si se impone una oda a determinada situación que lo merece, sería con el espacio que lleva y con el soporte gráfico que lleva (Reyes, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

Otros criterios constituyen alternativas para explotar las habilidades y talentos presentes en el *CINCO de Septiembre*.

Necesitaríamos más columnas con sus autores fijos como parte del periodismo de opinión, porque hay colegas nuestros que son mejores columnistas que reporteros, y eso se demuestra en los blogs, esto lo veo como una ilusión, como un sueño, porque los periódicos tienen su estilo, además porque creo que la página de opinión de nuestro periódico tiene mucha pegada en el público, tal vez porque nos sentimos más cómodos, porque es la tribuna más desenfadada (Barbieri, grupo focal efectuado el 23 de marzo

de 2013).

Algunos idealizan un proceso de selección más apegado a criterios renovadores. Para Zulariam Pérez Martí, el semanario se carga mucho y a veces se ubican trabajos donde ya no existe el espacio propicio. *Un buen periódico debe contar siempre con el impacto de la primera plana, no llenarla de tantas informaciones, a veces esto se resuelve con dos nada más y una gran foto, con un gran título, eso atrapa mucho al lector, yo enfatizaría mucho en eso desde el punto de vista del diseño* (Pires, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

Durante el debate, todos los periodistas coincidieron en la necesidad de entender al jefe de Información, quien muchas veces no cuenta con buenos materiales para las ediciones, y debe enfrentar las presiones de los trabajos de obligatorio cumplimiento. Sin embargo, algunos manifiestan desacuerdo ante la jerarquización de estos materiales en los lugares de mayor impacto visual.

Existen muchas cosas publicadas sin valor noticia ninguno, un ejemplo de ello ocurrió con la constitución de la Asamblea del Poder Popular Provincial, eso ocurrió un sábado, y el viernes de la semana próxima, seis días después, salió a la luz como parte principal de la primera plana, con la foto más grande. Sin embargo, en esa misma edición el periódico Escambray no lo publicó en primera, y eso ocurrió a nivel nacional el mismo día, pero para ellos no merecía la primicia noticiosa. Tales casos dependen también de quienes dirigen la prensa desde el Partido, y quienes la orienten (Pires, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

El ejemplo especificado por el periodista esclarece algunas de las incidencias ocurridas durante la fase de selección. La reseña sobre la Asamblea desplazó en el proceso de selección, de la primera plana hacia la segunda, una nota sobre un accidente de tránsito de gran magnitud ocurrido en la provincia, por el cual un equipo de trabajo del órgano despertó desde la madrugada a fin de obtener información y fotografías.

A pesar de las discrepancias, todos los periodistas encuestados manifestaron al unísono sentir que sus criterios e intereses periodísticos son valorados suficientemente por sus superiores. Amén de las incidencias externas, analizadas con anterioridad, se infiere que las problemáticas de esta fase se deben a algunas incoherencias comunicativas y estructurales en cuanto a los espacios para escuchar a los trabajadores.

4.3.1 Gestión mediática: organización y control

Los periodistas del semanario *CINCO de Septiembre* carecen de retroalimentación con quienes los

dirigen, y con la rutina productiva en la que están inmersos cotidianamente. Según datos arrojados por las encuestas y las entrevistas, entre las mayores solicitudes radica la participación en las decisiones y la necesidad de reconocimiento de los buenos productos comunicativos en el medio.

Una de las mayores deficiencias reconocidas durante el trabajo de campo fue la inconsistencia de algunos espacios editoriales dispuestos para la dinámica participativa en la organización de la rutina. Los tres meses de permanencia en la unidad de observación, demostraron que solo una vez se realizó el Consejo Editorial, momento definitorio para un medio impreso.

La poca permanencia del evento influye en la percepción del rol como equipo de trabajo que debe mantener coordinada la estructura y el engranaje productivo cada semana. Para más del 60 por ciento de los reporteros, la cita, constituye la oportunidad de interactuar con los superiores, mientras que otro pequeño por ciento estima que constituye la ocasión para ventilar inquietudes y participar activamente.

Es muy efectivo para la comunicación, aquí todos nos reunimos como periodistas, no creo que exista gran diferencia con los directivos, cada cual da su opinión, sus sugerencias sobre los trabajos. Cuando yo era jefa de Redacción, se hacía más a menudo y existía más retroalimentación. No veo necesidad de hacerlo todos los viernes de forma esquemática, pero al menos una o dos veces al mes, para sugerir temas, comentar intereses investigativos, y proponer iniciativas. Para mí es muy válido y atractivo a la vez (Pérez, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

En esta misma línea, Alexis Pire sostiene que de esa forma se perfecciona el quehacer, pues problemáticas como la carencia de seguimiento informativo en el medio pueden analizarse en estas mismas instancias para encontrar las soluciones.

Deberían organizarse, pues tantas reuniones agobian. Lo cierto es que el Consejo Editorial responde a dos momentos, el proceso de antes y después, y nosotros estamos en el después y me parece que a la larga no se gana mucho revisando los errores cometidos, por supuesto, nadie se va a reunir lunes y viernes, pero sería bueno encontrar un punto común. Pienso en la factibilidad de ir nosotros mismos a revisar los trabajos, porque cuando tienes un vicio en la redacción, las correctoras te lo anotan y después lo corriges, pero si no lo haces desconoces el problema, y al final tu trabajo sale impecable y no fue obra propia, y la próxima semana vuelves a incurrir en lo mismo (Reyes, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

En la única cita de este tipo durante los tres meses del período en estudio, se constató la viabilidad del espacio, como también la mala dirección de los mismos. Durante el encuentro también se manifestaron faltas de respeto y profesionalidad entre los propios colegas.

La consideración sobre el bajo nivel de participación de los profesionales en la concepción del semanario resultó confirmada en las apreciaciones del encuentro, pues ante la inexistencia de comentarios y reportajes investigativos en la reserva editorial señalada por la jefa de Información, rápidamente emergieron diversidad de propuestas, y se propusieron trabajos inéditos para páginas con perfiles especializados.

A pesar de los momentos tensos, se aprovechó la cita para orientar el papel de la crítica eficaz en aras de la responsabilidad periodística. La recepción de las exigencias relacionadas con las inconformidades del medio de prensa en general encontró cauce seguro.

El desacuerdo ante la carencia de resultados por parte de la Comisión de Calidad, dedicada a reconocer los buenos trabajos periodísticos, constituyó motivo de discusión entre todos los asistentes. La falta de estimulación profesional reveló las dificultades comunicativas con los superiores, sin embargo, desde ese entonces las deficiencias referidas hallaron soluciones.

A partir del seguimiento al tema, se constató la realización de las sesiones para la determinación de los mejores materiales periodísticos del mes. El encuentro se conformó con cuatro personas que representan cada división editorial en el medio de prensa, allí cada quien presentó una selección inicial de las publicaciones con mayor calidad.

Las encuestas evidenciaron niveles de satisfacción adecuados con los reconocimientos de la comisión, pero algunos señalan que muchos de los trabajos dignos de resaltar pasan desapercibidos para los decisores. Un periodista encuestado refiere que siempre sobresalen los mismos, y otros se quejan de la subjetividad y la mala praxis en la selección.

El factor decisivo que incide en las inconformidades sobre la Comisión de Calidad, radica en que durante la sesiones no se percibieron acuerdos sólidos y generalizados. Tal hecho conllevó a que en el Consejo de Dirección realizado con posterioridad, se incluyeran buenos materiales, que aún no poseían reconocimiento alguno.

De las pocas reuniones realizadas con periodicidad, el Consejo de Dirección destaca como uno de los espacios fijos e inviolables para el *CINCO de Septiembre*. Una vez al mes, los directivos se reúnen a fin de analizar la labor del órgano, en el encuentro sobresalen problemáticas y acuerdos.

4.3.2 Infraestructura y oscilaciones del flujo productivo

De forma general, las rutinas productivas del *CINCO de Septiembre* sobresalen por los mecanismos

funcionales y comunicativos que la facilitan, así lo corroboran periodistas y directivos. Sin embargo, no todas las estructuras creadas poseen las mismas características.

La observación participante percibió los mayores problemas en el departamento donde laboran correctoras y diseñadores. La desorganización, la falta de consolidación como equipo de trabajo, la poca permanencia de sus integrantes, así como la condescendencia hacia el impacto negativo de estas manifestaciones en la realización del Periódico, dificultaron el flujo productivo de una manera u otra.

Desde el inicio, los tropiezos comenzaron con la ausencia del personal por diversas causas, la jefa de Redacción y dos correctoras presentaban certificados médicos. Como medida paliativa se contrató a una egresada de Periodismo como correctora, pero no resultaba suficiente el personal para mantener organización y coherencia.

Sobre este tópico, se evidenció la falta de dirección en el departamento mediante los propios comentarios casuales de los directivos. A pesar del reconocimiento de las fallas, no existieron medidas contundentes que resolvieran las incongruencias, se conoció además, a través del cuestionario, que solo uno de los ejecutivos reconoció esta subdivisión editorial como problemática, mas inculpó de ello al cuadro encargado del departamento.

Los diseñadores adiestrados mostraron mayor disciplina al complementar el trabajo de los otros, la distribución de páginas específicas como estrategia laboral atentó contra el dinamismo y la fluidez necesarias en el flujo editorial para la conformación de las planas.

En ocasiones solo una correctora experimentada asumía la responsabilidad principal del semanario y de las publicaciones mensuales, a causa de ello, las quejas en la cadena editorial se enfocaron hacia las planas sucias por revisiones que debían aparecer enmendadas.

La mayor deficiencia identificada en este sentido, está en la propia concientización por parte de quienes dirigen sobre los problemas que afectan a esta subdivisión editorial. Las claras quejas y el rechazo hacia el entorpecimiento y atraso del trabajo en el área, evidenció el pleno conocimiento, mas no las posibles soluciones.

En casos puntuales, las faltas de exigencias hacia las llegadas tardes, o las demoras en la entrega de algún material de las páginas, no constituyeron objeto de llamados de atención. Quienes dirigen colocaron siempre en primer lugar, la excelencia profesional de todos los integrantes del departamento, asunto no discutible, pero ¿cómo traducir profesionalidad en calidad de trabajo si no se encamina hacia la perfección?

La mayor falla radica en la ausencia deliberada del personal sin previa coordinación para el respaldo de los deberes. En fecha correspondiente al lunes 11 de marzo, la jefa de Información y la responsable del propio departamento manifestaban la inexistencia del personal imprescindible para comenzar la revisión de los trabajos.

A pesar de los incidentes, nada trascendió más allá de atrasos y percances. Tales inconsistencias afloraron en el Consejo de Dirección, donde ninguno de los integrantes alcanzaba la evaluación de excelencia, solo notable. Una vez más, existió el reconocimiento hacia las potencialidades, sin embargo faltaron los emprendimientos y los ánimos de enrumbar las carencias hacia el mejoramiento.

Quizás, detrás de la madeja de incomprensiones radique también la falta de identificación y colaboración entre periodistas y correctores. Paradójicamente, más del 80 por ciento de los reporteros manifiesta revisar sus trabajos en las planas y acordar lo mejor entre ambas partes, y el 60 por ciento coincide en recibir llamadas para los posibles cambios, en caso de dudas.

Sin embargo, Emma Sofía Morales, correctora con 35 años de experiencia, plantea que muy pocos comprueban sus materiales antes de publicarse.

No es totalmente valorado por todos nuestro trabajo, muchos consideran la corrección como un arte menor en el Periodismo, y no es un trabajo menor, es la labor que abrillanta, perfecciona, encuentra errores, pienso que cada periodista debería transitar aunque sea una vez al mes por este proceso. Considero también la necesidad de perfeccionar la redacción de nuestros colegas, porque no resulta una cuestión de conocimientos, si no de cuidado y revisión (Morales, entrevista personal 16 de marzo de 2013).

Las especificidades aludidas por la entrevistada colocan en evidencia otro elemento influyente en las relaciones profesionales del órgano. Desde el 2010, las normas de redacción propias del medio se encuentran en proceso de actualización, situación que ha motivado desencanto y esfuerzos laborales dobles por parte de las correctoras.

Las normas no son de pleno conocimiento, en una escala del 1 al 10, eso lo ubico en el 7, porque evidentemente emergen situaciones en las que se percibe falta de acercamiento a las normativas, en elementos casi siempre invariables, elementales, y que se repiten consecutivamente. Eso indica dos cosas, o no le importa a quien redacta, o piensa que está bien (Morales, entrevista personal 16 de marzo de 2013).

Los ejercicios socializadores en este sentido han fallado consecutivamente, algunos entrevistados no

conocen las normas, ni siquiera en su estado de perfeccionamiento. Mediante encuestas, determinados ejecutivos inculparon a la encargada del Departamento de Redacción por su descuido, sin embargo, la identidad de todo un periódico radica en tan importante y subvalorado documento.

Compartir las responsabilidades ante las deficiencias constituye premisa para el perfeccionamiento de la dinámica productiva en el *CINCO de Septiembre*. La comprensión del proceso como un todo íntegro, sin subestimaciones, ni abandonos, conlleva a la obtención de dinamismo y calidad en el logro de los objetivos semanales.

4.3.3 Profesionalidad y profesionalización, claves para la organización interna

La imagen de los periodistas sobre su organización revela un componente fundamental sobre la cultura e ideologías profesionales. Una mirada retrospectiva permite reconocer desde donde parten las creencias y generalidades conscientes e inconscientes relacionadas con la práctica.

Sin desdeñar la necesidad de perfeccionamiento en los mecanismos de retroalimentación al interior de la rutina, los periodistas del *CINCO de Septiembre* se muestran conformes con su organización al permitirle desarrollar intereses y habilidades personales.

Las respuestas asociadas al sistema de jerarquías en el medio confirmaron el importante índice de satisfacción, prácticamente todos los interrogados clasificaron de aceptables, recíprocas, comprensivas, respetuosas, empáticas y fraternales, las relaciones con sus superiores.

Un análisis detallado de las respuestas sobre las relaciones explícitas en el órgano, destaca el reconocimiento de cualidades humanas y condiciones psicológicas. Tal inferencia apoya los resultados de la pregunta sobre los valores indispensables de un directivo, las respuestas se inclinaron hacia percepciones relacionadas con las técnicas de dirección, el carisma, el liderazgo, la comprensión, la modestia, y la confiabilidad.

Los datos revelados indican la preferencia de los periodistas por personas capacitadas desde el punto de vista humano, para ejercer cargos de responsabilidad. Como aliados indispensables para la afluencia del trabajo cotidiano, los valores personales anteceden a los profesionales.

No faltaron tampoco los condicionamientos imprescindibles al sector, entre ellos emergieron las habilidades comunicativas, el compromiso con el oficio, la preparación académica, así como la fortaleza de opiniones propias. A ello se suman los criterios por los cuales los periodistas del semanario consideran que sus superiores ocupan el puesto laboral, en primer lugar, con el 50 por ciento de

aprobación colocan la profesionalidad, y en segundo puesto, la confiabilidad política y la capacidad de trabajo.

Pudiera resultar paradójico el contraste de criterios, pues las opciones con tendencias hacia las condiciones psicológicas permanecieron vacías por la totalidad de los encuestados en la última pregunta. A pesar de las discordancias, la generalidad destaca los elementos positivos y a favor de las relaciones de jerarquía y comunicación del órgano.

Conviene enlazar el análisis del fenómeno desde una doble perspectiva, pues los directivos del *CINCO de Septiembre* también resaltan las capacidades del equipo de trabajo. Profesionalidad, valentía, resolutivez, iniciativa e independencia validan los criterios de quienes orientan y regulan el quehacer reporteril.

Poseo plena confianza en las habilidades y capacidades de trabajo de mi equipo, te diría que son personas muy capaces, bien informadas, sus conocimientos y habilidades están acordes con los nuevos tiempos. Los periodistas de más experiencia se han adaptado a las nuevas dinámicas y han superado todas sus dificultades con las nuevas tecnologías (Chaviano, entrevista personal 24 de enero de 2013).

Quienes dirigen opinan que la fluidez de las relaciones, la recepción hacia críticas y opiniones, la disposición para el trabajo, y la comunicación, conforman los principales rasgos a destacar en el medio de prensa.

La confluencia de diferentes formaciones profesionales en el *CINCO de Septiembre* ha variado las formas de enfrentar el Periodismo, así como los enfoques en la construcción de la realidad cienfueguera. La desprofesionalización como un fenómeno del pasado, y aún con repercusiones en el presente, ya no constituye una constante.

En esta línea de análisis, la legendaria disputa entre oficio o profesión adquiere matices particulares en cada lugar o medio donde se analice el tema.

Hemos ganado mucho en respaldo profesional, nosotros poseíamos personal proveniente de otras carreras, que se desempeñan muy bien, pero no en todos los casos, todavía existen personas sin superación. A los jóvenes no les debemos coartar las iniciativas, ni defraudarlos, siempre y cuando no contradigan los elementos básicos que sostienen la sociedad cubana, pero al Periódico le han venido muy bien los aires juveniles (Castillo, entrevista personal 19 de enero de 2013).

A pesar de la amplia aceptación hacia las nuevas canteras provenientes de la Universidad Central

“Marta Abreu” de Las Villas, todos los directivos expresaron la necesaria readecuación de estos para la práctica cotidiana.

Con nuestros jóvenes es más fácil el trabajo, pues se acercan más, a veces vienen un poco autosuficientes, y hay que ubicarlos, pero siempre pienso que deben revolotearles mariposas en la cabeza, aunque haya que espantarles algunas para que pongan los pies en la tierra, pero eso se educa poco a poco y con tacto (Chaviano, entrevista personal 24 de enero de 2013).

A diferencia de otros medios de prensa en la provincia, el periódico cienfueguero se ha caracterizado por la buena acogida y la compenetración existente con los egresados de la academia. Durante el período de observación, esta premisa se patentizó en el reconocimiento como unidad docente al medio cienfueguero, entregado por los propios profesores de la Universidad.

Las opiniones predominantes refieren la obligada complementariedad del conocimiento teórico y práctico, pero se percibe también el apoyo hacia la profesionalización de la cual ha estado carente la prensa cienfueguera. Los criterios de los directivos perfilaron siempre el impacto positivo de la preparación evidente en los egresados.

La totalidad de los jóvenes entrevistados convienen en señalar el respeto por la experiencia de todos los colegas del medio. Sin embargo, reconocen la valía y las habilidades de lo aprendido en la academia.

La academia lo es todo, pero te das cuenta que el Periodismo es una profesión de calle. La Universidad te da la sapiencia, la forma de instruirte, la posibilidad de discriminar datos, de manejar fuentes, de establecer un orden jerárquico, o de escoger un criterio, eso es una virtud que tenemos los recién graduados. Pero de lo que se dice en la teoría a lo acontecido en la práctica, la distancia varía mucho, no solo eso, también las políticas editoriales de los medios difieren en cuestiones de estilo, redacción, la forma de ver los temas, se trata sencillamente de no estar en contradicción con ambas cosas, asimilar lo bueno de cada una y adecuar los intereses del medio, lo aprendido en la academia y lo que te impone el contexto (Reyes, en entrevista personal 29 de enero de 2013).

Los egresados asumen la existencia de una sana competencia, en el sentido de no menospreciar la experiencia de nadie, pues la práctica siempre se impone ante muchos de los preceptos académicos, y los conocimientos aprendidos durante la carrera. Pero, sin dudas, el cursar los estudios de Periodismo ha significado la dotación de los recursos fundamentales para asumir la profesión acorde a las exigencias de los nuevos tiempos, y un bagaje cultural imprescindible.

Durante el estudio de campo, se constató la competitividad entre las perspectivas generacionales. Más

allá, de las habituales diferencias, la cultura profesional en el *CINCO de Septiembre* sobresale por el conocimiento y el dominio de las herramientas de trabajo, y la técnica para el periodismo impreso.

Solo una parte del personal relacionado con las rutinas productivas no posee los conocimientos necesarios para enfrentar la necesaria profesionalización del quehacer. Los fotógrafos que actualmente ejercen en el medio no poseen el nivel profesional requerido para su desempeño.

Uno de los directivos encuestados argumenta la pobre calidad profesional del personal fotográfico, y la falta de interés por la superación, pues en el medio han existido espacios para el perfeccionamiento y los implicados no han asistido. Otra de las quejas aflora por la poca explotación de la técnica, tal parecer se corrobora con la ausencia de un sólido archivo de fotos para complementar los trabajos.

Al respecto, se observó que los ejecutivos del *CINCO de Septiembre* no explotan los mecanismos establecidos para solucionar la problemática de la fotografía. Pese a las limitaciones, en los espacios y encuentros donde se discutió sobre el tema, se destacó el poco interés de este personal en su evaluación, entendida esta última como una alternativa para regular el trabajo profesional.

La observación percibió la mala calidad de las imágenes tomadas en algunos eventos y los problemas comunicativos en la conformación de los equipos de trabajo. De forma general, no priman las buenas relaciones entre periodistas y fotógrafos, en ocasiones las discusiones influyeron en el entorpecimiento de las coberturas.

En conversaciones informales, se escuchó a los periodistas molestos por la necesidad de orientar y presionar en muchas ocasiones a los fotógrafos para la obtención de instantáneas acordes con el interés de los materiales periodísticos.

A pesar de que existe la comprensión generalizada sobre el problema con los fotógrafos, no discurren las vías indicadas para solucionar tal aspecto. La reticencia hacia la superación no debe significar justificación alguna si se constituyen los mecanismos institucionales para contribuir a la integralidad en el desempeño periodístico.

Espacios de superación y de intercambio para la práctica de un Periodismo apegado a las tendencias actuales, devienen puntos a favor para los profesionales del *CINCO de Septiembre*. La avidez por los cursos, las conferencias y las reuniones entre colegas para discutir temáticas y asuntos del sector revitalizan los intereses y la dinámica diaria.

El respaldo profesional ha constituido clave para el enriquecimiento de los horizontes en el periódico cienfueguero, sin embargo existe también una defensa a ultranza hacia la experiencia y los valores

adquiridos por quienes se iniciaron en otros perfiles académicos y ejercen hoy con las mejores condiciones.

La articulación de estrategias para complementar el empirismo y la profesionalidad constituye una temática objeto de análisis aún, en aras de asegurar una integración orgánica de perspectivas. El estrechamiento de estos vínculos le aportaría al Periodismo la dinámica necesaria e influyente en la construcción de la realidad.

Por tanto, oficio y profesión se retroalimentan en el medio de prensa, cada quien desde sus posiciones tributa hacia el perfeccionamiento de nuevos modos, y en el desafío de los mismos derroteros que median hoy el quehacer.

Las consideraciones personales sobre la práctica develan que las mayores insatisfacciones con la labor realizada no emergen de la estructura interna de la organización. Elementos de índole externa, relacionados con la formación, las creencias entronizadas con el tiempo y los contextos han determinado las ideologías profesionales de los periodistas del semanario de Cienfuegos.

4.4 Ideologías profesionales: regulación de factores reales e ideales, claves del rol periodístico

La investigación sobre las ideologías profesionales constituye uno de los campos más complejos e inaprehensibles en su totalidad. La visión de la realidad asumida en la realización cotidiana del Periodismo se nutre de percepciones que llevan implícitamente las normativas dimanadas de la interacción con el medio y los retos constantes de su estructura interna.

Esta forma de interiorizar el mundo parte de un conjunto de valores de índole subjetiva que se complementa con principios éticos, filiación política, convenciones y compromisos que influyen en la concepción sobre la función de la prensa, y la definición de roles ocupacionales.

En la actualidad cubana, la profesión periodística padece de limitaciones infraestructurales y superestructurales. Los desafíos de la práctica periodística resienten los preceptos profesionales de quienes se dedican a esta labor, motivados por intereses de índole moral y personal.

Los periodistas del semanario definieron como roles fundamentales de la prensa; interpretar, criticar, educar, analizar, informar, y mediar entre instituciones y ciudadanos. Sin embargo, consideran que estos principios resultan poco creíbles en la actualidad, debido a la desmotivación y los conflictos atribuidos al alejamiento de estas premisas en el papel actual de la prensa.

Todos consideran que las problemáticas⁴⁷ del Periodismo pertenecientes al pasado no han quedado detrás, pues por estos cauces se enrumban hoy las deficiencias y las inconformidades. Más allá de nuevos conflictos, los residuos de antaño afloran con fuerza en la actualidad.

La totalidad de los periodistas del *CINCO de Septiembre* manifiestan desacuerdo con los cánones que aún persiguen el quehacer. Tal creencia se ha incorporado a las ideologías profesionales, desde la necesidad de transformar la función social y la interpretación de los modelos politizados del Periodismo cubano.

El análisis realizado por los periodistas del periódico cienfueguero parte de los momentos históricos, y las modalidades de las prácticas asumidas desde entonces. Algunos refieren sobre las causas que marcaron hitos y determinan aún en la actualidad.

La prensa actual está llena de vicios, porque el contexto en que se empezó a hacer el Periodismo revolucionario era de vítores, de consignas, y de eso aún estamos permeados, pues no hemos

47 Si bien en un inicio el contexto de la Revolución triunfante lideró un Periodismo fiel a los principios enarbolados, los cambios manifiestos con el paso del tiempo y la consecuente escasez de transformaciones logró dogmatizar paradigmas, devenidos hoy tendencias negativas para los profesionales. Sin embargo, las transformaciones acaecidas en los últimos años han repercutido de manera incisiva sobre la función del sistema comunicativo en general, las tendencias negativas constituyen fenómenos del presente.

La era de los 60 inició una práctica definida por la reflexión y la variedad genérica, acorde a los ideales revolucionarios. Más adelante, la tensa realidad política con las agresiones norteamericanas sumergió el contexto de la década del 70 en un ambiente de retórica banal, puro consignismo, discursos moralizantes, propaganda revolucionaria y ocultamiento de errores y dificultades.

Difundir mediante la prensa las debilidades del país significó entregarle armas al enemigo, por tanto el ejercicio de la crítica quedó relegado. A pesar de los llamados a la renovación, promulgados por los Congresos y Plenos del PCC, las limitaciones continuaron sin variación alguna.

Para Julio García Luis (1978), la autocensura caló en el influjo socializador de la prensa cubana, como fruto de la incompreensión del rol periodístico por parte de entes políticos y entidades estatales. Se necesitaban pronunciamientos más enérgicos para acabar con la superficialidad y el ocultamiento de información de organismos y entidades hacia los periodistas.

El período de 1980 trajo consigo el proceso de rectificación de errores que no eliminó decisivamente los vicios y síndromes influyentes en el gremio. Secretismo, burocratización, inercia y conformismo afloraron nuevamente de forma definitiva. Más tarde, el Período Especial logró agudizar con las carencias los pocos avances, se acentuaron las omisiones, la pérdida de matices, el esquematismo y la pérdida del Periodismo de opinión.

evolucionado las formas de hacer conjuntamente con los retos de las nuevas tecnologías, la evolución del mundo, el derrumbe del Campo Socialista. Debemos analizar también que cuando escribíamos de la zafra, la zafra daba, nuestra economía era floreciente, el nivel de vida era mejor, de ahí los vítores y las consignas, pero con el cambio se evidenció lo planteado por los clásicos, la circunstancias económicas determinan la superestructura. Hemos proliferado en algunos asuntos, y los jóvenes lo han demostrado y nos han ayudado en eso, pero aún no es suficiente, queda mucho por hacer, falta desvincularnos un poco de esa fe, esa ideología militante, dejar de ser tan estrictos y oficialistas (Barbieri, grupo focal efectuado el 23 de marzo de 2013)

Otro experimentado colega considera que *aún existen medios lastrados por los dogmas, que practican un Periodismo de barricada, y contradictoriamente son aquellos que lideran la batalla por una práctica despojada de estereotipos, que no sea gris, sino de matices (Castillo, grupo focal efectuado el 23 de marzo de 2013).*

Mediante la observación y el debate se percibió la carga negativa que posee la palabra “barricada”, interpretada como síntesis del quehacer profesional incondicionalmente apegado a los viejos tiempos. El rechazo hacia el término evidencia algunos de los conflictos que definen la construcción de la realidad, pues a juicio de todos, el contexto actual requiere de multiplicidad de enfoques, y de diferentes acercamientos hacia los fenómenos sociales.

Los criterios expuestos muestran la influencia del sistema económico en el reflejo intelectual de los profesionales del gremio. El derrumbe del Campo Socialista y el inicio del Período Especial se ubica como uno de los momentos definitorios en los cambios sobre la conciencia profesional de los cubanos, muchos asumen la conflictiva repercusión de las tendencias y visiones del pasado en un presente diferente y de constantes transformaciones.

Perspectivas generacionales constituyen el punto de partida para la instauración de una nueva profesionalidad. La responsabilidad dispuesta sobre los jóvenes como portadores de nuevas convenciones, creencias e ideologías, producto de diferentes circunstancias formacionales, deviene modo de enfrentar los desafíos de la prensa cubana y la sociedad actual.

En la búsqueda de una percepción propia sobre sus ideologías profesionales, los periodistas del semanario identifican rasgos, aciertos y desavenencias.

Pienso que nos define la forma de hacer Periodismo y el concepto de prensa de Cuba, muy diferente al del mundo, no digo que ese sea el correcto o este el incorrecto, pero si es muy diferente desde el Triunfo de la

Revolución. Antológicamente ha existido un modelo de Periodismo muy cerrado, es verdad que todos los medios de prensa que pertenecen a un órgano oficial tienen que responder a los intereses y a la ideología de ese órgano, pero no obstante resulta muy normado y controlado. A veces cuando diferentes periodistas tienen ideas para trabajos interesantes, que digan cosas nuevas sin herir o ir en contra de esa ideología, igual no se acepta, no sé si por miedo, pero no se acepta (Cordero, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013)

La contradictoria relación entre el deber ser y el ser constituye el mayor desacuerdo, los periodistas rechazan el papel que se ha legitimado para la prensa en la actualidad. Estas creencias se revierten en las ideologías profesionales como necesidad de aunar las aspiraciones intrínsecas a la profesión, para lograr una interrelación adecuada entre sistema político y mediático.

A causa de ello, el divorcio entre realidad y práctica traduce la falta de consenso en las relaciones entre el poder político y la prensa. A pesar de que la nueva vanguardia pretenda desmitificar antiguos roles, los más jóvenes consideran sentirse influenciados también por la socialización percibida desde la academia.

Yo creo que desde que uno está en la carrera, ya uno sale con el molde, aunque no lo desees, la primera vez que traté de escribir una noticia, me asombré porque era un discurso que no era mío, y de repente lo podía hacer muy fácil, y escribía con frases hechas y muchos moldes aprendidos, que en el estudio, y en la propia carrera se pegan. Pero debemos poseer la capacidad de no incorporarlo a nuestra ideología profesional, pues esa la formamos nosotros mismos, aunque esté permeada de malos conceptos, que ojalá y algún día se superen, pero creo que es muy difícil (Cordero, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013)

El pesimismo manifestado en las declaraciones, incide directamente en la motivación para la realización de los empeños cotidianos. Quizás de ahí, la perdurabilidad de los lastres aludidos en la opinión anterior de la periodista.

Los entrevistados exponen un parámetro para establecer diferencias, en ocasiones, se comparan con la práctica ejercida internacionalmente, y en otras, desechan este modelo para propugnar el propio. Sin dudas, la inclusión y la exclusión de valores y normas deducen la conformidad en la asunción de factores negativos y adoptarlos como normales.

Las opiniones sobre los principios ideológicos profesionales constituyen las diferencias mayoritarias, nadie apoya las prácticas sensacionalistas, amarillistas y enajenantes implementadas en otros países, como tampoco se desconocen las limitaciones del Periodismo capitalista que contribuyen directamente a los beneficios

comerciales de sus dueños. Pero en Cuba, el régimen de propiedad estatal para la prensa y los niveles de retroalimentación entre sistema social y sistema mediático, complejizan la dinámica funcional.

A pesar de todo, el mayor estado de consenso se manifiesta con la propiedad social de los medios de comunicación por no sujetarse a las leyes del mercado que rigen el orden mediático a nivel mundial y no devaluar las ideologías profesionales con la banalización de los preceptos éticos, y principios humanos.

La inexistencia de propiedad privada sobre los medios coadyuva el funcionamiento democrático de la prensa, pero mediante la observación se constató el requerimiento de implementar otra visión del ejercicio del poder, para perfeccionar la verdadera premisa sobre este sistema de propiedad.

Para los periodistas del semanario cienfueguero, el contexto cubano amerita señalar el estancamiento de las problemáticas heredadas de antaño.

Las políticas editoriales particularizan y nos definen del resto del mundo, pues todo parte de un contexto y un medio socioeconómico determinado, y al final los medios de prensa responden a una política editorial que rige el dueño de ese órgano, y el único dueño de la prensa en Cuba es el PCC, entonces todo se basa en una política editorial que rige el PCC, y en función de ahí se construye la ideología para el Periodismo, pero con esa variante (Reyes, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

Los criterios aunados, destacan la confusión de la propiedad social de los medios con la completa estatalización de la prensa. En esta misma línea, otros sostienen la ausencia de instancias pertinentes y reguladoras para el sector.

De hecho, los periodistas cubanos se rigen por un Departamento Ideológico dentro del propio Partido, no existe Ministerio de Comunicación, no existe un aparato profesional, ni una certera legislación en el país que regule las estrategias comunicativas articuladas a los intereses políticos, solamente respondemos a ese esquema que sustenta todas las bases de nuestro trabajo y los procedimientos. Lo que sí está claro es que el periodista cubano le aporta conocimientos, además de la acumulación de experiencias y saberes, pero falta mucho por hacer, eso es evidente, porque el público ya no acepta ese mensaje lineal, de ferviente patriotismo, debemos avanzar mucho en este sentido (Pérez, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013)

El efecto del debate resulta concluyente para todos en la opinión de una de las periodistas del medio.

Las ideologías profesionales de los periodistas en Cuba, están predeterminadas desde que la persona se abre paso en el mundo del Periodismo, existen cosas que perviven sobreentendidas, por las cuales debes regirte. Nuestras ideologías profesionales difieren de las del resto del mundo porque son muy estrictas y

cerradas, se sigue una sola pauta no existe diversidad ideológica en muchos aspectos, debido a que la prensa padece del slogan que los periódicos son órganos oficiales del Partido, entonces se carece de espacios para otro tipo de discursos, todos los periodistas que han tenido la formación en la carrera saben a donde tienen que ir dirigidos sus escritos. El Periodismo en Cuba, pienso yo, está enfocado a exaltar y defender la obra de la Revolución, entonces si no está dentro de ese marco, ya se ve como otro tipo de Periodismo, no como la prensa oficial de Cuba (Madrado, grupo focal efectuado el 23 de marzo de 2013).

A partir de lo expresado, se extraen enriquecedoras inferencias que sitúan al Periodismo en los cauces de una crisis ideológica seria. Los valores y desconciertos que perduran al interior de las opiniones denotan la decepción y la falta de credibilidad en el desempeño de la profesión escogida.

El principio periodístico del compromiso con la sociedad ha decaído, lo que ha influido en la pérdida de las iniciativas. Aunque este tema abarca una gran generalidad, no se debe absolutizar al respecto, pues siempre existe el ejemplo de muchos que asumen con inteligencia y sentido del deber los retos y desafíos.

El papel de la crítica, y su continua desaparición del quehacer cotidiano ha determinado la frustración en las ideologías de los periodistas. Aunque poco a poco, las prácticas han recuperado tendencias afines, aún no resultan suficientemente revolucionarias.

Los sentimientos de desencanto hacia la regulación de la prensa, inciden en el desánimo y la autocensura en el trabajo de temas osados, pero el periódico cienfueguero no deviene mal ejemplo.

Los directivos distinguen en este sentido, las cualidades y posibilidades que caracterizan al *CINCO de Septiembre*, como un órgano que puede estar permeado por los avatares y desafíos contemporáneos del sector. Sin embargo,

Al CINCO de Septiembre lo salva el hecho de que sobre el filo de la navaja, y con la responsabilidad de quienes lo dirigen hacemos un Periodismo de a pantalones. Hemos recibido visitas de colegas de todas las provincias de Cuba, y les llama muchísimo la atención nuestro sistema de trabajo, asombra nuestra autonomía, pues en otras provincias ni soñarlo, porque tienen que llevar el periódico antes de publicarse para el Departamento Ideológico del PCC para dar el visto bueno. Entonces, si esa aprobación no la posee quien dirige el órgano, para qué tienes una Resolución del Buró Político del PCC para los medios, algunos la tendrán engavetada pero nosotros no, es letra viva, es nuestra biblia, y tuvimos la tarea de entregar a cada uno de esos entes decisores una copia del documento para que sepan por donde se rige la política editorial del país, no solo la nuestra, que por supuesto es consecuente con eso (Castillo, grupo

focal efectuado el 23 de marzo de 2013)

Una de las orientaciones principales del documento citado por el entrevistado constituye el poder decisivo del director del medio de prensa para decidir lo que se publica o no. Tal elemento adquiere relevancia para los colegas, como un elemento digno de resaltar en sus directivos.

La indagación del cuestionario sobre la validez de la ejemplaridad del Periodismo cubano ante el mundo, develó resultados negativos. Uno de los encuestados manifestó a través de la interrogante que *el Periodismo cubano está muy lejos de constituir un buen ejemplo a escala internacional, pues está distante de sus tiempos. La nueva generación de profesionales busca acortar esas distancias, pero todavía queda mucho camino por recorrer.*

En este sentido, todos respondieron de forma coincidente, y manifestaron como tendencias coadyuvantes de ese parecer; el lastre de la dependencia, la tardanza en la publicación de verdaderas noticias, el oficialismo, la repetición, la superficialidad, la falta de aperturas, y la carencia de legitimación y credibilidad.

El debate y las interrogantes no permanecieron solamente en la simple exposición descriptiva de las situaciones, pues cada quien realizó críticas con sentidos resolutivos.

El mayor desafío radica en apoyar las transformaciones actuales del país, y los Lineamientos de la Nueva Política Económica pueden parecer lemas o consignas, pero hay cosas importantes en el documento que todos los periodistas deben conocer, y saber hasta qué punto se cumplen. Yo creo también debemos acercarnos más a la gente de a pie, al que va a la bodega a comprar el pan, no al que no le hace falta comprarlo, al que se monta en las guaguas, no al que tiene carro, esos son nuestros objetos de atención, por supuesto sin armar un caos en la prensa, todo con la mayor objetividad posible, con el mayor contraste de fuentes, con la visión holística de todo, tanto del afectado como del responsable (Pires, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

Para otros entrevistados, las transformaciones deben partir desde quienes dirigen las políticas de los medios de prensa. *El primer paso es que la prensa cubana la dirija un periodista, alguien que haya pasado por la academia, y sepa sobre teoría de la comunicación, técnica periodística, y que esté comprometido con los periodistas, para que a su vez los colegas se sientan comprometidos con su trabajo (Pérez, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).*

En este punto, las opiniones se consolidaron sobre la necesaria formación profesional de los cuadros dirigentes, a este aspecto adjudicaron las mayores deficiencias de la prensa en la actualidad. La

conciliación partidista de la mayoría de los directivos emerge como ineficaz vía de dirección sobre los medios de prensa.

Otra cuestión se situó en el epicentro de los debates, Héctor Castillo Toledo planteó que *el PCC posee mecanismos de retroalimentación con el pueblo, allí las personas depositan sus quejas con sus problemas, lo ideal es que eso lo representaran nuestros medios y el Partido nos facilitara las vías con las entidades implicadas para dar voz a la población* (Castillo, entrevista personal 19 de enero de 2013).

La concordancia de criterios certificó la necesidad de acercarse a las demandas del pueblo, a fin de resignificar la indispensable funcionalidad de la prensa. Para todos los participantes del debate, las problemáticas sociales deben constituirse en las verdaderas premisas del trabajo.

Según las premisas funcionales de la prensa planteadas por los periodistas, los intereses de la población deben constituirse como la máxima del quehacer de los profesionales. Sin embargo, una de las deficiencias latentes del *CINCO de Septiembre* radica en la escasez de algunos espacios de socialización, intercambio e influencia con el pueblo.

En este sentido, el Periódico sobresale por la implementación de una sección de correspondencia semanal con los lectores, donde casi siempre emergen propuestas y soluciones para las inquietudes. Sin embargo, la carencia de encuentros y debates donde predominen las sugerencias, y las necesidades particulares de la población constituye una paradoja ante las exigencias de los propios periodistas del medio.

Durante el grupo focal, se destacó este aspecto como un elemento idealizado por todos, cuando más bien se trata de rescatar la continuidad de las citas. *A veces cuando hay jornadas de la prensa, nos encontramos con los círculos de lectores, allí les pedimos opiniones, eso lo hacemos hasta dos veces al año en tabaquerías, universidades, pero pienso que ahí debemos trabajar más, y lograr retroalimentación* (Chaviano, entrevista personal 24 de enero de 2013).

Sin dudas, el fortalecimiento de estos espacios conllevaría a la elaboración de un respaldo sólido de propuestas que demuestren a quienes orientan la prensa, la necesidad inmediata de renovación de patrones en la construcción social de la realidad.

A causa de tales representaciones, periodistas y directores confirman al unísono que el Periodismo cubano no constituye un buen ejemplo hacia el mundo, pero contradictoriamente todos afirman que el *CINCO de Septiembre* sí resulta representativo en este sentido.

Tales índices de satisfacción develan una encrucijada ética y práctica entre las creencias de los periodistas del semanario. Para todos, la organización, a pesar de las necesidades de perfeccionamiento, resulta el espacio propicio para realizar un desempeño periodístico digno de admirar, pero quizás obvian que si las inconformidades generales no se manifestaran desde la base, sus creencias sobre la generalidad no fuesen las mismas.

Al analizar los criterios de los entrevistados, pudiese ser incoherente una interpretación generalizadora sobre sus ideologías profesionales, mas los matices difusos, y los desaciertos también forman parte de tan abarcadora categoría para describir las subjetividades latentes en el sector.

Sin embargo, las posturas críticas hacia la indispensable transformación parten de los principios del propio sistema socialista. Cada quien plantea que las carencias actuales adolecen de la magnitud revolucionaria del sistema, y que con contribuir al perfeccionamiento con una mirada crítica eficiente hacia los problemas, no implica ir contra las normativas.

Propuestas, alternativas, transformaciones radicales colman las expectativas para complementar la función del Periodismo ante los retos de la sociedad cubana. La crisis de legitimidad del gremio, descrita en otras palabras por los periodistas, conlleva directamente a la escasez de motivaciones. Sin embargo, en este tópico existen dimensiones más profundas para los periodistas.

4.4.1 Salario vs motivaciones profesionales

A la crisis ideológica profesional de la prensa, se suma otra condicionante agravada por los tiempos actuales. Si bien antes del llamado Período Especial, la retribución salarial no constituía preocupación alguna, hoy, los debates versan sobre el escaso salario percibido en la profesión.

Mediante el cuestionario, se constató que este aspecto no constituye aliciente alguno en el *CINCO de Septiembre*. Los grupos focales ampliaron el debate a través de la diversidad de criterios.

El estímulo de los periodistas está solamente en la repercusión social de su trabajo, no existe mayor satisfacción que esa, porque sin dudas materialmente estamos muy ajenos a ser estimulados, el salario es pésimo, no alcanza para nada, quizás por el mismo hecho de que nos ven como un órgano divulgador de determinada ideología que está ya formada y premeditada, pues entonces tal vez por eso no necesitamos ser estimulados (Pérez, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

El salario promedio de un periodista oscila entre los 345 y los 395 pesos cubanos, a ello se adicionan cuantías relacionadas con la evaluación, la estimulación, al grado científico, y la pertenencia a un órgano municipal, provincial o nacional.

El salario básico, está al nivel de una secretaria, de un chofer; la misma diferencia se percibe dentro del propio medio, pues un camarógrafo que a la larga hace lo que le pides y que el acabado de ese trabajo depende en mayor medida de lo que tú concibas, gana mucho más dinero que un periodista. Un editor, que sencillamente su función es unir imágenes en una coherencia dada por el periodista gana mucho más que nosotros, un fotógrafo, en condiciones normales, no quizás en el periódico, pero en agencias y demás, que le pagan por cada cobertura también obtiene más. Al final el periodista gana un salario promedio estándar; trabaje mucho o trabaje poco, por eso existe ese gran desnivel dentro del propio sector (Reyes, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013)

La remuneración salarial en el sector, califica como una de las más bajas de Cuba, una profesión mal retribuida en comparación con servicios más simples. Otra arista de la problemática pervive en la deuda pendiente del país con la equivalencia entre salario y trabajo desde años atrás, situación que ubica en el peldaño más bajo de la pirámide social a los profesionales.

Como contrapartida a las condiciones objetivas, resultan loables las motivaciones y las satisfacciones manifestadas por todos en la cotidianeidad. En la redacción, las conversaciones diarias destacan el tema del reconocimiento recibido por parte del público, un vínculo que para la mayoría constituye el mayor asidero.

Yo la única satisfacción que siento es cuando alguien en la calle me dice que le gustó algún trabajo y se sintió reflejado, para mí esa es la mayor satisfacción y por lo que hago Periodismo. Yo hago Periodismo por dos cosas, porque siento la necesidad de cambiar cosas y revolucionar desde mi parcela, y en segundo porque fue la profesión que escogí, la siento y me gusta (Pérez, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

La estimulación moral, la satisfacción personal y el reconocimiento público constituyen los tres pilares fundamentales priorizados en las interrogantes del cuestionario. No se necesita mucho tampoco para percibir la pasión y la entrega de quienes aman su trabajo a pesar de los problemas, y las limitaciones.

A pesar de las asimetrías en las relaciones y vínculos con los medios, la labor periodística se distingue por un elevado contenido axiológico. En consecuencia con ello se percibe el predominio en un primer lugar de valores humanos; en segundo lugar, los preceptos políticos- ideológicos legitimados con los años por el sistema, y desplazadas a un tercer puesto, las premisas profesionales.

Este último dato resulta interesante, pues deviene una de las constantes deficiencias en el quehacer del sector. La legitimación de premisas políticas en las ideologías profesionales del gremio cienfueguero,

resulta consecuencia de la mediación de las políticas editoriales como reflejo de las estructuras de poder reflejadas en el orden mediático.

Ejercer el Periodismo deviene entonces modo de enfrentar la vida, de contribuir al perfeccionamiento humano, y social, pero desde visiones sesgadas. Tales cualidades denotan la magnitud de los preceptos éticos y morales de los periodistas cubanos, más allá de respaldos institucionales y códigos deontológicos. El tópico devino objeto de disyuntivas interesantes.

4.4.2 Ética periodística, insatisfacciones y confluencias

Los instrumentos deontológicos respaldan los conflictos y regulan los comportamientos morales de los trabajadores, pocas labores pueden violar las normativas dispuestas. Sin embargo, el gremio periodístico posee vacíos en este sentido, a juicio de los entrevistados.

Desde una primera percepción, fundamentada con exclamaciones casuales de desconocimiento ante la interrogante, se reconoció la poca validez del Código de Ética de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) en el *CINCO de Septiembre*. Los cuestionarios consolidaron tal criterio con las respuestas en blanco de algunos; la sincera expresión sobre ignorar todos los parámetros del documento en un caso, y el argumento sobre la devaluación de este en los procesos productivos de los medios de prensa.

Pese a la visible invalidez práctica del instrumento, el fenómeno no se muestra de manera generalizada, varios de los encuestados correspondieron sus respuestas con los lineamientos más sobresalientes e importantes del texto regulador. Sin embargo, ninguno expuso de forma eficaz lo planteado en el documento, ello evidencia el predominio de una concepción empírica sobre tales valores, entronizados en los periodistas a través de la práctica.

Uno de los encuestados plantea la insuficiencia y poca legitimidad de las regulaciones deontológicas en el contexto actual, sobre ese elemento se encausaron todas las respuestas durante el debate.

No es el documento que te defienda a ti de nada, en cualquier parte del mundo el código de ética es la defensa que tiene el periodista ante determinado trabajo, para cuando publicas algo polémico, te puedas respaldar de su repercusión con él. Sinceramente, aquí se manejan más los lineamientos de la política económica del PCC, y las orientaciones políticas ideológicas, que el propio código de ética, y a la hora de defender un material periodístico dependes mucho de la valentía y la disposición de los directivos para apoyarte. Hoy puedes hacer el mejor trabajo del mundo, y ganar un gran premio que si sencillamente a un censor no le gustó, tu trabajo no funciona, y puedes ser sancionado haciendo el mejor Periodismo. Sencillamente, no existe, no está al alcance, y no se respeta, no constituye un arma para defenderte

(Reyes, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

Paradójicamente, el enfoque anterior enfila el análisis hacia las diferencias existentes entre los procesos de autorregulación y regulación en la prensa cubana. Al entenderse la prensa como parte del sistema político y económico, se ha perfilado el accionar de los medios desde organismos externos que no conocen el objeto social de los profesionales de la comunicación.

Para el profesor cubano Julio García Luis (2004), *en la actualidad predominan los métodos de regulación externa a los medios, especialmente en la forma de dominio administrativo sobre la información.*

La comprensión del estudioso apunta hacia el exceso de regulación exógena, y no endógena de la prensa en Cuba, como una disyuntiva que no permite visibilizar las dificultades y limitaciones desde adentro. De ahí la precaria credibilidad y legitimidad sentida por los periodistas.

Mientras el Código de Ética de la UPEC no esté respaldado por una Ley de Prensa será letra muerta, porque para dirimir todos los conflictos se debe poseer un respaldo legal, y así no exista temor a la equivocación, y si ocurre un riesgo de demanda se pueda responder correctamente ante un tribunal. Sin embargo, considero que esa ley va a contribuir más como respaldo para el ejercicio de la profesión, que como mecanismo de represión, pues sería un aliciente para realizar un Periodismo más profesional y con menos brecha para los errores (Castillo, grupo focal efectuado el 23 de marzo de 2013).

Esta situación ha calado en el posicionamiento social de la profesión ante los desafíos de los nuevos tiempos. El sistema de organización de la prensa desde el orden interno ha carecido de apoyaturas conceptuales para impedir la mediación de las políticas que han limitado las agendas mediáticas, en respuesta a estas disonancias, las transformaciones sociales se han ido muy por delante al reflejo en la prensa.

Los periodistas de mayor tiempo en la profesión demuestran un dominio un poco más exhaustivo del código deontológico, pero las nuevas generaciones carecen de conocimientos elementales. Muchos de ellos inculpan a la UPEC por no preparar, como organización gremial, los espacios para discutir y conocer las premisas éticas del sector.

A pesar de que la investigación no pretendió profundizar en el papel fundamental de la UPEC en los días de hoy; la falta de autonomía ante las nuevas necesidades del sector y la carencia de solidez como una organización que reúne a profesionales con una elevada responsabilidad social, se evidenciaron entre las demandas de los periodistas del medio.

Si bien esta entidad, funge como principal vía para aunar a los periodistas en aras de diversos y coyunturales intereses profesionales, se necesita un papel más activo y definitorio de la organización ante las inquietudes e incapacidades de sus integrantes.

La problemática ética posee aristas multifacéticas, aunque la falta de legitimación del instrumento constituye una verdad consolidada, también se requiere del interés de los principales perjudicados por conocer los respaldos profesionales ante los siempre posibles conflictos de la labor. En algunos sitios web sobre Periodismo cubano, el Código de Ética de la UPEC contiene la opción de descarga para el consumo personal.

Sin embargo, todos los periodistas presentes en el grupo focal refieren la poca solidez de los preceptos por el documento cubano.

Cuando lees el Código de Ética de la UPEC percibes que no te puede representar, todo es muy general, muy ambiguo, analizas lo referido al tratamiento con las fuentes, y se ve en apenas dos artículos, no hay nada que particularice, que te pueda dar las herramientas para enfrentar un problema. Cuando tú vas con esos postulados a defenderte con alguien, a mi me da la impresión de que se van a reír de mí, porque son palabras vacías sin contenido alguno (Pires, grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013)

En este sentido, la mayoría considera en relación con el tema, que colegas de otros medios no respetan por igual el trabajo de los reporteros del Periódico.

Muchas veces oímos y vemos, nuestros trabajos publicados por otras personas, y yo particularmente no conozco las vías por las cuales pueda reclamar. Muchas veces uno sabe que esa noticia solamente la tiene uno porque consultó esa fuente y después la ves replicada en los demás medios, y ni te citan, y creo que eso atenta muchísimo, nunca se hacen talleres para debatir el tema del código de ética, ni nada por el estilo (Pérez, en grupo focal efectuado el 22 de marzo de 2013).

El periodista y académico García Luis (2004) ofrece una óptica particular sobre los desafíos principales para el logro de una estructura más funcional en el sistema de medios,

un funcionamiento equilibrado de la prensa, que combine la dirección política estratégica del Partido, el replanteo del balance de autoridad entre los medios y las fuentes de información, y la autorregulación interna de los medios, con énfasis en la participación activa de los colectivos de periodistas, podría lograr que la prensa se articule y trabaje como un subsistema del sistema político, desarrolle la interdependencia con éste y con todo el conjunto del sistema social, y potencie aún más su papel como vehículo del diálogo social, la educación, la información y la regulación de toda la sociedad.

Cuando en el país, el llamado hacia una prensa alejada de los vicios de antaño, sin secretismos, y sin la

burocracia informativa, constituye el patrón de perfeccionamiento para las inconformidades, no existen las herramientas necesarias a fin de permitir una amplia participación en la gestión mediática desde los niveles más bajos.

El funcionamiento y la autorregulación del Periodismo requieren de una perspectiva más abarcadora que implique una dinámica desde la base pero enfocada hacia la sociedad, en un proceso de reflexión y acción entre la prensa y todas las instancias sociales que conforman el entramado superestructural de la nación.

Las actuales regulaciones éticas en el Periodismo cubano contribuyen al ensanchamiento del abismo entre el pueblo y la práctica periodística, cercenan el desarrollo de un quehacer periodístico más atractivo, acallan las voces de la diferencia y la diversidad de criterios.

Hoy se sumerge a los profesionales del gremio en un laberinto difuso, donde la revolución de ideas y pensamientos, no acompaña la revolución propia del sistema político. Falta ampliar los horizontes profesionales, y las mentalidades ancladas en el conservadurismo temeroso de algunos dirigentes relacionados al sector.

Las palabras de Raúl Castro Ruz en la inauguración del VI Congreso del PCC, replantearon el llamado hacia dejar atrás el hábito del triunfalismo, la estridencia y el formalismo, para formular el debate, promover la cultura nacional y los valores cívicos en la sociedad. Sin embargo, las orientaciones de los líderes de la Revolución, no han logrado materializarse ni en instrumentos prácticos, ni en la variación de las mentalidades que lastran la práctica periodística.

Acortar las distancias entre la realidad, y las demandas del público, acompañar con la misma intensidad las proyecciones socioeconómicas y transformacionales de la nación, para que los receptores se sientan protagonistas de los procesos, debe constituir premisa de la prensa de hoy. Los retos emergen desde el logro de herramientas que reconstruyan a partir de una perspectiva micro y hacia la consonancia macro social de los fenómenos profesionales, los mecanismos tanto internos como externos para la regulación de las competencias en el sector.

Pudiera hablarse también de una decadencia de la prensa como aparato ideológico del Estado, pues las opiniones versan sobre la crítica hacia él, pero más bien se requiere superar la concepción instrumental que padece de tonalidades grises y oficialistas en la construcción de la realidad, para promover la versatilidad, la independencia de criterios, y la confianza en los procederes.

La crisis de legitimidad del gremio, cobra magnitud ante la consideración de que el Periodismo en

Cuba se percibe como un campo de acción, pero no quizás tan autónomo, pues aún necesita legitimar modelos de referencia desde la teoría y la práctica para ganar influencia social y participación desde el poder.

CONCLUSIONES:

Los principios que fundamentan las ideologías profesionales de los periodistas del *CINCO de Septiembre* parten de las experiencias y creencias emergidas de un órgano de prensa provincial. En el periódico de Cienfuegos, la rutina productiva mediada por regulaciones externas es determinante.

- Las ideologías profesionales en el *CINCO de Septiembre* develan una crisis de legitimidad a causa del exceso de centralización política.
- Durante la fase de recogida del material informativo se percibió la desmotivación y el desacuerdo de los periodistas del semanario con el proceso de mediación externo en la organización. Como parte de esta fase, la determinación del Partido en la conformación del dietario, y las limitaciones de las fuentes influye en los periodistas a través de una concepción malformada sobre la función social de su labor, que aniquila iniciativas creadoras y debilita la noticiabilidad de la mayoría de los trabajos. Para los periodistas, el descrédito de los medios de comunicación ante la sociedad, radica en el desequilibrio entre la evolución social y el reflejo en la prensa.
- El proceso de selección del material informativo en el *CINCO de Septiembre* sobresale por la articulación entre las disposiciones del PCC emergidas de la fase de recogida, y las iniciativas de los periodistas. Las incidencias de esta fase sobre las ideologías profesionales se materializan en el reconocimiento de una eficiente autorregulación autónoma en la jefatura de información y de las páginas de Deporte y Cultura, pero tampoco suficientes, pues sobresale la necesidad de implementar mayor participación de los periodistas en la selección del material informativo, se destaca además, la influencia de presiones políticas externas (tematización). Es en esta fase donde se concretan también las limitaciones de índole interna que influyen en las manifestaciones de una crisis ideológica profesional de los periodistas.
- Entre los criterios de noticiabilidad utilizados en el semanario, se implementa en un primer lugar, la proximidad geográfica como resultado del interés en lograr un periódico auténticamente cienfueguero, además de la novedad, la magnitud y jerarquía de personajes implicados y la originalidad. Como tipificación elemental del medio, destaca el balance de temáticas a causa de la mediación de los intereses de la política editorial.
- La influencia de los factores externos en el proceso productivo del *CINCO de Septiembre* se evidencia a través del exceso de regulación exógena implementado desde los mecanismos

institucionalizados por el poder político para los medios de comunicación. La delimitación de intereses, líneas temáticas, prioridades y documentos orientadores ha determinado una falta de consenso en los periodistas del semanario, traducida en el divorcio entre el deber ser y el ser de la profesión en la actualidad. Como consecuencia, se malinterpreta el régimen de propiedad social de la prensa, con la completa estatalización de esta, tal noción incide en la necesidad de crear respaldos legislativos y éticos para los medios, como reflejo de una articulación más adecuada entre el sistema político-social y el sistema mediático.

- La influencia de los factores internos en el proceso productivo del *CINCO de Septiembre* demuestra la existencia de limitantes al interior del semanario cienfueguero. Las debilidades en la organización y el funcionamiento de algunos departamentos y la carencia de instrumentos reguladores desde la dinámica interna (espacios de retroalimentación, consejos editoriales sistemáticos, normas de redacción y política editorial) dificultan una mayor participación en la gestión mediática.
 - ✓ La socialización ha determinado un componente importante de adaptabilidad hacia los problemas, que influye en la realización de buenos trabajos, y la articulación de valores profesionales y humanos.
 - ✓ El importante despegue de autorregulación con la autonomía de los directivos, el apoyo sentido por los periodistas en la organización cienfueguera, y el creciente nivel de profesionalización en el medio, permite deducir que la mayor problemática no reside en la regulación a lo interno del proceso editorial sino en la influencia del nivel institucional extramediático visible en la rutina productiva.
- Las ideologías profesionales del *CINCO de septiembre* se caracterizan por la inconformidad con los lastres y cánones que median hoy el Periodismo. A pesar de los logros del medio en este sentido, el oficialismo influye negativamente.
- Las ideologías profesionales en el *CINCO de Septiembre* se hallan en estado de conformación y consolidación a causa de la inminente necesidad planteada por los periodistas de catalizar las aspiraciones intrínsecas a la profesión. Por tanto, el fortalecimiento de estas, depende de una interrelación más articulada entre el sistema político y el sistema social, que potencie una independencia sin antagonismo, y fortalezca el diálogo con la sociedad, la educación, el análisis y la información.

RECOMENDACIONES:

A partir de los resultados obtenidos, se recomienda al Departamento de Periodismo de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas:

- ◆ Promover la línea de investigación sobre el Campo profesional, en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.
- ◆ Proponer la realización de estudios sobre las ideologías profesionales en los demás medios de la provincia de Cienfuegos, a fin de complementar y ampliar los resultados de la presente investigación.
- ◆ Promover un estudio de recepción del periódico *CINCO de Septiembre*, en aras de conocer el nivel de aceptación del pueblo hacia el semanario, y en segundo lugar, caracterizar el proceso de recepción del periódico.

Al medio de prensa:

- ◆ Compartir y debatir los resultados de la investigación en el medio de prensa, con la dirección de la UPEC de la provincia, y el Departamento Ideológico del PCC.
- ◆ Fortalecer los mecanismos de autorregulación interna (normas de redacción, conocimientos sobre el Código de Ética de la UPEC) para perfeccionar el trabajo profesional en el medio.
- ◆ Fortalecer los espacios de retroalimentación al interior de la rutina productiva para facilitar la comunicación y la participación en la gestión mediática. (Entre ellos, los consejos editoriales).
- ◆ Promover el estudio, vinculación y retroalimentación con el pueblo, como espacio de socialización, intercambio e influencia en el reconocimiento de intereses sociales.

BIBLIOGRAFÍA:

Bibliografía citada:

Alsina, M. (1993) *La construcción de la noticia*. Barcelona, Ediciones Paidós, S.A.

Althusser, L. (1970) “*Los aparatos ideológicos del Estado*” en *Universidad Complutense de Madrid. Proyecto Crítico de Ciencias Sociales. Grupo de Investigación*, [Internet] Disponible en: http://www.ucm.es/info/eurotheo/e_books/althusser/index.html [Consultado el 28 de septiembre de 2012]

Benassini, C. (2002) “*El imaginario social del comunicador*” en *Razón y palabra*, [Internet] No. 25 disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n25/cbenassini.html> [Consultado el 12 de noviembre de 2012].

Berger, P. Y T. Luckmann (1995) *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Amorrortu editores.

Bisbal, M. (2005) “La nueva era y el comunicador social: el resentimiento entre la 'razón identificante' y la 'razón instrumental' ¿Desde dónde pensamos el problema?” en *Diálogos de la comunicación* [Internet] disponible en: http://www.google.com/cu/urlsa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CDEQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.dialogosfelafacs.net%2Fwp-content%2Fuploads%2F2012%2F01%2F62-revista-dialogos-la-nueva-escena-y-el-comunicador?-social.pdf&ei=NAJvUZCjIInFswatjIGYAw&usg=AFQjCNHvjXciXC_e0pDquO6zmEeTwVfOhQ&bv m=bv.45368065,d.Yms [Consultado el 12 de noviembre de 2012].

Calzadilla, I. (2005) *La nota*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.

Cervantes, C. (1995) “¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística?” en *Comunicación y Sociedad (DECS, Universidad de Guadalajara)*, No. 24 [Internet] Disponible en: <http://www.comunicacionysociedad.com>

www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/.../97-125.pdf [Consultado el 12 de noviembre de 2012].

de León, S. (1996) *La construcción del acontecer. Análisis de las prácticas periodísticas. Departamento de estudios de Comunicación Social (DECS) de la Universidad de Guadalajara. México*

Estrada, I. (1994) *Retóricas, astucias y convenciones. Ideologías profesionales de los periodistas. La Habana, Editorial Ciencias Sociales.*

Faundes, J. (2006) “El rol de los periodistas y su marco ético” en *Sala de Prensa, Año VII, Vol. 3* [Internet] Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art656.htm>[Consultado el 26 de septiembre de 2012].

Foucault, M. (2004) *Estrategias de poder. Selección de Lecturas. Tomo I. Ediciones M. Muguercia, La Habana. Editorial Caminos.*

Fuentes, R. (2008) “En prácticas profesionales de la comunicación. Caracterización y perspectivas de desarrollo ante la crisis” *Researchgate* [Internet] disponible en: <http://www.researchgate.net/publication/27389361> Prcticas profesionales de la comunicacin. Caracterizacin y perspectivas de desarrollo ante la crisis [Consultado el 26 de septiembre de 2012].

García, J. (2004) *La regulación de la prensa en Cuba: referentes morales y deontológicos. Tesis de doctorado. Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana.*

Gomis, L. (1991) *Teoría del periodismo. Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, S.A.*

Guadarrama P. (2002) “Filosofía y Sociedad” Tomo I. La Habana. Editorial Félix Varela.

Hernández, M.E (1995) *La producción noticiosa. México, Universidad de Guadalajara, Aldea Global*

S.A de C.V.

Hernández, M.E (1997) “La sociología de la producción. Hacia un nuevo campo de investigación en México” en *Comunicación y sociedad* (DECS, Universidad de Guadalajara) [Internet] No.30 disponible en:

http://www.google.com.cu/url?sa=t&rct=j&q=Hern%C3%A1ndez%2C%20M.E%20%281997%29%20%2C%A8La%20sociolog%C3%ADa%20de%20la%20producci%C3%B3n.%20Hacia%20un%20nuevo%20campo%20de%20investigaci%C3%B3n%20en%20M%C3%A9xico%20A8&source=web&cd=2&cad=rja&ved=0CDYQFjAB&url=http%3A%2F%2Fcinco.mty.itesm.mx%2Fimagen%2FTexto_3.doc&ei=G3rDULmgBoHY0QH334HYBg&usg=AFQjCNH1ibqBzcHdztVXXm21iOCTBqO_0g

[Accesado el 26 de septiembre de 2012].

Humanes, M.L (2009) “Evolución de roles y actitudes. Cultura y modelos profesionales del periodismo” en *TELOS. Cuadernos de comunicación e innovación*. [Internet] enero-marzo 2003 N° 54 Segunda Época Disponible en:

<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo=3&rev=54.htm> . [Consultado el 26 de septiembre de 2012].

Lalinde, A.M. (1992) “La selección de la noticia: evidencia de ideologías profesionales” en *Signo y pensamiento* [Internet] No. 20. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3262> [Consultado el 26 de septiembre de 2012].

Lenin, V. (1979) *Acerca de la prensa*. Moscú, Editorial Progreso.

Martín-Barbero, J. (2008) “De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía”. La Habana .Editorial Pablo de la Torriente.

Martini, E. (2000) “Periodismo, noticia y noticiabilidad” en *Nombre falso, comunicación y sociología de la cultura*. [Internet], disponible en http://aulavirtual.uji.es/pluginfile.php/1748343/mod_resource/content/1/ARTICULO_CRITERIOS_NOTICIABILIDAD_Stella_Martini.pdf [Consultado el 26 de septiembre de 2012].

Martin, M. (1993) “La producción social de la comunicación”. Madrid, Alianza Editorial S.A

Marx, C. y F. Engels (1959) *La ideología alemana*. Montevideo, Ediciones Pueblo Unidos.

Mellado, C. (2009) “Evolución del campo ocupacional y académico del periodista latinoamericano: lógicas de mercado y esquemas de formación” en *Redalyc.org* [Internet] disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31012510002> [Consultado el 26 de septiembre de 2012].

Pérez, M.S (2002) “Muchos oyen pero pocos escuchan: el papel de los medios en la formación de la opinión pública y la realidad” en *Global Media Journal*, Edición Iberoamericana. [Internet] Volumen 3, Número 5 disponible en: <http://gmje.mty.itesm.mx/perez.htm> [Consultado el 26 de septiembre de 2012].

Reyes, L. (2003) *Manual de fuentes de información*. La Habana, Editorial Pablo de La Torriente.

Red Gráfica de Latinoamérica (2010) “Fluye el trabajo, fluye la productividad” en Red Gráfica de Latinoamérica [Internet], disponible en: http://www.elprisma.com/apuntes/ingenieria_industrial/conceptosdeproduccion/

Ribas, C. (2002) “El periodismo científico y su relación con el proceso de producción de las noticias en los medios de comunicación de masas” [Internet], disponible en: www.euskomedia.org/PDFAnlt/mediatika/08/08499522.pdf [Consultado el 14 de septiembre de 2012].

Ricardo, R. (2002) “Detrás de la fachada” en *mesadetrabajo* [Internet], disponible en: <http://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110607-detras-de-la-fachada.php>:> [Consultado el 3 de octubre de 2012].

Rodríguez, P. (1994) *Periodismo de investigación: técnicas y estrategias*. Ciudad de La Habana, Editorial Pablo de la Torriente Brau.

Salaverría, R. Y J. García (2008) “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo” en *Trípodos* [En línea] No. 23, disponible en: http://www.google.com/cu/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&ved=0CDkQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.raco.cat%2Findex.php%2FTripodos%2Farticle%2Fdownload%2F118910%2F154114&ei=v6dwUYTCDMastAbywYCYDQ&usg=AFQjCNFZ7DyI_zFV8WgUIDJ1AsorGbiqKw&bvm=bv.45373924,d.Yms [Consultado el 26 de septiembre de 2012].

Santillán, J. (2004) “Los periódicos, protagonistas del cambio político” en *Sala de prensa*, No. 72, Año VI, Vol. 3, [Internet] Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art566.htm>

Sopena, J. (2008) “El fenómeno de la opinión pública: líneas de investigación en Europa” en *Ruta*, Revista universitaria de Treballs Acadèmics, Universidad Autònoma de Barcelona. [Internet] Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2662372>

Shoemaker, P y Reese. S. (1994) *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México. Editorial Diana

Thompson, J.B (2008) *Ideología y cultura moderna*. Tomo I. La Habana, Editorial Félix Varela.

Tuchman, G. (1980) *La objetividad como ritual estratégico. Un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas*. Barcelona, Editorial Gustavo Gilli SA.

Van Dijk, T. (1996) “Opiniones e ideologías en la prensa” en *Voces y culturas* [Internet] No. 10 II Semestre. Disponible en: <http://www.google.com/cu/url?sa=t&rct=j&q=an+T.+%281996%29+Opiniones+e+ideolog%C3%ADas+en+la+prensa+en+Voces+y+culturas&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CC4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.discursos.org%2Foldarticles%2FOpiniones%2520e%2520ideolog%25EDas%2520en%2520la%2520prensa.pdf&ei=gH3DUJStOoOA0AGPqoHYDA&usg=AFQjCNH-D2-Bvevh4pEXHdAF> - 6 6tw-w [Consultado el 28 de septiembre de 2012]

Vejerano, J. (comp.) (1985) *Gramsci y la izquierda europea*. Fundación de investigaciones marxistas. Dpto. de Ciencia Política y de la Administración III. Facultad de CC.PP. y Sociología. Universidad

Complutense.

William, R. (2000) *Marxismo y Literatura*. Selección de Lecturas. Sociología de la cultura. Departamento de Sociología, en Colectivo de autores. Universidad de La Habana.

Wolf, M. (2005) *La investigación en la comunicación de masas*. La Habana, Editorial Félix Varela.

_____ (1991) “Tendencias actuales del estudio de los medios” en *Diálogos de la Comunicación* [Internet], No. 30 disponible en: <<http://www.dialogosfelafacs.net/articulos/pdf/30MauroWolf.pdf>> [Consultado el 2 de enero de 2009].

Bibliografía consultada:

Alonso, M.M. y Saladrigas, H. (2002) *Para investigar en comunicación social. Guía didáctica*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.

de Fontcuberta, M. (1993) *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Buenos Aires, Editorial Paidós.

Martín, J. (2008) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. La Habana. Editorial Félix Varela.

Orientaciones del Partido Comunista de Cuba para aumentar la eficacia informativa de los medios de prensa. Resolución No. 2 del 2001

Orientaciones del Partido Comunista de Cuba para aumentar la eficacia informativa de los medios de prensa. Resolución No. 85 del 2005

Sampieri, R. (2006) *Metodología de la Investigación*. Editorial Félix Varela, La Habana.

Tesis y Resoluciones del 1er Congreso del PCC. La Habana, Editado por el Departamento de Orientación Revolucionaria del Comité Central del PCC.

Thompson, J.B (2008) *Ideología y cultura moderna*. Tomo II. La Habana, Editorial Félix Varela.

Van, T. (2000) *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona. Editorial Paidós.

ANEXOS:

Anexo #1

Las nociones relacionadas con la ideología han trascendido según las manifestaciones del pensamiento humano de diferentes épocas históricas.

Pablo Guadarrama⁴⁸ se refiere a la existencia del componente ideológico mucho antes de lograr validez teórica; al respecto argumenta que *las culturas antiguas ni siquiera se percataron del todo que filosofaban con culpabilidad ideológica. Lógicamente el hecho de que no tomaran conciencia del componente ideológico de sus reflexiones, no significa en modo alguno que este estuviese ausente en ellas* (Guadarrama, 2002, p. 82).

Filósofos de otras épocas también mostraron interés por el fenómeno, para Francis Bacon *el espíritu humano, es una cosa variable, sujeta a toda clase de perturbaciones y casi a merced del momento* (Bacon, 1949; citado en Guadarrama, 2002, p. 83).

En medio de la Revolución francesa las doctrinas de De Tracy constituyeron estandarte y especulación. Tales preceptos sirvieron a Napoleón Bonaparte para acusar a los famosos ideólogos de intervenir en el Estado y las leyes a través de la ideología considerada por él, una metafísica oscura.

Para Guadarrama (2002) la toma de conciencia del componente ideológico en el discurso filosófico resulta un producto de la modernidad. En tal sentido coincide John B. Thompson⁴⁹ (2008) para quien el fenómeno lleva implícito los ideales de la Ilustración y las turbulencias políticas que signaron el comienzo de esta nueva demarcación histórica.

Otros matices adquirió el término en tiempos de Karl Marx y Federico Engels. En el texto *La ideología alemana* los autores materializaron el descrédito hacia los seguidores de Hegel, Feuerbach y otros idealistas en torno al tema.

Marx y Engels combaten la sobreestimación de sus predecesores hacia las ideas y la incapacidad de ver la relación de estas con las condiciones sociohistóricas. Al respecto señalaban el error de *considerar las concepciones, los pensamientos, las ideas, de hecho todos los productos de la conciencia, a la que atribuyen una existencia independiente, como las verdaderas cadenas de los hombres* (Marx y Engels 1959, p.37).

48 Académico Titular de la Academia de Ciencias de Cuba. Doctor en Ciencias y Doctor en Filosofía. Profesor Titular de la Cátedra de Pensamiento Latinoamericano de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.

49 Catedrático de Sociología en la Universidad de Cambridge y miembro de la junta directiva del Jesus College, Cambridge.

Las investigaciones actuales niegan la superficialidad de considerar el componente ideológico como falsa conciencia en los escritos de ambos filósofos, más bien se trata de comprender la forma ilusoria en que se representan las relaciones de clase al término de falsearse y coincidir con el interés de la clase dominante.

El entendimiento de dichas nociones en una analogía que simboliza el enfrentamiento crítico a la especulación. De esta manera plantean que *si en toda ideología los hombres y sus relaciones aparecen invertidos como en la cámara oscura, este fenómeno responde a su proceso histórico de vida* (Marx y Engels, 1959, p. 14).

Más adelante, las revisiones del marxismo aportaron nuevas proyecciones que evolucionaron la discusión en torno a la ideología. Louis Althusser⁵⁰ en *Ideología y aparatos ideológicos del Estado* analiza los propios progresos del marxismo y agrega los elementos que estos implican.

El autor alude a una realidad evidente en la teoría sobre el Estado, la existencia de aparatos ideológicos y entre ellos incluye a la prensa, la radio y la televisión como realidades adoptadas bajo la forma de instituciones (Althusser, 1970).

Althusser parte de dos denominaciones categóricas, la existencia de un aparato represivo de Estado y de aparatos ideológicos para dirigir una sociedad. Sin embargo, ambos presentan una diferencia crucial en lo referido a sus funciones, el primero ejerce el poder a través de la violencia y el segundo a través de la ideología, a pesar del entrecruzamiento sutil de sus métodos en ciertas ocasiones (Althusser, 1970).

Por primera vez se discute la validez de los medios de comunicación como sostenes ideológicos de las diferentes formaciones económicas-políticas-sociales en la historia de la humanidad. Tales aportaciones anticipan las premisas del estudio de las mediaciones en el discurso de los sistemas comunicativos.

Desde otra perspectiva, la visión de Gramsci⁵¹ sobre ideología se mantiene en los predios del pensamiento marxista y resalta su relación privilegiada con la práctica. En *Cuadernos desde la cárcel* plantea que *las ideologías son construcciones prácticas, son instrumentos de dirección política, son una realidad objetiva y operante, pero no son el motor de la historia, de ahí todo.* (Gramsci, 1960; citado en Vejerano, 1985, p. 230)

50 Filósofo marxista. Considerado además estructuralista.

51 Intelectual y filósofo, se inscribe en la tendencia de revisión al marxismo.

La materialización de la ideología en las circunstancias sociales e históricas significó reconocer la inserción de estas en los aparatos que modelan la sociedad. A tono con ello la ideología para Gramsci se revela como orgánica pues constituye el terreno donde los hombres revierten su lucha y adquieren conciencia de su papel en la sociedad.

Juan Trías Vejerano⁵² se refiere a la superioridad de las concepciones de Gramsci en cuanto a la naturaleza material de la ideología, su existencia en las formaciones económico-sociales y su función como productora de sujetos y voluntades colectivas al analizarla como un proceso de conocimiento presente en la superestructura (Vejerano, 1985).

Para Jhon B. Thompson, *ideología es un sistema de representaciones para mantener las relaciones existentes de dominación de clase al orientar a los individuos hacia el pasado más que hacia el futuro, o hacia imágenes o ideales que ocultan las relaciones de clases y la búsqueda colectiva del cambio social* (Thompson, 2008, p.58).

Alejadas del enfoque marxista, otras disciplinas científicas analizaron los tradicionales conceptos y concretaron nuevas visiones. Karl Mannheim⁵³ se interesó desde la Sociología por estudiar las condiciones sociales del conocimiento y el pensamiento.

En este nuevo programa, la ideología se refiere en esencia a sistemas de pensamiento o ideas que se sitúan socialmente y se comparten colectivamente; un análisis ideológico es el estudio de la forma en que estos sistemas de pensamiento o ideas reciben influencia de las circunstancias sociales e históricas en las que se sitúan (Thompson, 2008, p.71).

52 Investigador cubano, especializado en el área de Pensamiento político-social contemporáneo.

53 Importante sociólogo europeo.

Anexo # 2**Premios en concursos y eventos nacionales y provinciales**

Concursos	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012
ACLIFIM- UPEC	1	1			
1ro de Mayo CTC	-	1	1		1
Iberoamericano de Género y Com.	1		1		
26 de Julio UPEC	1		1	1	1
Festival de la Prensa Escrita		1			
Evento regional G. y Comunicación S.S.			1		2
Gilberto Caballero					3
Premios Nacionales y provinciales de periodismo	-				1
Concurso Nacional de Periodismo Económico	1				1
Concurso Provincial Periodismo Cultural	1				
ANCI-UPEC			1		
Periodismo Deportivo	1	1		1	2
Crónica Miguel Ángel de la Torre				1	

Anexo # 3

**Cuestionario para directivos del semanario *CINCO de Septiembre*
Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas**

El siguiente cuestionario forma parte de una investigación para una tesis de grado, se le agradecerá que responda las preguntas lo más sinceramente posible. Gracias por su paciencia y atención.

1- Graduado de Periodismo: Sí___ No___

Si no lo es, cuál es su especialidad _____

Años de experiencia como periodista_____

Años de experiencia en la prensa escrita_____

Edad_____

Pertenece a alguna organización política del país: Sí_____ No_____

Especifique a cuál_____

2- ¿Qué particularidades cree que distingan el desarrollo de las rutinas productivas del *CINCO de Septiembre* con relación a otros semanarios del país?. Seleccione la (s) respuesta (s) más acertada.

Calidad de los contenidos_____

Profesionalidad de sus trabajadores_____

Diseño gráfico_____

Calidad de las fotografías_____

Jóvenes egresados con nuevas perspectivas_____

Variedad de géneros en las páginas_____

Práctica del Periodismo de investigación_____

Supervisión de los contenidos por parte de entidades superiores_____

Autonomía en el tratamiento de temas polémicos_____

La crítica periodística_____

Profesionales experimentados _____

Otras ¿cuáles?_____

3- Exponga a su criterio tres razones por las cuáles la actualización de las Normas de redacción del medio aún no se ha culminado.

4- Qué entiende usted por política editorial.

5- ¿Qué temas se norman actualmente como política editorial para el *CINCO de Septiembre*?

6- ¿En qué medida las orientaciones dadas a los medios por parte del Departamento Ideológico del PCC resultan productivas para el medio? Responda en una escala del 1 al 10.

Respuesta _____

Simbología para la respuesta:

Del 1 al 3- Poco productivas

Del 4 al 6- Medianamente productivas

Del 7 al 8- Productivas

Del 9 al 10- Muy productivas

7- Identifique cuáles son los aspectos con mayores problemas organizativos que inciden en la rutina productiva del medio. Argumente el por qué en no menos de tres líneas.

Diseñadores _____

Correctoras _____

Periodistas _____

Administración _____

Fotógrafos _____

8- ¿Cómo valora los flujos de comunicación y las relaciones de jerarquía entre sus subordinados y usted? Especifique en no menos de cinco líneas.

9- Defina tres cualidades positivas y tres negativas que distinguen al equipo editorial del *CINCO de Septiembre*.

Positivas

Negativas

10- De los móviles que se relacionan a continuación, ¿cuáles considera usted que influyen en la motivación hacia su labor como periodista en el *CINCO de Septiembre*?

Estimulación moral _____

Estimulación salarial _____

Interés personal _____

Satisfacción personal _____

Reconocimiento público_____

Interés del medio de prensa en su trabajo profesional_____

Ninguno_____

11-¿Cuál es para usted el rol fundamental que debe jugar un medio de comunicación? (Numere hasta tres opciones en orden de importancia)

a. Intérprete de los hechos ____

b. Crítico de la sociedad ____

c. Difusor imparcial de las noticias____

d. Guardián de los derechos de la población____

e. Movilizador de los ciudadanos hacia tareas y actividades sociales____

f. Orientador ideológico de las masas____

g. Educador del pueblo____

h. Mediador entre las instituciones y los ciudadanos y entre los diversos grupos sociales____

i. Otro ¿cuál?_____

12- Considera que el *CINCO de Septiembre* constituye un buen ejemplo de Periodismo. Argumente su respuesta con dos razones.

Sí____ No____ Parcialmente_____

13- Organice acorde a su percepción y vivencias personales, cuáles son las dificultades que afronta el *CINCO de Septiembre* en la actualidad.

14-Organice numéricamente las presiones afrontadas por el *CINCO de Septiembre* en la cotidianeidad.

Presiones de las fuentes de información____

Presiones de las instituciones políticas____

Presiones de las organizaciones a las que pertenece____

Presiones de la institución donde labora____

Presiones de su jefe inmediato superior____

Presión ante el cierre de edición_____

15- ¿Posee usted conocimiento sobre el Código de ética de la UPEC?. Acorde con ello, escriba tres de las normativas que recuerde.

16- De los valores noticias que a continuación se relacionan, ¿cuáles prioriza el *CINCO de Septiembre* en sus publicaciones?

Novedad____ Proximidad geográfica____ Magnitud y jerarquía de personajes implicados____

Imprevisibilidad, originalidad_____

Gravedad e importancia de un acontecimiento_____

17- A continuación le ofrecemos algunas situaciones, marque con la letra correspondiente su posición ante alguna de ellas.

a. Está de acuerdo b. Parcialmente de acuerdo c. En desacuerdo d. No tengo opinión

. Un medio de prensa debe reflejar todo tipo de situación de importancia social aunque esta genere polémica _____

. Ocultar la verdad o parte de ella es mentir_____

. Un medio de comunicación debe ocultar información si esta perjudica al país_____

. Un medio de comunicación debe revelar la fuente que ofreció información anónima si se ve obligado por presiones de algún tipo_____

. Un medio de prensa puede ocultar una información si ésta puede ocasionarle problemas personales_____

. Un medio de prensa debe realizar una contrastación adecuada de las fuentes para contribuir a la objetividad periodística en los trabajos investigativos a publicar_____

. Un medio de prensa debe priorizar siempre la perspectiva oficial de las fuentes en sus materiales periodísticos_____

19-La prensa escrita es un importante medio para la orientación, información y movilización de las masas.

¿Cuál considera sea la función social del *CINCO de Septiembre*?

Cuestionario para periodistas del semanario *CINCO de Septiembre*

Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas

El siguiente cuestionario es completamente anónimo, se le agradecerá que responda las preguntas lo más sinceramente posible. Gracias por su paciencia y atención.

1- Graduado de Periodismo: Sí___ No___

Si no lo es, cuál es su especialidad _____

Años de experiencia como periodista_____

Años de experiencia en la prensa escrita_____

Edad_____

Pertenece a alguna organización política del país: Sí_____ No_____

Especifique a cuál_____

2- ¿Se siente satisfecho con la estructura y organización del medio donde trabaja?

Sí___ No_____ Medianamente_____

En caso de que su respuesta sea negativa o medianamente, ofrezca tres razones que argumenten su respuesta.

3- ¿Se siente participe en la toma de decisiones relacionada con la rutina productiva del medio?

Sí___ No_____

4- ¿Siente que sus criterios e intereses periodísticos son valorados suficientemente por sus superiores?

Sí___ No_____

En caso de respuesta negativa, exponga el por qué.

5- ¿Considera que en las ediciones impresas semanales los materiales de su autoría son publicados en correspondencia con su productividad y en comparación con el trabajo de otros colegas del medio?. Seleccione la respuesta más acertada.

Sí___

No_____

Me publican en ocasiones_____

Me gustaría que prestaran más atención a mis productos comunicativos_____

En el nivel de selección se debería establecer un equilibrio más justo entre los periodistas_____

Debería existir más equivalencia debido a los sectores que encuentran más reflejo en la edición_____

6- Sobre la práctica periodística en el *CINCO de Septiembre*. ¿Cuenta con el apoyo del medio para publicar libremente sus intereses investigativos? Justifique su respuesta.

7- Señale con cuál de estas vivencias se identifica durante el proceso de revisión y corrección de sus trabajos.

Nunca reviso mis trabajos en las pruebas de planas_____

No reviso las correcciones, pues no se tiene en cuenta mi criterio_____

Siempre reviso, y entre ambas partes acordamos lo mejor para el trabajo _____

Nunca existe un acuerdo mutuo entre las partes, se subestima mi trabajo_____

Cuando me dirijo a revisar mi trabajo, arbitrariamente se cambiaron elementos importantes de mi estilo_____

Cuando un material mío está en fase de revisión, me llaman en caso de dudas y me consultan sobre los posibles cambios_____

Nunca me consultan para los cambios_____

8- ¿Siente que su trabajo es valorado por sus superiores?. Responda en una escala del 1 al 10 _____

Del 1 al 3- Poca satisfacción

Del 4 al 6- Medianamente satisfecho

Del 7 al 8- Satisfecho

Del 9 al 10- Muy satisfecho

9- ¿Considera que los trabajos dignos de resaltar por su calidad son reconocidos en la organización?.

Sí_____

Muchas veces los buenos trabajos pasan desapercibidos_____

A veces un jefe se acerca y te comenta cuánto le gustó un material, y eso estimula_____

La Comisión de Calidad de la institución juzga con certeza los buenos trabajos y eso es suficiente_____

La Comisión de Calidad se comporta de forma muy subjetiva y no realiza buenos procedimientos de reconocimiento_____.

Siempre destacan los mismos periodistas en el reconocimiento de los trabajos_____

10-¿ Considera que los periodistas deben tener más participación en la conformación del periódico?. Explícite de qué forma y por qué.

11- Considera que sus jefes superiores ubican ese puesto laboral por:

Profesionalidad_____

Diplomacia_____

Confiabilidad política_____

Capacidad de trabajo_____

Por sus cualidades como líder natural en la organización_____

Por sus resultados como profesional_____

Conveniencia de entidades superiores_____

12- Enumere cinco cualidades que debería poseer un cuadro de dirección en una organización periodística.

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

13- Resuma en tres palabras su valoración sobre las relaciones de jerarquía (jefes y subordinados) en el *CINCO de Septiembre*.

1. _____

2. _____

3. _____

14- ¿Considera válido los consejos editoriales en el *CINCO de Septiembre*?

Sí, constituye el espacio de retroalimentación con nuestros jefes _____

Es el mejor momento para ventilar inquietudes y participar activamente en el proceso editorial_____

No, son espacios vacíos donde se pierde el tiempo_____

Constituyen buenos espacios, pero no prima en ellos el respeto y la profesionalidad_____

Es el único momento en que somos escuchados en la organización_____

15- ¿Está usted conforme con la frecuencia en que se realizan los Consejos Editoriales?

Sí_____

No_____

Nunca debería efectuarse tal reunión_____

Debería efectuarse con más frecuencia_____

Pienso que todas las semanas debería hacerse tal reunión_____

Pienso que una o dos veces al mes debería cumplirse con la realización de este espacio_____

16-¿Se siente en armonía con la política editorial del medio de comunicación?

.Sí____ .No ____ .Parcialmente _____ .Siento que limita mi desempeño profesional_____

17- De los móviles que se relacionan a continuación, ¿cuáles considera usted que influyen en su motivación hacia su labor como periodista en el *CINCO de Septiembre*?

Estimulación moral_____

Estimulación salarial_____

Interés personal_____

Satisfacción personal_____

Reconocimiento público_____

Interés del medio de prensa en su trabajo profesional_____

Ninguno_____

18- ¿Cuál es para usted el rol fundamental que debe jugar un periodista? (Numere hasta tres opciones en orden de importancia)

a. Intérprete de los hechos ____

b. Crítico de la sociedad ____

c. Difusor imparcial de las noticias____

d. Guardián de los derechos de la población____

e. Movilizador de los ciudadanos hacia tareas y actividades sociales____

f. Orientador ideológico de las masas____

g. Educador del pueblo____

h. Mediador entre las instituciones y los ciudadanos y entre los diversos grupos sociales____

i. Otro ¿cuál?

20- Considera que el *CINCO de Septiembre* constituye un buen ejemplo de Periodismo. En caso de que su respuesta sea negativa, argumente con dos razones.

Sí____ No____ Parcialmente_____

21- Es el Periodismo cubano, un buen ejemplo de Periodismo. Qué elementos de su trabajo coadyuvan esa función.

22- Defina en tres oraciones cuál es en su opinión la imagen de un profesional verdadero del periodismo.

23- Se considera uno de ellos. Argumente su respuesta.

24- En orden de importancia ubique los rasgos de la profesionalidad que más respeta.

a. _____

b. _____

c. _____

d. _____

25. Organice acorde a su percepción y vivencias personales, cuáles son las dificultades que afronta en el quehacer diario del trabajo periodístico.

26. Organice numéricamente las presiones afrontadas en su labor como periodista.

Presiones de las fuentes de información _____

Presiones de las instituciones políticas _____

Presiones de las organizaciones a las que pertenece _____

Presiones de la institución donde labora _____

Presiones de su jefe inmediato superior _____

Presión ante el cierre de edición _____

27. A continuación le ofrecemos algunas situaciones, marque con la letra correspondiente su posición ante alguna de ellas.

a. Está de acuerdo b. Parcialmente de acuerdo c. En desacuerdo d. No tengo opinión

. Un periodista debe reflejar en la prensa todo tipo de situación de importancia social aunque esta genere polémica _____

. Ocultar la verdad o parte de ella es mentir _____

. Un periodista debe ocultar información si esta perjudica al país _____

. Un periodista debe revelar la fuente que ofreció información anónima si se ve obligado por presiones de algún tipo _____

. Un periodista puede ocultar una información si ésta puede ocasionarle problemas personales _____

. Un periodista no debe permitir variaciones en sus productos comunicativos para que este se apegue a la política editorial del medio_____

. Un periodista debe realizar una contrastación adecuada de las fuentes para contribuir a la objetividad periodística _____

. Un periodista debe incluir siempre la perspectiva oficial de las fuentes en sus materiales periodísticos_____

28. ¿Posee usted conocimiento sobre el Código de ética de los periodistas cubanos? Acorde con ello, escriba tres de las normativas que recuerde.

29. De las fuentes que enumeramos ¿cuáles usted utiliza con mayor frecuencia?

Agencias extranjeras_____ Fuentes pasivas (Bibliotecas, estudios científicos)_____

Agencias nacionales_____

Orientaciones precisas del medio sobre quién le facilitará la información_____

Fuentes usuales utilizadas por usted_____

Fuentes opositoras_____

Fuentes oficiales_____

Fuentes que contactan directamente con la organización para la realización de algún trabajo_____

30. De los valores noticias que a continuación se relacionan, ¿cuáles utiliza cotidianamente en su labor?

Novedad____ Proximidad geográfica____ Magnitud y jerarquía de personajes implicados____

Imprevisibilidad y originalidad ____

Gravedad e importancia de un acontecimiento_____