

UNIVERSIDAD CENTRAL "MARTA ABREU" DE LAS VILLAS

FACULTAD DE HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE PERIODISMO



TESIS DE LICENCIATURA

TÍTULO: *OBSERVATORIO DE LA PRENSA ESCRITA EN EL CENTRO DE CUBA*

**PROPUESTA DE OBSERVATORIO DE MEDIOS PARA LOS PERIÓDICOS *ESCAMBRAY,*
*VANGUARDIA Y CINCO DE SEPTIEMBRE***

AUTORA: GREETHER SAURA JIMENEZ

TUTORA: MSC. MÓNICA LUGONES MURO

CO-TUTORA: MSC. MARÍA VICTORIA GONZÁLEZ CLAVERO

JUNIO DE 2015

DEDICATORIA

A mami y papi, mi mayor orgullo...

AGRADECIMIENTOS

No pretendo convertir la página en un listado de cumplidos, formalidades y compromisos. Quiero regalar este espacio a las personas especiales que hay en mi vida, y todos están incluidos, aunque me falte algún nombre.

A MAMI y PAPI por ser mi ejemplo y mi mayor orgullo. Por ser la pareja que más se quiere en el mundo.

A mami, gracias por tantas noches de desvelo, porque todo lo que eres y tienes es para nosotros, por sobreponerte a las preocupaciones, el estrés, el trabajo, los problemas, incluso a la enfermedad, por nosotros. Por enseñarme casi todo lo que sé...por ser mi mamita.

A papi, el Doctor en Ciencias Guillermo Saura González, la persona más inteligente que conozco. Por ser capaz de ser papá, mamá, hermano, amigo, albañil, carpintero, electricista, mecánico, médico, psiquiatra, cocinero, chofer... y hasta periodista, si hace falta. Por tus consejos, tu ayuda, tu apoyo, tu confianza, tu comprensión, tu paciencia, tu sabiduría, y por quererme tanto, aunque me equivoque bastante seguido y "no asimile las críticas".

A WILLY, mi único hermanito, por los tiempos de máquina, por obligarme inconscientemente a ser un ejemplo y por dejar que me crea la mejor hermana. Por saber guardar mis secretos desde chiquitico. Porque desde el 27 de junio de 2000, eres lo más grande en mi vida.

A BRASKIN REYNEL ULLOA PÉREZ, por este amor sincero y sin medida. Por la complicidad de cada madrugada, la confianza y la paciencia. Por esperar sin cansarte, por las búsquedas y el apoyo logístico. Por tus lecciones de informático (eres un novio 3.0). Por llegar a mi vida, porque tú sabes cuánto has hecho.

"Detrás de un gran hombre siempre hay una gran mujer" y "detrás de una tesis de diploma, siempre hay una gran familia". Así que agradezco a mi familia completa.

A mis tres tías. A Cary, que me aconseja, que siempre tiene tiempo para mí y me regala lo que puede y lo que no también. A Aidita, por tantas costuras, por la sesión de fotos en Cienfuegos más divertida de la historia, por ser la más cercana a mí, por compartir conmigo las canciones de Arjona. A Nuria, por su alegría, su optimismo, sus buenos sentimientos, por las prácticas de radio, por ser a ti a quien más me parezco. A mi tío Arturo, por todas sus atenciones, y porque soy su sobrina preferida.

A todos mis primos. A Geidy, por ser cómplice de tantas cosas, por las noches de carnavales, cervezas, Caneyes, playas y hasta etc., por lo material y lo espiritual. A Betuchi, porque eres increíble, por ser mi amiga. A Roxana y Reinier, porque son las únicas plagas que quiero en mi vida. A mis abuelos, los que viven y los que ya no están. Los quiero mucho. A Tata y Papán por el brillo en los ojos cuando hablan de la nieta periodista. A abuelita María, cómo extraño tus abrazos.

A mi familia de Sancti Spíritus. En especial a mi suegra Odalis, por acogerme como a una hija, por las llamadas para saber si estoy bien y para preguntar ¿cómo va la tesis?

A MÓNICA mi tutora, que propuso “este engendro de tema”. Por dejarme admirarla y por sus consejos certeros. Por transmitirme esa seguridad que la caracteriza. Por los almuerzitos a lo picnic en medio de La Habana, quién diría que mi tía cocina tan rico.

A MARÍA VICTORIA, por su inteligencia, su dedicación, su rapidez y su ojo crítico. Por revisar como un investigador de CSI: en la escena del crimen. Por la confianza y la ayuda en los momentos más difíciles.

A YADÁN, el mejor corrector del mundo. Por las revisiones exhaustivas, por los infinitos señalamientos y porque por suerte, no me faltaron sus sugerencias. Por el consuelo, la ayuda y las oraciones.

Para MARIELYS FERNÁNDEZ un agradecimiento especial. “Mamita”, ya eres mi prima postiza, no solo porque compartimos a tía Mónica, sino porque en este tiempo has sido incondicional. Aquí tienes una amiga. Ahhh!!! aunque no te gusta que te lo diga: gracias, gracias, gracias...gracias.

A Grettel, Linnet, Mailén, Rafael, Martha Hernández, Alejandro Marrero, Pedrito, y todos mis profesores de la carrera por permitirme aprender de ustedes. En especial a mis preferidos: ORESTES, NEIKY y DUANYS. A TUTET, ícono de la facultad.

A INDIRA SOL por ser mi tutora postiza, por todos los consejos gratis y porque siempre sabe cómo hacerme reír. A IRIS CELIA, por la bibliografía de cada asignatura de la carrera y por estar disponible para mí cada vez que la necesito. A Odalis Paz por la buena voluntad.

A Oriallys Herrera, Jesús Rodríguez, Emilio Viamonte y Yamilet Treto, por toda su ayuda. A Antonio Roveda, Erick Torrico, Juliana Castellanos, Noel Angulo, Livia Reyes, Mary Luz Vallejo y Rogério Christofolletti, por la confianza y los conocimientos. A Marelys, Adonis, Borrego, y los periodistas de Escambray, Vanguardia y Cinco de Septiembre. Al grupo de cuarto año de periodismo: Elizabeth, Regla, Enrique, Jorge Félix...

A las amistades de siempre y a las que llegaron ahora. A YUNET, porque eres simplemente incondicional y siempre tienes una palabra de aliento para mí. A AIYENIS, porque nunca me has dicho que no, porque lloras con los doramas coreanos y todavía recortas pollitos. A ROSMERY, la gordita más linda de todas. A YISMARY, la amiga más grande, de tamaño y de corazón. A LAUREN, a pesar de la distancia. A DANIA, porque eres única y no cambias. A ANNELEY, porque eres muy falsa, pero sé que en el fondo, muy en el fondo, me quieres. A CHUCHI, por tanto cariño todos estos años y por los mensajes tan largos como constantes. A MAILÉN, la flaca, porque solo tenía que cruzar el pasillo y estabas ahí. A NEIVYS, porque un amor. A MAITÉ Y RAFA, que llegaron de últimos y se ganaron un lugarcito en mi selecto club. A GABY, a CÉSAR (la plantica), a HILDO (Thor Photo), a ERNESTO... por el mejor viaje de mi vida. Por el alcohol con sirope. Por los “post-party”.

A “mis compañeros” del Centro Meteorológico Provincial de Villa Clara, en especial a Alfredo, Ricardo, Yolanda, Marlenis, Marilín, Ismabel, Lomberto, Lamadrid, Nancy, Julita, Maricela, William y Félix.

A ANA ESTHER y LUISITO, por estar al tanto siempre, por ayudarme en todo lo que pueden, por el cariño de estos 22 años.

A SIMEY, a LIDIA, a CUQUI y a MILADY, por ayudarme cuando lo necesité, por sus buenos sentimientos y porque nunca les agradecí lo suficiente. A ZENAIDA, por tantas botellas. A los chinos que tengo atrás: Ángel, por su locura contagiosa y MIRIAM, por su espontaneidad.

A mis vecinos, en especial a NANCY, LUGUI, ANNIÉ, ANDREA, EL LEÓN y ADYS, por ser como mi familia. A Christian, mi niño adoptivo, que hace de mí lo que quiere.

A Esther "El Ché", por los consejos y la confianza, por hacerme sentir como en mi casa. A Emelia por las buenas atenciones. A Pepe y a Deisy por la hospitalidad.

A MI GRUPO DE PERIODISMO. Heterogéneo. Difícil. Único.

A MERINO y RAÚL, mis varones preferidos.

A LEYA que aprendió a quererme aunque seamos incompatibles, por tantas estancias en la villa espirituana, porque siempre quería conversar cuando yo tenía sueño y porque "lo de ella es mío y lo mío es de ella".

A AILÉN, porque nos parecemos en muchas cosas, porque con ese tamañito es muy grande, por las largas conversaciones y por presentarme a Braskin.

A YANELIS, Chane, por los viejos tiempos, porque no olvido todo lo que hizo por mí ni los buenos momentos que vivimos.

A Oscar, Carlos y Omar, el Triángulo de las Bermudas, porque sin dudas nunca los voy a olvidar.

A Manuel, porque cada vez que escuche ¡goooooo! voy a pensar en él.

A todos... mi eterno agradecimiento.

RESUMEN

Desde la perspectiva cualitativa la investigación tiene como objetivo elaborar un observatorio de medios para el monitoreo y el estudio de los contenidos publicados en los semanarios *Escambray*, *Vanguardia* y *Cinco de Septiembre*. Se exponen los aspectos teórico-conceptuales relacionados con el tema de los observatorios, y mediante la aplicación de métodos y técnicas como el Bibliográfico-documental, la Fenomenología, los grupos focales de discusión y la entrevista, se obtiene la propuesta del *Observatorio de la Prensa Escrita en el Centro de Cuba*. La propuesta comprende la estructura, organización y función del observatorio, así como la descripción de las entradas, procesos y salidas de datos que conforman las fases de la vigilancia informacional a los periódicos impresos de las provincias Sancti Spíritus, Villa Clara y Cienfuegos. Además establece los servicios de monitoreo y análisis de la prensa escrita del territorio central de Cuba, que integran la cartera de productos del observatorio, así como los niveles de acceso a la información de los públicos académico, profesional y general.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: OBSERVATORIOS DE MEDIOS: SUPERVISIÓN MEDIÁTICA Y VIGILANCIA INFORMACIONAL ...	7
1.1 Perfiles de los observatorios de medios	7
1.2 Elementos compositivos de los observatorios de medios.....	10
1.3 Funciones de los observatorios de medios	13
1.4 Estructuras de vigilancia y servicios de información	16
1.5 El componente ético en los observatorios de medios.....	20
CAPÍTULO II: CUESTIONES METODOLÓGICAS	26
2.1 Definición conceptual de las categorías y subcategorías de análisis.....	26
2.2 Definición operacional de las categorías y subcategorías de análisis	27
2.3 Métodos y técnicas.....	32
2.4 Muestreo: muestra de expertos.....	34
2.5 Triangulación	36
CAPÍTULO III: INSTITUCIONALIZAR EL MONITOREO A LOS MEDIOS	37
3.1 Rutas históricas de los observatorios de medios	37
3.2 Coordinadas de experiencias de observatorios de medios.....	39
3.3 La prensa escrita en el centro: Cinco de septiembre, Vanguardia y Escambray	41
3.4 Importancia de un observatorio para la prensa escrita	44
CAPÍTULO IV: PROPUESTA DEL <i>OBSERVATORIO DE LA PRENSA ESCRITA EN EL CENTRO DE CUBA</i> (OPECC)	47
4.1 Elementos compositivos del OPECC.....	47
4.1.1 Estructura y función	47
4.1.2 Organización	53
4.2 Sistema de vigilancia informacional del OPECC.....	57
4.3 Cartera de productos y servicios del OPECC.....	60
4.4 Organización de los contenidos.....	67

CONCLUSIONES	74
RECOMENDACIONES.....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

Conocimiento e información resultan dos términos claves cada vez más incorporados al vocabulario del presente siglo, pues el aumento de información ocurre de forma vertiginosa, y supera la capacidad humana de asimilarla. A raíz del creciente empleo de tecnologías digitales, especialmente de Internet, el periodismo recibe los beneficios y las ventajas que propicia la interconexión de redes: variedad, inmediatez y dinamismo.

La prensa tiene la misión de informar y educar a sus públicos. Debe ser relevante y necesaria para la sociedad, a través de opiniones bien argumentadas e informaciones útiles, ya que los medios de comunicación constituyen, por su acción pública, un instrumento de legitimación social. Sin embargo, tal como expresa la periodista, comunicadora social y docente de la Universidad Javeriana de Colombia, María Téllez (2010), el empleo de las herramientas tecnológicas no garantiza un incremento de la calidad de los contenidos de los *mass media*, y la labor de los periodistas no siempre se corresponde con un ejercicio profesional responsable.

Como resultado de la preocupación de los propios miembros de la academia y del sector periodístico, ante la necesidad de investigar y regular la prensa, comienzan a surgir y a desarrollarse los observatorios de medios, los cuales alcanzan progresivamente una mayor presencia en el panorama mediático mundial, como supervisores de la actividad de los medios de comunicación. La periodista e investigadora peruana, Susana Herrera (2006 d), explica que los observatorios encuentran su razón de ser en el cuestionamiento serio de la acción del periodismo, pues mientras la prensa critica los errores de otros, nadie cuestiona los suyos. Además, las sociedades contemporáneas, especialmente las pertenecientes al Tercer Mundo, carecen de una auténtica cultura de crítica a los *media*; por tanto, necesitan los espacios para efectuarla, y una verdadera educación en este sentido.

Los observatorios de medios constituyen espacios para el seguimiento, el análisis y la socialización de las actividades, procesos, problemáticas y tendencias de la prensa, con el propósito de mejorar las prácticas periodísticas y los contenidos que se publican. En el ámbito mundial, especialmente en América Latina, los observatorios adquieren paulatinamente mayor presencia, así como un gran prestigio, pues se erigen como instrumentos valiosos, que enseñan a los ciudadanos a distinguir entre información y opinión, y los preparan para exigir su derecho a recibir un periodismo de calidad.

Existen numerosos estudios acerca de los observatorios de medios, como los realizados por Herrera (2005, 2006, 2010), y el Doctor en Comunicación y Coordinador del *Observatorio de Ética Periodística* en Brasil, Rogério Christofolletti (2003, 2006, 2010), que ahondan en aspectos importantes como el objeto de estudio de estos espacios, su orientación ideológica, el alcance de sus coberturas y el instrumental metodológico que emplean. Pero, a pesar de la pluralidad de autores e investigaciones realizadas, expertos en la temática como los periodistas e investigadores María Villa (2011), Gaspar Broullón (2005), Germán Rey (2004), entre otros, difieren en cuanto a cuestiones fundamentales como el origen, la definición, la estructura que presentan y el modo de funcionamiento.

La investigación sobre la temática de los observatorios de medios resulta escasa en contraste con el creciente número de observatorios en el mundo y la gran variedad de estos. La riqueza propia de estos espacios demanda nuevos estudios, que actualicen lo ya expuesto y logren la sincronización de toda la teoría existente, pues a partir de una verdadera y completa comprensión de todas sus dimensiones y alcances, es posible lograr que funcionen correctamente y cumplan sus propósitos de manera eficaz.

Teniendo en cuenta que los observatorios son un fenómeno reciente en Cuba, existe un escaso desarrollo teórico sobre el tema. En la actualidad el país cuenta con varias experiencias de observatorios, como la *Red de Observatorios*, establecida en 2014 por el Ministerio de Educación Superior para evitar la repetición innecesaria de información, y el *Observatorio de Tecnología Educativa*, de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (UCLV), que según su diseñadora, la Licenciada en Ciencias de la Información, Oriallys Herrera Romero (2012), responde a la necesidad de un espacio para la actualización y el intercambio de experiencias en la comunidad universitaria.

Además, algunos autores contribuyen a iniciar la reflexión sobre las características y funciones de los observatorios, como la Doctora en Ciencias de la Información y Directora del Grupo de Gestión de la Información y el Conocimiento del Centro de Información para la Prensa, Livia Reyes Ramírez. La investigación de Reyes (2007), constituye la primera aproximación al tema de los observatorios en el ámbito de la comunicación en Cuba, y un referente obligatorio para el estudio e implementación de estos.

En la UCLV existe una amplia producción científica que refleja las debilidades y limitaciones de las prácticas periodísticas en el territorio central de la Isla. Según una investigación realizada en 2014, por la Licenciada en periodismo, Marielys Fernández, un considerable número de las tesis de diploma de la carrera de Periodismo, realizan estudios de mensajes y de audiencias, que seguidos por los de emisor, constituyen las tres tipologías más empleadas.

Vanguardia, constituye el medio de comunicación más representado en las investigaciones de los últimos cinco años, con 12 estudios de mensaje, tres de emisor y uno de recepción. Pero, a pesar del alto porcentaje con respecto a la cantidad total de investigaciones, es necesario ahondar en sus características, pues algunos estudios resultan redundantes y carentes de perspectivas integradoras (Fernández, 2014).

El periódico *Escambray*, con nueve estudios de mensaje, dos desde el emisor y tres de recepción, se destaca por la realización de un excelente periodismo de investigación, sin embargo, la necesidad de otorgarle mayor seguimiento a algunos valores noticia como interés humano y novedad, constituye un imperativo (Fernández, 2014).

Cinco de Septiembre, es el medio impreso menos investigado de las provincias centrales (Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus) (Fernández, 2014). Según los resultados de ocho estudios de mensaje y tres de emisor, el semanario se caracteriza por una marcada presencia de los géneros opinativos, pero la publicación carece de investigación y dominio de los géneros, por parte de los periodistas.

De esta forma, aunque con relativa frecuencia se realizan investigaciones sobre los *mass media* de la región central cubana, aún la regulación del trabajo de estos resulta insuficiente. Los estudios realizados sobre la prensa escrita de las provincias Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus, presentan como rasgo común las recomendaciones de concebir acciones de superación para los periodistas, la instauración de métodos de examen más rigurosos para analizar los trabajos que se publican y la implementación de un sistema para conocer, a través del intercambio con el público, las necesidades informativas de las audiencias, así como para darle seguimiento a los temas planteados por los lectores.

El *Centro Virtual para la Prensa Cubana*, dirigido por Livia Reyes, analiza la prensa nacional, pero los resultados de los estudios realizados por los estudiantes y profesores de la carrera de Periodismo de la UCLV acerca de los semanarios *Escambray*, *Vanguardia* y *Cinco de*

Septiembre, evidencian la necesidad de un seguimiento más cercano y exhaustivo, que garantice el incremento de la calidad de sus contenidos.

Constituye una necesidad real en el territorio central de Cuba, monitorear, analizar, organizar y evaluar el trabajo de la prensa, otorgarle sistematicidad a las investigaciones, y crear un observatorio que se encargue de la vigilancia informacional de manera continua. Por ello, el presente estudio plantea la siguiente **pregunta de investigación**:

¿Cómo elaborar un observatorio de medios para los periódicos *Cinco de Septiembre*, *Vanguardia* y *Escambray*?

Para el desarrollo de la investigación se trazan los siguientes objetivos:

Objetivo General:

Proponer un observatorio de medios para los periódicos *Cinco de Septiembre*, *Vanguardia* y *Escambray*.

Objetivos específicos:

- 1- Determinar la estructura, organización y función del observatorio de medios de los periódicos *Cinco de Septiembre*, *Vanguardia* y *Escambray*.
- 2- Describir las fases de la vigilancia informacional del observatorio de medios de los periódicos *Cinco de Septiembre*, *Vanguardia* y *Escambray*.
- 3- Establecer la cartera de servicios y productos del observatorio de medios de los periódicos *Cinco de Septiembre*, *Vanguardia* y *Escambray*.

Las razones que determinan la selección de los semanarios provinciales de Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus, radican en el reconocimiento que posee el periodismo impreso en el territorio central de la Isla, a pesar del poder de penetración de los medios audiovisuales, ya que para las audiencias es fuente de información y análisis de los contenidos de otros medios. La prensa escrita ofrece facilidades de conservación y registro, mientras que la radio y la televisión presentan complejidades relacionadas con la duración de los programas informativos, la frecuencia de salidas y los horarios. Además influyó el escaso y limitado acceso de los públicos en Cuba a los medios y publicaciones digitales.

Para llevar a cabo la investigación se dispone de los elementos necesarios, pues las dificultades económicas y tecnológicas no constituyen barreras notables. A pesar de la dispersión teórica existente acerca de los observatorios de medios, se cuenta con acceso a libros y artículos sobre el tema, y la colaboración de expertos como Rogério Christofolletti, Juliana Castellanos y Livia Reyes. La mayor parte de la bibliografía consultada pertenece al ámbito latinoamericano, debido a la imposibilidad para la presente investigación de acceder a textos editados en el mundo desarrollado.

El presente informe incluye referencias bibliográficas según el estilo de la norma APA, y su estructura comprende cuatro capítulos que relacionan los presupuestos teóricos, contextuales y metodológicos de la investigación, así como el análisis de los resultados. Incluye además, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

En el Capítulo I: *Observatorios de medios: supervisión mediática y vigilancia informacional*, se analiza lo relacionado con los principales presupuestos teóricos y conceptuales para la comprensión del término observatorio de medios, y de otros asociados como vigilancia informacional y cartera de productos. Además, se explican las funciones que realizan los observatorios, así como los principios éticos que defienden y practican.

La presente investigación deviene tesis para la producción y se realiza desde la perspectiva cualitativa. La metodología utilizada en cada etapa de la investigación se expone en el Capítulo II: *Cuestiones Metodológicas*, que comprende además del tipo de estudio y la perspectiva de la investigación, la conceptualización y operacionalización de la categoría analítica, los métodos y técnicas empleados, el tipo de muestreo y la triangulación.

El Capítulo III: *Observatorios de medios: institucionalizar el monitoreo a la prensa*, comprende la historia y evolución de los observatorios de medios, analiza la trayectoria de los más notables a nivel internacional, con especial énfasis en el continente latinoamericano, y permite una aproximación a las características y el contexto propios, de cada uno de los tres semanarios provinciales (*Escambray, Cinco de Septiembre y Vanguardia*) a los que se dirige el observatorio.

Los aspectos más significativos para los términos de esta investigación, se presentan en el Capítulo IV: *Propuesta del Observatorio de la Prensa Escrita en el Centro de Cuba*, que incluye el perfil, la estructura, la organización y las funciones del observatorio, así como la

descripción de los procesos que conforman cada una de las fases de la vigilancia informacional, y la elaboración de la cartera de productos y servicios, mediante la cual el observatorio establece una suerte de contrato con sus públicos.

De esta forma, la presente investigación a través de la propuesta de un observatorio de medios para los periódicos *Cinco de Septiembre*, *Vanguardia* y *Escambray* pretende contribuir al monitoreo, análisis y evaluación de la labor de los medios impresos que conforman el contexto informativo del territorio central de Cuba.

CAPÍTULO I: OBSERVATORIOS DE MEDIOS: SUPERVISIÓN MEDIÁTICA Y VIGILANCIA

INFORMACIONAL

1.1 Perfiles de los observatorios de medios

La palabra observatorio, referente a un lugar apropiado para hacer observaciones, se deriva de la voz latina *observare* que significa examinar o estudiar con atención, advertir, hacer notar o señalar. Este término en el campo social no resulta novedoso, pues ya en 1962, el profesor norteamericano de ciencias políticas Robert C. Wood, propone la observación como método para el tratamiento de las temáticas urbanas, realizada a través de centros de información dirigidos por científicos y académicos.

Existen múltiples definiciones de observatorio, que varían de acuerdo a las experiencias de los autores que las ofrecen, y resultan imprecisas, debido a que estas instancias “son metáforas recientes”, como explica el Asesor del *Observatorio Nacional de Televisión* en Colombia (ONTEL) y profesor de la Universidad Javeriana, Germán Rey (2004, p. 11). Asimismo, Herrera (2005, p. 4), coincide en que “se trata de realidades ciertamente versátiles que, no obstante, todavía ensayan su propia figura y cuyos trazos no están aún totalmente perfilados”.

Para los docentes colombianos de la Universidad de La Sabana, Germán Ortiz y Daniel López (2002), Christofolletti (2010), y la Doctora en Comunicación y profesora de la Universidad Nacional de Córdoba, María Villa (2011), los observatorios constituyen una organización social, cuyo propósito fundamental es ejercer, a través del análisis riguroso y responsable, la observación permanente de la información proporcionada por los medios.

Reyes (2007) considera los observatorios como instrumentos capaces de aprovechar sistemáticamente las informaciones y los conocimientos, con el objetivo de generar espacios dinámicos de análisis sobre temáticas específicas, y desarrollar estrategias que permitan influir en la toma de decisiones relacionadas con el periodismo y la comunicación.

Considerando los criterios de Rey (2004), Reyes (2007) y Villa (2011), la presente investigación entiende observatorio de medios como un espacio dinámico dirigido a la observación de los medios de comunicación, y a la entrega de productos y servicios resultantes de la inspección de estos. Es una instancia de supervisión mediática y vigilancia informacional

que a través del empleo de métodos, técnicas y herramientas para el estudio, analiza y evalúa comportamientos, corrientes, tendencias y prácticas periodísticas de forma continua, con el objetivo de monitorear la calidad de los contenidos publicados en la prensa.

Los autores se refieren a los observatorios a través de disímiles términos, que no logran abarcar toda la amplitud de su significado, como experiencias, metodologías, instituciones, espacios, escenarios, proyectos, entre otros. Las características propias de cada observatorio, determinan su definición.

En este sentido, la periodista y comunicadora social colombiana, Juliana Castellanos (2010), explica que los observatorios de medios relacionados con el ámbito académico, se denominan laboratorios de medios o proyectos. Cuando responden a los intereses de grupos, ya sean del sector privado o del estatal, se nombran instituciones o instancias, y si obtienen financiación de organizaciones no gubernamentales, se designan como entidades civiles.

Los investigadores argentinos Sara Brombart y Ernesto Lamas (2003), vinculados al *Observatorio Social y Político de Medios* de Buenos Aires, y Erick Torrico (2014), Director del *Observatorio Nacional de Medios* en Bolivia, consideran que, para la implementación y el funcionamiento de los observatorios de medios, resulta fundamental construir conceptos útiles de acuerdo con los objetivos de la observación y del observatorio en particular, y a partir de ellos determinar sus categorías. Sin embargo, resulta más certero el criterio del bibliotecólogo mexicano Noel Angulo (2009), que enfatiza la necesidad de definir un concepto integral, completo y único de observatorio de medios, que comprenda la diversidad de tipologías que existen.

Aunque pudiera pensarse que definir un perfil estricto y rígido para el trabajo de los observatorios pudiera ser improcedente en tanto que su construcción y orientación depende de especificidades y problemáticas particulares de las organizaciones donde operan, en Iberoamérica sus acciones no se encuentran bien diseñadas y en muchos casos existe el riesgo de confundir su labor con las de los centros de investigación académica o bancos de información (Angulo, 2009, p.6).

Según la Máster en Ciencias de la Información de la Universidad de La Habana, Yoannis Puente (2014), los observatorios de acuerdo a los objetivos que se trazan, pueden dividirse en dos grupos: observatorio-investigación y observatorio-producto. El primero lo integran aquellos que surgen a partir del diagnóstico de una situación, actual o futura. De esta forma, se conciben como una estrategia, que responde a determinadas necesidades informativas, de investigación,

formación u otras que se consideren de prioridad. El segundo conjunto, abarca los surgidos como una iniciativa, y no como resultado de la comprobación o investigación de condiciones específicas. Estos observatorios tienen como principal propósito generar diferentes productos y servicios informativos, cuya finalidad es adecuar o mejorar situaciones y problemáticas, detectadas a partir de los propios estudios que realizan.

Constituyen también un factor importante para la conceptualización de los observatorios, las distintas tipologías que presentan según las empresas periodísticas y los temas que analizan. Herrera (2005), establece las categorías de generales o especializados de acuerdo con las temáticas que abarcan, y los clasifica en observatorios de medios locales, regionales, nacionales, internacionales o de geografía múltiple, a partir de la cobertura de sus estudios. Según Castellanos (2010), en cuanto a los medios que monitorean, los observatorios se especializan en el análisis de los medios audiovisuales, impresos o digitales.

A partir de lo expuesto por Herrera (2005), Castellanos (2010) y Puente (2014), la propuesta de la presente investigación responde a las características de un observatorio-producto, de carácter general y regional para la prensa impresa, pues ofrece a sus usuarios determinados servicios, a partir del análisis de los contenidos publicados en tres semanarios provinciales, que reflejan el acontecer noticioso del territorio central de Cuba.

Para Jesús Husillos¹ (2006), responsable del *Programa por la Integración de la Nueva Ciudadanía* en Barcelona, los observatorios se clasifican en tres tipos: centros de documentación, centro de análisis de datos, y espacio de información, intercambio y colaboración. El primero, referido al concepto de origen, considera el observatorio como una biblioteca dedicada a almacenar y clasificar informaciones y documentos sobre una temática específica. El segundo, los describe como un instrumento para la recogida y el procesamiento de información con el objetivo de comprender la temática estudiada, y que requiere de la participación de expertos. Mientras que el tercero corresponde al concepto actual de observatorio, pues incorpora el uso de tecnologías para el tratamiento y la difusión de la información.

Esta clasificación propuesta por Husillos no difiere de las establecidas por otros autores, sino que enfoca el análisis en la evolución de los observatorios, que paulatinamente aumentan su alcance, así como sus funciones y servicios.

Aunque no existe consenso entre los autores del tema como [Ortiz y López (2002), Herrera (2005, 2006, 2008) y Christofolletti (2003, 2006, 2010)], en cuanto a una única definición de observatorio de medios, sí existe una comprensión tácita de los términos, que abarca una serie de actividades y procesos para recoger y evaluar información, que se produce en un contexto determinado y que resulta útil para la toma de decisiones en un ámbito de competencia.

1.2 Elementos compositivos de los observatorios de medios

Comprender la composición estructural, organizativa y funcional de los observatorios de medios, requiere la aclaración de que “están empezando a surgir por sí solos, lo que hace que se presenten independientes unos de otros, y por ello resulta difícil que existan (...) características comunes en este sentido”, como explican las comunicadoras sociales de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad de Cotopaxi en Ecuador, Karla Merizalde y Jimena Tovar (2010, p. 82).

Los expertos del tema señalan algunos requisitos que motivan la creación de observatorios de medios, como el reconocimiento de la importancia de la comunicación y la insatisfacción con la actual situación de los medios (Herrera 2010). Además, establecen como rasgos semejantes el ejercicio constante, regular y sistemático de monitoreo, el carácter propositivo, la finalidad más prescriptiva que descriptiva, la diversidad y creatividad en sus actuaciones, la convicción de la importancia de divulgar su actividad y la predilección por el empleo de las nuevas tecnologías (Castellanos, 2010).

La composición de un observatorio de medios abarca su estructura, organización y función. La estructura comprende los recursos humanos, materiales y tecnológicos que estos necesitan y utilizan para la captación, el análisis y la difusión de información. La organización se refiere a los flujos de comunicación y las relaciones específicas que ocurren al interior de sus mecanismos laborales, y la función, se relaciona con la misión, la visión, los principios éticos y los objetivos particulares que se traza el observatorio.

El Doctor en Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, Aldo Vázquez (2010), considera que la misión, la visión y los objetivos, permiten tanto a los integrantes, como a los públicos, comprender qué es el observatorio, qué hace, para qué y para

quién. Estos elementos encierran los propósitos específicos que guían su labor, y la manera en que se conciben y proyectan en el futuro.

Reyes (2007), refiriéndose a los recursos humanos, explica que los observatorios de medios requieren un equipo de trabajo multidisciplinario, compuesto por profesionales del periodismo, la comunicación social, el derecho, la psicología, la sociología, las ciencias de la información y la informática. Estos especialistas analizan, de manera permanente y sistemática, los temas sustantivos que permiten monitorear la calidad del proceso periodístico desde una perspectiva integral.

Entre los recursos materiales que necesitan los observatorios se encuentran los locales de trabajo. [Herrera (2005, 2006, 2010), Merizalde y Tovar (2010), y Puente (2014)] coinciden en que las oficinas deben cumplir las normas y requerimientos técnicos relacionados con la luz, la ventilación, el acceso y las condiciones higiénico-sanitarias, y estar situadas dentro del territorio en el que se ubican los medios monitoreados. Además, precisan materiales de oficina como papeles, plumas, carpetas, cestos, escritorios, sillas, muebles archivadores, entre otros. Emplean determinados recursos tecnológicos como computadoras con una adecuada capacidad de almacenamiento, *softwares*, servicio de Internet, radios, televisores, teléfonos, impresoras, *scanners* y discos duros externos.

La organización de los observatorios se caracteriza por la existencia de varios modelos de organigramas, que varían en cuanto a composición del personal, jerarquías o responsabilidades de cada miembro. Según los criterios de [Reyes (2007), Vásquez (2010), y Merizalde y Tovar (2010)], se necesita de una junta de dirección, y grupos de análisis e informática, compuestos por profesionales dedicados al seguimiento, observación, interpretación, edición, almacenamiento y difusión de la información. De esta forma, la estructura comprende tres niveles: director, subdirector, y equipos especializados en análisis de información y procesamiento de datos.

Los directivos deben conocer y aplicar las normas, leyes y códigos de ética que regulan la actividad de la prensa, así como tener plena capacidad para cumplir con las funciones de los especialistas, para en caso necesario realizar estas actividades. Sus responsabilidades fundamentales se resumen, aunque no se limitan, a conocer la metodología, supervisar a los

analistas e informáticos, servir como puente para mantener una comunicación abierta con el equipo de trabajo, y entre el observatorio y los medios estudiados (Merizalde y Tovar, 2010).

Los analistas son las personas encargadas de dar seguimiento a las piezas² de información que les asigna el subdirector. Son responsables del análisis de un medio de comunicación durante un determinado tiempo y luego rotan por los demás, de manera planificada. El número de analistas varía en dependencia de la cantidad de medios a observar, el tipo de prensa, y los horarios y/o frecuencias de salida.

Además de poseer conocimientos sobre el trabajo con la información, el analista debe disponer de suficiente tiempo para realizar el seguimiento del medio, independientemente de los horarios de este, y no pueden ser periodistas en ejercicio, para garantizar la imparcialidad y la objetividad de los estudios [(Herrera, 2005) y Castellanos (2010)].

El equipo de informática y procesamiento de datos, requiere de un personal ágil, capacitado para el manejo de grandes volúmenes de información y el trabajo en grupo, así como con experiencia práctica y conocimientos estadísticos e informáticos, que le permitan garantizar el funcionamiento de la red (internet e intranet), la instalación y manejo de *software*, el diseño y la actualización del *website*, y la elaboración y el acceso a bases de datos internas y externas. Además se dedica a la implementación y el mantenimiento de la cartera de productos y servicios.

La organización y las relaciones de trabajo dependen del perfil de cada observatorio, pero de manera general algunos de los autores consultados como [Herrera (2005, 2006, 2008) y Castellanos (2010)], consideran pertinente efectuar seguimientos periódicos, para analizar los resultados obtenidos y evaluar el trabajo, así como realizar encuentros con las directivas de los medios estudiados.

La realización de una investigación estandarizada y replicable de observación de medios, cumple con algunos principios generales como la claridad, la imparcialidad y la posibilidad de verificación, pues es necesario que el público en general comprenda los contenidos presentados, a través de un lenguaje sencillo y directo, y que los resultados sean demostrables y comprobables a través del tiempo. Además, deben evitarse las apreciaciones subjetivas: “En caso de que esta situación se presente, debe surgir como un acto no intencional (...), y se corrige a través de los recursos de verificación establecidos³” (Merizalde y Tovar, 2010, p. 99).

De manera general, los elementos que conforman la estructura, organización y función, no pueden verse de forma aislada, pues se relacionan estrechamente entre sí e intervienen en las distintas actividades que realizan los observatorios.

1.3 Funciones de los observatorios de medios

La principal tarea de un observatorio es vigilar y estudiar lo que ocurre en su ámbito de actuación, y su valor agregado consiste en recoger información, organizarla y difundirla por las vías pertinentes, según su relevancia. Para Villa (2011, p. 13), el objeto de estudio de los observatorios es el proceso periodístico:

Este proceso tiene una serie de características propias de su hacer (práctica), una dimensión simbólica (palabras, imágenes) y una dimensión institucional (la estructura empresarial, económica y laboral del medio). La idea (...) no abarca a uno solo de esos componentes (...), ni la mera suma de estos. Es el resultado de la relación dinámica de los tres.

Herrera (2006 d) explica que la función fundamental de los observatorios es supervisar el trabajo de la prensa, pero realizan otras en común como la difusión de los resultados de su actuación, la elaboración de estudios, informes y análisis comparativos, la recogida de quejas, críticas y comentarios de las personas; la capacitación a las audiencias en el consumo crítico de medios, y a los periodistas, en la elaboración de contenidos con calidad.

Según [Rey (2004), Alfaro (2005 a) y Herrera (2005, 2006)] la vigilancia a los medios tiene una doble intencionalidad, pues se realiza con fines propositivos y reformistas. Estos autores consideran que mediante una crítica edificante y constructiva es posible influir sobre los periodistas y sus públicos, para encontrar soluciones a los problemas.

Esta visión resulta ingenua, pues los observatorios sugieren alternativas que contribuyen al incremento de la calidad periodística, pero en la práctica no logran cambiar actitudes, por carecer del poder y de los mecanismos necesarios para ello. La intención propositiva es válida, como expone Alfaro (2009), la protesta sin propuesta no sirve de nada, pero con la finalidad reformista ocurre lo contrario, pues la influencia que ejercen los observatorios sobre los periodistas y los públicos, apenas alcanza el plano moral.

Según Christofolletti (2003), los ejes temáticos focalizados por los observatorios se dividen en políticos, económicos, sociales y culturales. Entre los principales tópicos que monitorean se

encuentran la defensa de los derechos de los niños, los jóvenes y las mujeres, así como la lucha contra la violencia y la homofobia. De igual forma, priorizan el estudio de los medios de comunicación en la representación de los conflictos nacionales y abogan por la generación de nuevas leyes relacionadas con la democracia, los *mass media* y la información. A pesar de la variedad, los asuntos tratados comparten rasgos similares como:

El reconocimiento de la importancia de la comunicación para la democracia, la necesidad de fortalecer el derecho ciudadano a la información, la insistencia en las exigencias que desde la ciudadanía se hacen a los medios para que los ciudadanos puedan ser cada vez más autónomos, la urgencia de participar en la construcción de agendas públicas así como en la democratización de las comunicaciones (Rey, 2004, p.8).

La prensa escrita requiere de un análisis más profundo, y la radio resulta el medio más complejo de monitorear, ya que los horarios suelen ser largos, y su observación demanda tiempo y concentración. En el caso de la prensa impresa, para el análisis deben tenerse en cuenta una serie de elementos como el titular, la posición en página, el género periodístico, el empleo de la fotografía, infografía o caricatura, los valores noticia, el uso del lenguaje, las fuentes y su contrastación, entre otros indicadores que permiten medir y evaluar la calidad de los contenidos periodísticos (Villa, 2011).

Según Rey (2004), perfeccionar la labor de los medios de comunicación, requiere un usuario más crítico, activo y participativo, que no se conforme con los errores e imprecisiones que cometen los periodistas, que trascienda el ámbito doméstico a la hora de protestar contra algunas actuaciones de la prensa.

En este sentido, Herrera y Christofolletti (2006) plantean que los observatorios recogen los comentarios y sugerencias de los consumidores, para estimular su participación e incrementar la consciencia de estos, respecto a la responsabilidad de los públicos en el proceso informativo. Esta función se concreta de diversas formas, las más habituales consisten en la organización de encuentros con la audiencia y la lectura crítica de medios. Igualmente, para la capacitación de los profesionales de la prensa, los observatorios implementan variadas actividades, muy sujetas a la creatividad e ingenio de sus promotores como concursos, posgrados y el envío de informes de errores a cada periodista.

Los criterios se reciben a través de *e-mails* o de la página *web* del observatorio, aunque las tradicionales vías telefónica y correo postal, también son empleadas. Las quejas que

repcionan los observatorios presentan una naturaleza diversa y entre las más frecuentes se encuentran las relacionadas con erratas, las denuncias de la omisión de temas importantes, el inadecuado manejo de las fuentes o la manipulación de las declaraciones, así como las que condenan la cobertura de temas sensibles como la sexualidad, las catástrofes y accidentes, y las relativas al plagio, al derecho de autor o la invasión de la privacidad (Téllez, 2010).

Varios autores como [Rey (2004), y Albornoz y Herschmann (2006)], explican la necesidad de socializar los resultados obtenidos. No solo los ciudadanos y los propios medios estudiados deben conocer esta información, resulta muy importante que también los observatorios se apropien de la reflexión que suscitan sus diagnósticos.

En este sentido, el periodista y profesor brasileño de la Pontificia Universidad Católica de São Paulo y editor del *Observatorio de Prensa*, Luiz Egypto (2005), afirma que de esta forma el observatorio puede transformar al lector oyente telespectador en un ciudadano más exigente, pues los comentarios provenientes del público, los periódicos y los periodistas cambian de forma natural los comportamientos.

Según Herrera (2006 b), para divulgar los resultados de sus estudios, los observatorios se dirigen de manera exclusiva o complementaria a tres tipos de públicos: académico, profesional o general. En el primer caso, se trata de investigadores y docentes, vinculados al campo de la comunicación. El segundo está integrado por periodistas y directivos, mientras que el general abarca un público más amplio, conformado por los usuarios de los medios.

De acuerdo con esta clasificación, el observatorio de medios propuesto en la presente investigación comprende una socialización complementaria de la información, destinada a todos los públicos, pero ordenada de acuerdo con determinadas jerarquías, que establecen distintos niveles de acceso.

Los observatorios emplean varias vías para la difusión de los resultados que obtienen, entre estas se destaca el empleo de *weblogs*, *websites*, así como de *newsletters* o boletines electrónicos. Además socializan la información a través de eventos, programas audiovisuales, foros, revistas, libros, artículos científicos, folletos e informes, así como encuentros y debates con los profesionales de los medios y con el público consumidor. De manera general los soportes que utilizan para la publicación están determinados por el factor económico, pero

todos los observatorios disponen de una página *web*, y algunos cuentan además con medios y publicaciones propias (Herrera, 2006 b).

La constante evolución y diversificación de las funciones de los observatorios, propicia que estos ocupen un lugar, cada vez más destacado, como instancias encargadas de investigar y monitorear las prácticas mediáticas. De manera general, se les considera instrumentos para la vigilancia y la difusión de productos inteligentes y de alto valor agregado, o sea, que como resultado de la recopilación y el análisis de información relacionada con el periodismo, elaboran y socializan servicios confiables y de calidad.

1.4 Estructuras de vigilancia y servicios de información

Vigilancia es el proceso de observación continuo de personas, objetos o procesos dentro de sistemas, de acuerdo con normas establecidas o deseadas. En la actualidad, debido al auge del uso de las tecnologías y el exceso de información, se emplea el término *vigilancia informacional*, para referirse a los métodos, técnicas y herramientas empleados por los observatorios de medios en su labor de monitoreo continuo de la actividad de la prensa.

Para el destacado académico e investigador mexicano Guillermo Orozco, y la Doctora en Ciencias de la Comunicación, investigadora y profesora titular de la Universidad de São Paulo, María Immaculata Vassallo (2009), la *vigilancia* es el seguimiento informativo de un producto, servicio o hecho de interés, con el objetivo de observar su desarrollo y tomar decisiones operativas sobre su posible influencia en la organización u objeto de estudio. Esta concepción se corresponde con la implementación de herramientas que permiten a los observatorios de medios sistematizar información de una temática.

De acuerdo con los criterios de [Reyes (2007), y Orozco y Vassallo (2009)], la presente investigación considera *vigilancia informacional* como el proceso organizado, selectivo y de carácter proactivo, que permite a los observatorios de medios la búsqueda, el tratamiento y la difusión de información sobre su objeto de estudio, para tomar decisiones con menor riesgo. Es el servicio normado, ordenado y dispuesto, que a través del empleo de determinados métodos y técnicas, le permite a los observatorios realizar determinadas funciones.

Un proceso de *vigilancia* no necesariamente lleva implícito un observatorio, pero de forma inversa no sucede lo mismo, o sea que para la labor de supervisión mediática de los

observatorios de medios es imprescindible contar con los métodos, técnicas y herramientas de la vigilancia.

Un sistema de vigilancia engloba la búsqueda, captación, recolección, análisis y difusión de información estratégica en el entorno de la organización, mientras que el observatorio, además de las actividades anteriores, analiza comportamientos, corrientes y tendencias sobre temas afines a la prensa. Los observatorios convierten la información en conocimiento, pero su gran reto consiste en transformar este conocimiento en acción.

La vigilancia abarca cualquier documentación útil para el análisis, no solo la digital. De esta forma comprende eventos, noticias sobre el sector de actividad de la organización, opiniones de expertos y usuarios, y publicaciones de interés (normativas, boletines). Resulta un factor clave la utilización y contrastación de varias fuentes de información, como las bases de datos, Internet, revistas profesionales y científicas, periodistas vinculados al medio estudiado, entre otras (Angulo, 2009).

Según [Puente (2014) y Reyes (2007)], los modelos de sistemas de vigilancia comprenden tres etapas: observación, análisis y evaluación, y difusión y uso. Los analistas que trabajan en los observatorios determinan una necesidad inicial, o sea, el objeto de la vigilancia, organizan y depuran la información, definen las estrategias a seguir y toman las decisiones pertinentes. Estos elementos aparecen en distintos niveles y se estructuran de acuerdo con los conocimientos (sobre la temática de estudio y la metodología empleada), los recursos (tecnológicos, financieros y físicos), y del personal (actor, directivo, conocedor del tema y analista de información).

En cuanto al instrumental metodológico, el ejercicio de monitoreo representa una de las acciones análogas para todos los tipos de observatorios que existen. Esta actividad se realiza de manera constante, regular y sistemática, pues constituye el eje central del sistema de vigilancia informacional, y por tanto, el punto de partida para analizar la información y su relación con la prensa y los públicos. Igualmente resultan imprescindibles el análisis de contenido y el análisis crítico del discurso.

Entre los indicadores fundamentales que guían el análisis de los observatorios se encuentran: los medios como una agenda de interés público, los aspectos normativos de regulación y

autorregulación de la prensa, el desempeño de los medios en su rol social y la ética profesional. Estos indicadores primarios se miden a través de otros secundarios como los temas, los actores y las valoraciones que contienen los productos comunicativos presentados por los *media* (Bonilla, 2008).

Además, se realizan estudios de emisores, mensajes y audiencias para entender el modo en que los periodistas presentan los hechos, la forma en que estructuran sus relatos, el proceso de construcción de la noticia, el empleo de las fuentes de información, las políticas editoriales, las leyes y regulaciones que rigen el sector, así como los factores que median entre realidad e información. Algunos observatorios para completar su labor emplean las encuestas, los estudios de *rating* y las entrevistas.

Lo importante no es la acumulación de datos, sino la obtención de resultados. En tal sentido, influye también la realización de una adecuada gestión del conocimiento, pues como resultado de la estrecha relación que existe entre estos procesos los observatorios obtienen una información organizada, útil, relevante y confiable.

Michael Porter (2003), profesor e investigador de la Universidad de Harvard, describe la gestión de la información como el proceso de alta dirección que facilita la creación de un conocimiento nuevo, y que permite a los observatorios brindar determinados servicios a los usuarios interesados:

Se concreta en acciones estratégicas a partir del redireccionamiento de los recursos con los cuales opera (humanos, tecnológicos, de información), con el objetivo de elevar los niveles de eficiencia (...) en el cumplimiento de un fin deseado (meta - misión - objetivo), y añade valor a los productos y servicios (Porter, 2003, p. 20).

Según Herrera (2012), la vigilancia permite la gestión eficiente de la información a través de técnicas de captación, procesamiento, análisis, distribución y almacenamiento de los contenidos. Además, incorpora los conocimientos y experiencias de las personas, como receptores de las señales emitidas por los medios.

El cumplimiento de los objetivos fundamentales de la gestión de la información supone mejoras y beneficios para los observatorios, pues eleva al máximo el valor derivado del uso de la información, minimiza su costo de adquisición y procesamiento, y asegura su continuo

suministro. La gestión implica una nueva visión de la información, que requiere centrarse estratégicamente en el conocimiento relevante (Porter, 2003).

Los servicios de información de los observatorios se conforman a partir de la imbricación de los procesos de vigilancia y gestión. Estos servicios comprenden entradas y salidas de información, y precisamente la salida constituye el producto final que se ofrece. Su eficacia depende de dos condiciones: que responda a las demandas de los usuarios, y que cumpla tres principios claves en la difusión de la información: pertinencia, rapidez y economía.

El conjunto de servicios ofrecidos por los observatorios conforma su cartera de servicios y productos, la cual se concreta en la tercera fase de la vigilancia informacional (difusión y uso). La cartera responde a las necesidades informativas de los usuarios e indica los servicios que se ofrecen, el modo en que se elaboran, y las garantías de calidad en su prestación (Porter, 2003).

El término cartera, hace referencia al conjunto de servicios que una organización pone a disposición de sus públicos, y al documento que recoge el objetivo y el alcance de dicha cartera, así como las principales definiciones y responsabilidades para la elaboración, actualización y mantenimiento de los productos. Como explican Merizalde y Tovar (2010, p. 27), “se habla de cartera por dos razones; porque normalmente los observatorios tienen más de un producto o servicio y, en segundo lugar, porque estos servicios (...) están más o menos relacionados”.

Herrera (2006 a), menciona entre los servicios más frecuentes: el monitoreo de información y de medios, las bases de datos especializadas, los reportes de vigilancia e inteligencia por indicadores, las consultas de opinión a expertos, los directorios, campañas, programas, proyectos y espacios de articulación sobre temas afines al periodismo y la comunicación, la publicación de informes anuales, folletos y boletines, así como de artículos científicos y libros.

Según Herrera (2005, p.7) una característica de los observatorios de medios consiste en que “dentro de los servicios que ofrecen, el estudio de la ética y la deontología ocupa un lugar preferente”. Los principios éticos constituyen el norte hacia el cual se orientan los servicios de información de los observatorios, pues no solo la labor de los medios, sino también la suya, exigen un ejercicio serio y comprometido, que responda al ideal de ética periodística propugnado por la teoría del cuarto poder.

1.5 El componente ético en los observatorios de medios

Los *mass media* se consideran escenarios de representación y reconocimiento social y cultural, sin embargo progresivamente pierden su función de contrapoder y su prestigio frente a los públicos, como expresa el periodista, investigador y director de *Le Monde Diplomatique*, Ignacio Ramonet (2003). La poca credibilidad que le conceden las audiencias, y la creciente inconformidad de estas ante la propuesta de los medios, constituyen elementos que evidencian la situación crítica que atraviesa la prensa.

En este sentido, Sergio Mahugo (2010, p. 5), profesor e investigador de la Universidad “Miguel Hernández de Elche” en España, coincide con Ramonet (2003) en que la necesidad de reinventar los discursos, las estructuras y los modelos de negocio de los medios de comunicación tradicionales, y el rol del periodista profesional, se produce en medio de una profunda crisis que asola al periodismo”.

Según Ramonet (2003), el cuarto poder pierde su sentido gradualmente, pues bajo una óptica neoliberal, los *media* respaldan los intereses del gobierno y las grandes transnacionales. La concentración de la propiedad de las empresas periodísticas en manos de una minoría, constituye una tendencia en el continente latinoamericano y en el mundo de manera general. Esto influye en la necesidad de revisar el contenido de lo que publican los medios, pues de tales circunstancias resultan informaciones manipuladas, ya que en contraste con los paradigmas clásicos, la prensa en la actualidad prioriza la defensa de los intereses de los grupos de poder por encima de la verdad.

La relación entre el dominio político y el mediático resulta más simbiótica que de enfrentamiento, mientras que los intereses profesionales de la prensa cada vez se alejan más del bien común. Como explica Herrera (2010), a pesar de que los periodistas se consideran a sí mismos enemigos de la corrupción y las malversaciones, en general, la misma configuración del sistema mediático origina una dependencia recíproca entre poder y medios, en la que el interés del público parece quedar relegado. En consecuencia, el resumen de la situación actual sería que en el sistema de información político vigente “el ciudadano es interpelado informativamente en su mera condición de consumidor (por los medios privados) y obligado contribuyente (por los medios públicos politizados)” (Herrera, 2010, p.16).

Esta dependencia ideológica, limita la autonomía del ejercicio profesional, tanto por presiones políticas como económicas, y puede ser esta complejidad la que explique -aunque no justifique- que los periodistas asuman estas posiciones. El destacado periodista polaco Ryszard Kapuscinski (1999, p. 87), refiriéndose a los cambios que se producen en la profesión periodística expresa:

Antaño, la veracidad de una noticia representaba su más grande valor. En nuestros días, el redactor en jefe o el director de un periódico ya no demanda que una información sea cierta, sino que sea interesante. Si se considera que no lo es, no se le publica. Desde el punto de vista ético, este es un cambio considerable.

El reflejo de la realidad es uno de los aspectos que mayor crítica recibe por parte de los observatorios, por la trivialidad, la imprecisión, el empleo de los *media* con fines políticos o económicos y la falta de objetividad de los periodistas en el tratamiento de los hechos. En Cuba las prácticas y contenidos de la prensa, no presentan las características anteriores, la necesidad de vigilar la actividad mediática se debe a cuestiones relacionadas con la preparación profesional, así como con la regulación y autorregulación periodísticas.

Estas deficiencias del sector, según el Doctor en Comunicación, Julio García Luis (2004), traen como consecuencia la pérdida de la iniciativa personal del periodista que en muchos casos queda anulada o poco estimulada, el otorgamiento de un lugar preponderante a la retroalimentación verticalizada y no al necesario contacto con las masas, el debilitamiento de la cultura profesional al quedar sometida a puntos de vista no periodísticos, entre otros elementos que pueden resultar nocivos para el desarrollo de la prensa cubana (García, 2004).

La función social de los *media* no puede aislarse del sistema de valores que rige el periodismo, pues la prensa satisface a las audiencias en la medida que respeta los valores morales y deontológicos que regulan la profesión. La ética surge para contrarrestar el criterio de que lo moralmente correcto o incorrecto, constituye una concepción subjetiva.

La premisa que vuelve necesaria una experiencia de observatorio de medios, debe entenderse como “una significativa inconformidad ciudadana frente a la calidad de la información puesta en circulación por los *mass media*”, según el investigador español Ricardo Aroca (2005). En este sentido Rey (2004, p.4) concuerda en que la sociedad tiene mucho que decirle a los medios, pues los ciudadanos son los primeros influenciados por sus aciertos o afectados por sus

errores. “Saben que la información es un lugar de aplicación práctica de los derechos civiles (...) y que el interés común y la controversia (...) requieren un periodismo de calidad”.

Herrera y Christofoletti (2006), así como el destacado investigador y comunicador español Hugo Aznar (1999), coinciden en que debe constituir una prioridad para los profesionales de la prensa responsabilizarse con su misión dentro de la sociedad, no excluirse a sí mismos del ejercicio de la crítica y reconocer sus faltas, pues estas actitudes provocan que los públicos tengan una imagen negativa de ellos.

Todos somos reacios a reconocer nuestros errores y esto resulta aún más cierto si cabe en el caso de los medios. Puesto que viven de la credibilidad que les concede el público, ha sido su política habitual hacer lo posible por esconder sus errores. Pero el resultado final de esta política es contraproducente (Aznar, 1999).

Bajo el concepto de autorregulación, Aznar (1999) agrupa toda una serie de mecanismos e instrumentos relacionados con la actuación de los medios que garantizan que su comportamiento se ajuste a los valores y normas de dicha actividad. Entre las funciones de la autorregulación que enuncia, se encuentran la contribución a propiciar las condiciones laborales necesarias para el cumplimiento de las exigencias deontológicas de la comunicación, y el reconocimiento público de actuaciones morales conflictivas que se dan en los medios, lo cual permite que la profesión, quienes la realizan y el público en general puedan aprender sobre la dimensión ética del periodismo.

Según Juan Jorge Faundes (2006), Coordinador del *Observatorio Ciudadano de Acceso a la Justicia*, y docente de la Universidad de Artes y Ciencias Sociales de Chile, la verdad, la justicia social, la solidaridad universal y la dignidad humana, constituyen los cuatro pilares éticos de la comunicación social.

Según Alfaro (2005 b, p. 34), los observatorios se empeñan en realizar una labor honesta y rigurosa:

Emplean métodos y técnicas afinados de forma que la imparcialidad de sus análisis no quede comprometida. (...) Si lo que exigen de los medios -entre otras cosas- es que sean imparciales, ellos tienen la obligación de proceder de igual manera. (...) Tratan por tanto, de huir de las generalizaciones excesivas e injustas y de (...) apreciaciones personales fruto de la subjetividad de los autores.

Vásquez (2010) explica que la mayoría de los observatorios del continente latinoamericano se rigen por el Código de Ética de la región, aprobado en el II Congreso Latinoamericano⁴ de periodistas, que establece como un deber insoslayable del profesional de la prensa, cumplir con principios como la veracidad y la objetividad, aceptar el derecho a réplica y protección de las fuentes, así como combatir la tergiversación de los hechos, y las opiniones parcializadas o influidas por intereses comerciales, publicitarios o de otra naturaleza. Además, considera el plagio, el soborno y la difamación violaciones de la ética profesional, y concibe como falta grave la participación de periodistas en la represión de la prensa.

El ideal de ética periodística proclamado en los códigos deontológicos existentes, presenta obstáculos que no permiten su concreción y por ello, varios profesionales consideran inútil su adopción. Herrera (2006 a, p. 6), considera a los observatorios como un paso importante hacia la calidad periodística, pero no deposita sobre ellos demasiadas expectativas: “ningún mecanismo es capaz por sí sólo de poner fin a todas las contradicciones, dilemas y encrucijadas éticas con las que se encuentran los profesionales en el desempeño de su labor”.

Para Aznar (1999) un código de ética es insuficiente para exigir el cumplimiento del deber. Enfatiza la necesidad de que además de que los periodistas conozcan los principios por los que deben guiarse, los apliquen.

Los códigos han de ser oportunamente complementados por otro elemento que nunca puede faltar: la conciencia ética (...). El profesional debe conocer el contenido y el espíritu de sus códigos; pero también debe ejercer su capacidad de juicio para aplicarlos y, en caso necesario, adaptarlos a las circunstancias particulares de una situación dada. Los códigos no pueden evitar, ni es su función, la necesidad de que el profesional reflexione sobre las circunstancias de cada situación en la que se halle. Lo que sí hacen los códigos es facilitar las pautas normativas que el profesional debe aplicar a estos casos y que le sirven de guía (Aznar, 1999, p.17).

A pesar del divorcio entre código y conciencia ética, la suscripción de normas y leyes de prensa le otorga legitimidad a la práctica profesional del periodismo. Una vez establecidos los códigos, y asumido un consenso al respecto, los retos están en la implementación de los mecanismos de control adecuados. Los observatorios no se conciben como instrumentos de regulación de la prensa, sin embargo mediante sus acciones contribuyen a crear conciencia en los periodistas y en las audiencias, en relación con el componente ético que no puede faltar a ningún profesional.

Diversidad de términos, estructuras organizativas y funciones, matizan la vida reciente y la larga historia, que protagonizan los observatorios de medios, y que se resume en dos pilares de

actuación fundamentales: la vigilancia implacable de la actividad de la prensa para institucionalizar la crítica a los medios y una búsqueda tenaz de la calidad periodística.

¹ Jesús Husillos es además Regidor del *Ajuntament de l'Hospitalet*, canal de televisión público, de ámbito local, del municipio de *Hospitalet de Llobregat* en Barcelona.

² Las piezas de seguimiento constituyen en la prensa plana, un periódico con todas sus secciones, y un programa, para los medios audiovisuales.

³ Todos los periódicos deben conservarse en su formato original durante el tiempo de observación, pero además se necesita una copia digital de cada uno, para casos de consulta pasado este periodo. Es importante tener un archivo digital por cada día de seguimiento.

⁴ El II Congreso Latinoamericano de Periodistas se celebró en Caracas, el 24 de julio de 1979. Las reuniones que comenzaron a desarrollarse a partir de 1978 auspiciadas por la UNESCO, en las que participaron las más importantes organizaciones internacionales y regionales de periodistas, abogaban por la adopción de principios éticos en el periodismo. En 1983 se aceptan los siguientes principios: el derecho del pueblo a una información verídica, consagración del periodista a la realidad objetiva, responsabilidad social del periodista, acceso del público a la participación, respeto de la vida privada y de la dignidad humana, respeto por los valores universales y la diversidad de culturas, eliminación de la guerra y otros males que enfrenta la humanidad, y la promoción de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación.

CAPÍTULO II: CUESTIONES METODOLÓGICAS

Desde el punto de vista comunicológico la presente investigación deviene tesis para la producción, pues consiste en una propuesta de observatorio de medios para los periódicos *Escambray*, *Vanguardia* y *Cinco de Septiembre*, de las provincias Sancti Spíritus, Villa Clara y Cienfuegos, respectivamente.

Se realiza desde la perspectiva cualitativa, ya que a partir de la interpretación de la realidad se pueden tratar con profundidad varias aristas del tema. Además, permite la flexibilidad necesaria durante el proceso de investigación para analizar el fenómeno de los observatorios de medios, y brinda las herramientas para su descripción.

Mediante los criterios recogidos a través de las entrevistas a expertos se explican las condiciones y variantes en que puede manifestarse el fenómeno, pues se trata de un estudio con carácter descriptivo, que pormenoriza los elementos esenciales para la elaboración de un observatorio de medios para la prensa escrita.

Para responder al objetivo general de la investigación a continuación se muestran la definición y operacionalización de las categorías analíticas, así como la metodología empleada.

2.1 Definición conceptual de las categorías y subcategorías de análisis

Observatorio de medios: Instancia especializada en la observación, análisis y evaluación de las prácticas periodísticas, a través del empleo de métodos y técnicas correspondientes a la vigilancia informacional. Su función principal consiste en revisar el contenido de los medios, a partir estudios de emisores, mensajes y audiencias para capacitar a los profesionales de la prensa en la elaboración de un periodismo de calidad y a los públicos en el consumo crítico de medios. Además, elabora productos y servicios resultantes de la supervisión mediática y la vigilancia informacional, destinados a los especialistas, académicos, periodistas y usuarios en general [Reyes (2007) y Herrera (2005, 2006, 2010)].

Estructura: La estructura de un observatorio de medios se conforma a partir de la disponibilidad y coordinación de determinados recursos humanos, materiales y tecnológicos, tales como profesionales de la comunicación y la informática, computadoras, locales de trabajo, acceso a internet, entre otros, que resultan necesarios para la realización de las diferentes

actividades, procesos y funciones relacionadas con el monitoreo y análisis de la prensa (Vázquez, 2010).

Organización: Sistema de actividades, roles y tareas conscientemente coordinadas, así como relaciones de interacción, trabajo y jerarquías, que conforman el organigrama del observatorio. Se expresa a través de la forma en que se disponen e interrelacionan los diferentes recursos humanos, materiales y tecnológicos que conforman la estructura (Vázquez, 2010).

Función: La función de un observatorio de medios comprende la misión, visión y objetivos que se traza. Estos elementos determinan los propósitos que guían las tareas de supervisión mediática, el código de ética que rige la labor de vigilancia informacional, y la manera en que se concibe y proyecta el observatorio en el futuro (Vázquez, 2010).

Vigilancia informacional: Proceso organizado, selectivo y de carácter proactivo que emplean los observatorios de medios con el objetivo de monitorear la labor de la prensa. Consta de tres fases: observación, análisis y evaluación, y difusión y uso. Comprende la recogida de información proveniente de diversas fuentes como las bases de datos, la producción científica en comunicación y los públicos. Mide y evalúa determinados indicadores relacionados con la calidad periodística, y mediante la aplicación de determinados métodos y técnicas, como el análisis del discurso y el análisis de contenido, convierte la información en productos de alto valor agregado [Orozco y Vasallo (2009), y Reyes (2007)].

Cartera de productos y servicios: Indica el total de productos y servicios de información, especializados en periodismo impreso, que ofrece el observatorio de medios a sus usuarios, así como el modo en que se elaboran. Se concibe para la difusión y el uso de los productos de alto valor agregado, estrechamente relacionados entre sí, que resultan de los procesos de búsqueda, análisis y gestión de la información realizados durante las primeras fases de la vigilancia informacional, tales como informes, monitoreo de información y estudios de tendencias. [Reyes (2007), y Puente (2014)].

2.2 Definición operacional de las categorías y subcategorías de análisis

1. Observatorio de medios

1.1. Estructura

- 1.1.1. Recursos humanos
- 1.1.2. Recursos materiales
- 1.1.3. Recursos tecnológicos
- 1.2. Función
 - 1.2.1. Misión
 - 1.2.2. Visión
 - 1.2.3. Objetivos
 - 1.2.4. Código de ética
- 1.3. Organización
 - 1.3.1. Funciones
 - 1.3.1.1. Revisar el contenido y la oferta de los medios
 - 1.3.1.2. Elaborar estudios, informes y análisis comparativos

Para medir las funciones 1.3.1.1 y 1.3.1.2 se emplean los siguientes métodos y técnicas:

- 1.1 Observación
- 1.2 Monitoreo
- 1.3 Análisis del Discurso
- 1.4 Análisis de contenido
- 1.5 Encuestas
- 1.6 Estudios de rating
- 1.7 Entrevistas
- 1.3.1.3. Publicar o difundir el contenido de su actuación
 - 1.3.1.3.1. Informes

- 1.3.1.3.2. Eventos
- 1.3.1.3.3. Foros
- 1.3.1.3.4. Libros
- 1.3.1.3.5. Artículos científicos
- 1.3.1.3.6. Boletines
- 1.3.1.3.7. Página *web*
- 1.3.1.3.8. Redes sociales
- 1.3.1.3.9. Reuniones con directivos de prensa
- 1.3.1.3.10. Balances anuales
- 1.3.1.4. Recoger las quejas, críticas y comentarios de los usuarios
 - 1.3.1.4.1. Teléfono
 - 1.3.1.4.2. Correo electrónico
 - 1.3.1.4.3. Correo postal
 - 1.3.1.4.4. Sitio *web*
- 1.3.1.5. Capacitar a la audiencia en el consumo crítico de medios
 - 1.3.1.5.1. Encuentros con lectores
 - 1.3.1.5.2. Foros
 - 1.3.1.5.3. Lectura crítica
- 1.3.1.6. Capacitar a los periodistas en la elaboración de un periodismo de calidad
 - 1.3.1.6.1. Posgrados
 - 1.3.1.6.2. Reuniones con directivos de la prensa
 - 1.3.1.6.3. Informes individuales de errores a los periodistas

1.4. Vigilancia informacional

1.4.1. Fases

1.4.1.1. Observación

1.4.1.1.1. Métodos y técnicas de recogida de información

La operacionalización de los métodos y técnicas de recogida de información se corresponde con la realizada para medir las funciones 1.3.1.1 y 1.3.1.2

1.4.1.1.2. Fuentes

1.4.1.1.2.1. Público

1.4.1.1.2.1.1. Académico

1.4.1.1.2.1.2. Profesional

1.4.1.1.2.1.3. General

1.4.1.1.2.2. Bases de datos

1.4.1.1.2.2.1. Internas

1.4.1.1.2.2.2. Externas

1.4.1.1.2.3. Producción científica

1.4.1.1.2.3.1. Libros

1.4.1.1.2.3.2. Artículos

1.4.1.1.2.3.3. Tesis

1.4.1.1.2.4. Publicaciones de otros medios

1.4.1.2. Análisis y evaluación

1.4.1.2.1. Indicadores de calidad periodística

1.4.1.2.2. Instrumental metodológico

- 1.4.1.2.2.1. Análisis del Discurso
- 1.4.1.2.2.2. Análisis de Contenido
- 1.4.1.2.2.3. Entrevistas
- 1.4.1.2.2.4. Encuestas
- 1.4.1.2.2.5. Grupos focales
- 1.4.1.2.3. Tipo de investigación
 - 1.4.1.2.3.1. Estudios de emisores
 - 1.4.1.2.3.2. Estudios de mensajes
 - 1.4.1.2.3.3. Estudios de audiencias
- 1.4.1.3. Difusión y uso
 - 1.4.1.3.1. Página *web*
 - 1.4.1.3.1.1. Organización de los contenidos
 - 1.4.1.3.1.1.1. Recursos de agrupamiento
 - 1.4.1.3.1.1.1.1. Presentación
 - 1.4.1.3.1.1.1.2. Divulgación
 - 1.4.1.3.1.1.1.3. Información
 - 1.4.1.3.1.1.1.4. Funcionalidad
 - 1.4.1.3.1.1.1.5. Interactividad
 - 1.4.1.3.1.1.1.6. Comunicación

1.5. Cartera de productos y servicios

1.5.1. Servicios y productos

1.5.1.1. Monitoreo

- 1.5.1.1.1. De medios
- 1.5.1.1.2. De temas
- 1.5.1.2. Bases de datos especializadas en prensa escrita
- 1.5.1.3. Enlaces de interés
- 1.5.1.4. Entrevistas
- 1.5.1.5. Informes
- 1.5.1.6. Boletines electrónicos
- 1.5.1.7. Revistas
- 1.5.2. Usuarios
 - 1.5.2.1. Público profesional
 - 1.5.2.1.1. Acceso total a la información
 - 1.5.2.2. Público académico
 - 1.5.2.2.1. Acceso total o parcial a la información
 - 1.5.2.3. Público general
 - 1.5.2.3.1. Acceso parcial a la información

Para una mejor comprensión de la definición operacional de las categorías y subcategorías de análisis, se operacionalizaron las mismas mediante un mapeo conceptual (Ver Anexo # 12).

2.3 Métodos y técnicas

Bibliográfico-documental:

Para la presente investigación el método Bibliográfico-Documental deviene principal sustento, pues su empleo permite la revisión de diversas fuentes documentales que contienen los presupuestos teóricos y conceptuales existentes en torno a los observatorios de medios.

Su técnica, la revisión bibliográfica-documental centrada en el análisis de las obras de autores como Germán Rey, Susana Herrera, Rosa María Alfaro y Livia Reyes, permite el acercamiento a los principales enfoques de los estudios teóricos sobre los observatorios de medios, realizados a nivel nacional e internacional.

Fenomenología

Se utiliza para conocer la verdadera naturaleza del fenómeno estudiado a través de las experiencias de periodistas y comunicadores vinculados a la labor de los observatorios de medios, que han teorizado sobre estos. La entrevista estructurada a expertos y especialistas en el tema permite la recogida de información para la elaboración de los presupuestos conceptuales y metodológicos de la investigación.

Con el propósito de que la presente propuesta de observatorio de medios se corresponda con los intereses de los directivos de la prensa, la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (UCLV), y el Partido Comunista de Cuba (PCC) en el territorio central, se realizan entrevistas semiestructuradas a:

- Juan Antonio Borrego. Director del semanario *Escambray*.
- Marelys Concepción. Directora del semanario *Vanguardia*.
- Adonis Subit. Director del semanario *Cinco de Septiembre*.
- Humberto Concepción. Presidente de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) en Sancti Spíritus.
- Jesús Rodríguez Díaz. Presidente de la UPEC en Cienfuegos.
- Minoska Cadalzo. Presidenta en funciones de la UPEC en Villa Clara.
- Yamilet Treto Ramírez. Funcionaria del Departamento Ideológico del Comité Provincial del PCC en Villa Clara, encargada de la atención de los asuntos relacionados con los medios de comunicación.
- Emilio Viamonte. Vicerrector de Extensión y Comunicación de la UCLV.

Los grupos focales de discusión resultan otra técnica idónea. A través de la realización de sesiones dinámicas y una guía no estructurada, permiten una interacción flexible con los participantes, los cuales tienen total libertad para intercambiar sus criterios sobre el tema en cuestión. Además, durante su desarrollo pueden surgir ideas que aporten nuevos elementos a la investigación. Con el objetivo de recopilar información se realizan cuatro grupos de discusión conformados como se muestra a continuación:

Grupo de discusión # 1: Compuesto por cuatro periodistas del semanario *Vanguardia*.

Grupo de discusión # 2: Compuesto por seis periodistas del semanario *Escambray*.

Grupo de discusión # 3: Compuesto por ocho periodistas del semanario *Cinco de Septiembre*.

Grupo de discusión # 4: Compuesto por tres profesores y siete estudiantes de cuarto año de la Carrera de Periodismo de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.

2.4 Muestreo: muestra de expertos

La selección muestral se implementa a partir del Método de Evaluación de Expertos expresado en la fórmula $K = \frac{1}{2} (K_c - K_a)$, donde:

K- es el coeficiente de competencia.

K_c - es el coeficiente de conocimiento o información que tiene el experto acerca del tema de la evaluación.

K_a - es el coeficiente de argumentación o fundamentación sobre el tema tratado.

Ambas variables $-K_c$ y K_a- son puestas a consideración de los propios expertos a través de sendas tablas (Ver Anexo # 11). La información obtenida se tabula y con los valores de K_c y K_a se calcula el coeficiente de competencia (K). El resultado estará en el rango $0.2 \leq K \leq 1$ y su variación calificará a los expertos en Alto (A), Medio (M) o Bajo (B) coeficiente de competencia.

Aunque los teóricos recomiendan que se seleccione una cantidad entre 9 y 17 expertos, en el área comunicativa –y en un tema relativamente novedoso- estas cifras resultan utópicas. De ahí que la presente investigación consulte a un total de cinco expertos, calificados con un alto coeficiente de competencia, que contribuyen a la conformación de los aspectos teóricos y metodológicos de la presente investigación.

Expertos:

1-Rogério Christofolletti

Periodista, Máster en Lingüística y Doctor en Comunicación. Profesor del Departamento de Periodismo de la Universidad Federal “Santa Catarina” (UFSC) en Brasil. Es uno de los coordinadores del Observatorio de Ética Periodística y autor de libros sobre periodismo, deontología y educación.

2-Erick Torrico Villanueva

Fundador del Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) en Bolivia, director académico de la Maestría en Comunicación Estratégica de la Universidad Andina “Simón Bolívar” y ex presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

3-Juliana Castellanos Díaz

Comunicadora Social y Periodista de la Universidad de Manizales, Máster en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia. Docente, investigadora y catedrática del Departamento Académico de Comunicación de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Destacada investigadora dentro del área de la Comunicación Social y de los observatorios de medios en las facultades de comunicación y periodismo latinoamericanas.

4- Noel Angulo Marcial

Licenciado en Bibliotecología y Máster en Metodología de la Ciencia. Jefe de Redes de Colaboración y Asesor de Dirección General del Instituto Politécnico Nacional de México. Profesor de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México. Destacado investigador en el área de las Ciencias de la Información. Autor de varias publicaciones sobre gestión de conocimientos, observatorios de medios y periodismo.

5-Livia Reyes Ramírez

Máster en Bibliotecología. Doctora en Ciencias de la Información. Directora del Grupo de Gestión de la Información y el conocimiento del Centro de Información para la Prensa en Cuba (CIPRE). Directora de la revista *Cubahora*. Autora de la *Propuesta de un Centro Virtual para la Prensa Cubana* en 2007. Directora del Observatorio Cubano de Periodismo.

2.5 Triangulación

Mediante la aplicación y comparación de métodos y técnicas de recolección de datos, y el contraste de estos con los resultados obtenidos a través de las entrevistas a especialistas y expertos para validar los resultados, la presente investigación se triangula metodológicamente.

CAPÍTULO III: INSTITUCIONALIZAR EL MONITOREO A LOS MEDIOS

3.1 Rutas históricas de los observatorios de medios

La generalidad de los expertos enfatiza la importancia que adquiere el contexto para la comprensión íntegra de las dimensiones teóricas y prácticas de los observatorios de medios, sin embargo el estado del arte muestra que la ubicación histórica de estos escenarios resulta muy imprecisa. En este sentido [Christofoletti (2003) y Castellanos (2010)], coinciden en que no es fácil caracterizar una realidad que se encuentra en pleno movimiento, por ello constituye un campo en el que aún hay mucho por indagar y definir.

En cuanto al surgimiento de los observatorios de medios existen varios supuestos teóricos y los autores e investigadores más destacados del tema, adoptan diferentes posturas al respecto. La primera, según explican [Ortiz y López (2002), y Castellanos (2010)], ubica los orígenes de los observatorios de medios en la década del 40 del pasado siglo en Estados Unidos, con la consolidación del paradigma de los efectos mediáticos.

Se consideran las investigaciones de la *Mass Communication Research*⁵ como los antecedentes de los observatorios, pues proponen la observación de los *mass media* para determinar cuánto influyen en la conformación de la opinión pública (Castellanos, 2010, p. 3).

La segunda postura, sostiene que los observatorios de medios constituyen una consecuencia de la Guerra Fría. Según explica el periodista y docente de la Universidad Nacional de Colombia, Jaime Wilches (2009), estos aparecen debido a la necesidad de velar por que el trabajo de los medios respondiera a intereses políticos y económicos. “Lo que sucede en el apogeo del siglo XX es una simple, pero muy efectiva readaptación de unos medios masivos de comunicación (...) que se convierten en un negocio de magníficas utilidades para el sector privado” (Wilches, 2009, p.74).

Estrechamente relacionada con lo anterior, una tercera propuesta explica la aparición de estos espacios a través del Informe *Mc Bride*⁶, desarrollado también en el contexto de la Guerra Fría. Según este documento, los observatorios serían los encargados de monitorear el papel de las grandes potencias en el ámbito de la información y velar por el cumplimiento de los deberes y derechos, tanto de los periodistas como de los ciudadanos. Alfaro (2009) considera ese estudio como el intento de alcance mundial más importante para solucionar la crisis por la que atraviesan los *mass media*⁷.

Por otra parte, un grupo de reconocidos periodistas y profesores colombianos de la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia, como Antonio Roveda y Mario Morales (2008), asumen una cuarta posición que presenta a la figura del *ombudsmen*⁸ y a las veedurías ciudadanas⁹ como los antecedentes de los observatorios de medios. Para estos autores, tanto los defensores del lector y las veedurías, como los observatorios de medios, constituyen el resultado de declaraciones y acuerdos emanados durante varios años de conferencias y eventos internacionales relacionados con la actividad del periodismo, entre ellas la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información realizada en Ginebra en 2003.

La actual relación entre prensa y poder, constituye uno de los temas más recurrentes y polémicos que se debaten en este tipo de encuentros internacionales. Como resultado, surge la idea de crear un observatorio internacional de medios. Ignacio Ramonet y el sociólogo belga Armand Mattelart, durante el Foro Social Mundial de Porto Alegre en 2002, proponen la consolidación de un quinto poder¹⁰ a través de la creación del *Media Watch Global*¹¹.

El *Observatorio Internacional de Medios* constituye un importante incentivo a partir del cual comienzan muchos proyectos de este tipo (Ver Anexo # 3), especialmente en América Latina, los cuales abogan por el respeto al derecho de las personas a una información confiable y de calidad, y por la ruptura absoluta de los *mass media* con los intereses de los grandes grupos mundiales de comunicación¹².

Esta iniciativa de crear un quinto poder para oponerse al nuevo superpoder de los grandes medios de comunicación masiva encuentra algunos puntos en común con relación a los fenómenos del *Media Criticism*¹³ y el *Media Watch*¹⁴, que aparecen en la década de los 80. Ambos son considerados por Herrera (2006 a) como los orígenes de los observatorios de medios.

Los supuestos teóricos anteriormente expuestos pueden ser asumidos como los distintos fragmentos de una única historia, pues los observatorios aún no están totalmente consolidados y tienen la capacidad de adaptarse con facilidad y rapidez a diversas funciones. Además, al carecer de un concepto acabado y de la certeza del contexto exacto en que aparecen los observatorios de medios, cada autor encuentra referentes en el pasado y en sus propias experiencias.

3.2 Coordinadas de experiencias de observatorios de medios

En América Latina existen observatorios en más de 15 países (Ver Anexo # 1). Estas naciones cuentan con varios espacios de este tipo, los cuales en su mayoría, constituyen organizaciones sin fines de lucro, fundadas por profesionales de los medios y académicos, para la reflexión, el diálogo en torno al periodismo.

Dentro de los más destacados en el continente latinoamericano se encuentran el *Foro de Periodismo Argentino* (FOPEA) y el *Observatorio Nacional de Medios* en Bolivia (ONADEM) (Ver Anexo # 1). El ONADEM tiene como finalidad contribuir al incremento de la calidad periodística, potenciar las capacidades ciudadanas para ejercer los derechos y los deberes constitucionales y promover la vigencia del derecho a la información (Torrico. Entrevista vía correo electrónico, 4 de febrero de 2015).

La *Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia* (ANDI) resalta en Brasil (Ver Anexo # 1), por su labor centrada en ayudar a la construcción de una cultura que priorice la promoción y la defensa de los derechos de la infancia y la adolescencia. En Colombia (Ver Anexo # 1), desempeña un rol muy importante el *Observatorio Nacional de Televisión* (ONTEL), con el fin de fortalecer la acción de distintas organizaciones en temas como la libertad de prensa, la protección de periodistas y el derecho a la información (Castellanos. Entrevista vía correo electrónico, 11 de diciembre de 2014).

Según Olga Maura Trapero (2008), asesora del ONTEL, en Norteamérica (Ver Anexo # 2), se ubican el *Media Awareness Network* (MNet) en Canadá, y en Estados Unidos el *Fairness & Accuracy in Reporting* (FAIR) y el *Media Watch*. En el ámbito europeo (Ver Anexo # 4) se destaca por su labor la *Asociación Iberoamericana de Derecho de la Información y de la Comunicación* (AIDIC). Además existen observatorios en Francia, España, Portugal e Inglaterra (Ver Anexo # 4).

En Cuba, el *Centro Virtual para la Prensa*, constituye una herramienta de la gestión de la información para el apoyo a las decisiones estratégicas en el ámbito mediático nacional, según expresa su directora Livia Reyes. La experiencia cubana, igualmente se enfoca en el mejoramiento de la calidad periodística, pero el observatorio se concibe más como un instrumento para la concientización, que para la fiscalización mediática.

La experiencia nuestra nos dice, que es necesario el cambio de mentalidad. De ver los resultados mostrados como un gran aporte al mejoramiento del periodismo y no cuestionamiento. Que vean al observatorio como una estructura al servicio de los medios y no como censura (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015).

El observatorio cubano de la prensa se orienta al estudio y diagnóstico del impacto que tienen los medios de comunicación en la población, con el propósito de “asegurar que las necesidades e intereses de los públicos se reflejen en forma apropiada” (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015).

A pesar de las diversas tipificaciones que reciben los observatorios, estos tienen en común indicadores que les permiten aportar positivamente al mejoramiento de la calidad de los contenidos que ofrecen los medios. Reyes, explica que “los resultados más evidentes son las asesorías en materia de periodismo digital, las nuevas maneras de asumir los comentarios en las redacciones, así como la participación en el diseño y la evaluación de estrategias de comunicación” (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015). La autora señala además, que estos escenarios deben apoyar la toma de decisiones de los periodistas y directivos de los medios, pero nunca decidir por ellos.

El contexto de la comunicación masiva en Cuba es muy diferente al del resto del mundo, ya que la prensa constituye una propiedad estatal, se rige por los principios del Partido Comunista de Cuba (PCC) y responde a los intereses del pueblo. Sin embargo, el análisis de las informaciones reflejadas en la prensa igualmente adquiere gran importancia, “para elevar al máximo la capacidad de respuesta con respecto al mensaje cubano, tanto en la opinión pública nacional como internacional” (Concepción. Entrevista personal, 12 de mayo de 2015).

El contexto¹⁵ resulta un factor clave para comprender las transformaciones culturales, tecnológicas y de audiencia que se producen en el ámbito de la comunicación. Los observatorios representan un nuevo espacio de debate y crítica a los medios, y por tanto, suponen un cambio significativo en la relación entre la audiencia y los *mass media*. Dentro del proceso de monitoreo y vigilancia las características específicas del medio de prensa estudiado adquieren una significativa importancia.

3.3 La prensa escrita en el centro: *Cinco de septiembre, Vanguardia y Escambray*

Los periódicos *Cinco de Septiembre, Vanguardia y Escambray*, constituyen los Órganos Provinciales del Partido Comunista de Cuba, en las provincias de Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus, respectivamente. Comparten además como características comunes: una tirada semanal de 30 mil ejemplares, para un total de 52 números al año, la presentación en formato tabloide y un sitio *web* de actualización diaria.

Los tres semanarios presentan una distribución temática por páginas, de esta forma la primera y la tercera plana son informativas, la segunda se dedica a los géneros opinativos, la cuarta, la quinta y la octava página, tienen un perfil variado, la sexta se reserva para los sucesos culturales y la séptima recoge el acontecer deportivo.

Para la gestión de la política editorial cuentan con espacios como las reuniones semanales entre la directiva y los periodistas. Además, como explica el director del periódico *Cinco de Septiembre*, Adonis Subit Lamí (Entrevista personal, 21 de marzo de 2015) “mediante reuniones semanales o vía correo electrónico, la dirección recibe las orientaciones del Partido Comunista de Cuba (PCC), y a partir de estas, se realiza la junta de información para la confección del plan de coberturas, la reunión del consejo editorial y los consejos de dirección”.

Los periodistas que integran las redacciones de los tres periódicos, se rigen por el Código de Ética de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) (Ver Anexos 5 y 6), que aboga y exige un periodismo de calidad, en el que prime el derecho ciudadano a la información, a través de la imparcialidad y la objetividad periodística. A pesar de la importancia que encierran las normas de redacción para un medio de prensa, solo *Escambray* cuenta con una Carta de Estilo.

El semanario *Cinco de Septiembre* está inscrito en el Registro de Publicaciones con el ISSN-0864-0467. Forman parte de esta editora otras publicaciones como los trimestrarios *La Picúa*, de corte humorístico, *Cienfuegos en la Historia*, de carácter histórico y el cultural, *Conceptos*. También se imprime mensualmente *El Montañés*, destinado a los pobladores de las zonas rurales. La impresión se distingue por los colores negro y azul.

El medio está compuesto por un total de 14 periodistas y el Consejo de Dirección lo conforman Adonis Subit Lamí, Director, Magalys Chaviano Álvarez, Subdirectora y Mercedes Caro Nodarse, Jefa de Redacción. Los periodistas disponen de 10 computadoras, con conexión a

Internet durante las 24 horas del día, así como un televisor y línea telefónica, que garantizan las condiciones de trabajo indispensables.

La confluencia de egresados y profesionales experimentados evidencia multiplicidad de enfoques y estilos en el periódico cienfueguero. Según su subdirectora Magalys Chaviano, el semanario tiene como particularidad un equilibrio entre sabiduría y juventud, debido al rango de edades de los periodistas, lo cual resulta provechoso para la publicación, que gana en calidad y dinamismo.

Entre los miembros con más años de experiencia se encuentran Dagmara Barbieri López y Armando Sáez Chávez. A la sabiduría de los más experimentados se le suma la disposición, la energía y la intrepidez de los más jóvenes. Resulta una combinación muy eficaz, de la cual todos se benefician (Grupo de discusión 3).

El periódico ha recibido desde su fundación el cinco de septiembre de 1980 importantes premios en los Concursos Nacionales de Periodismo Económico, así como en el Festival de la Prensa Escrita. “Resaltan los resultados alcanzados en los Concursos Nacionales de Periodismo Deportivo, en el que ha sido galardonado en más de cinco ocasiones consecutivas” (Grupo de discusión 3).

Vanguardia, se imprime en azul y negro con el ISSN-0864-098X. Está integrado por un total de 16 periodistas y su directiva está conformada por Marelys Concepción como Directora, Narciso Fernández, Subdirector y Mercedes Rodríguez, Jefa de Redacción. Cuenta con *Melaíto*, publicación humorística de salida quincenal y *El Azucarero*, con una frecuencia de tres veces por semana, durante el período de zafra.

Los miembros de la redacción periodística manifiestan un alto grado de conformidad con las condiciones materiales y tecnológicas del medio: “En realidad no son las mejores, pero si nos comparamos con otros, somos privilegiados. No podemos quejarnos, tenemos lo indispensable” (Grupo de discusión 1).

Según su directora Marelys Concepción, *Vanguardia* se caracteriza por el empleo de la caricatura y la fotografía, que resultan un complemento muy eficaz para la presentación de las informaciones, además de que le otorgan un mayor atractivo visual. “La caricatura le aporta muchísimo al contenido y lo vuelve atrayente. En nuestro colectivo contamos con caricaturistas muy talentosos como Alfredo Martirena y Félix Linares. *Comentario Gráfico*, constituye una

sección fija en la página uno, reconocida por su originalidad” (Concepción. Entrevista personal, 27 de marzo de 2015).

La óptima calidad de las relaciones humanas constituye otro elemento distintivo del periódico de Villa Clara. “Las relaciones personales son magníficas entre los periodistas, la directiva, así como con el resto del personal empleado, y por tanto, funcionan perfectamente los flujos de comunicación al interior de los mecanismos de trabajo. Esa es una de nuestras fortalezas” (Grupo de discusión 1).

Por su parte, *Escambray*, es reconocido nacionalmente por la calidad de sus contenidos, la objetividad y la competencia de sus miembros. La editora incluye además otras publicaciones, como *El arriero*, suplemento para el Plan Turquino y *Vitrales*, de corte cultural con seis mil ejemplares, ambos con salida cuatrimestral. Es impreso con los colores negro y rojo, y está inscrito con el ISSN-9664-1277.

La redacción de *Escambray* tiene ocho computadoras disponibles y el acceso a Internet no presenta restricciones en cuanto a cuotas u horarios. Está integrado por 10 periodistas, encabezados por su Director, Juan Antonio Borrego, como Subdirectora Gisselle Morales, y Reidel Gallo, es el Jefe de Redacción. Cuenta con un prestigioso equipo de reporteros, entre los que se destaca Pastor Guzmán, con más de 35 años de trabajo en el sector. La realización de un excelente periodismo de investigación y la cobertura detallada de situaciones extremas, constituyen algunos de los méritos del periódico.

Tanto en soporte impreso como digital, ha recibido varios reconocimientos como el Gran Premio a la Mejor Publicación Integral Provincial, el Premio Provincial a la obra de la vida, dos Premios Juan Gualberto Gómez, el Premio Nacional de Periodismo Económico y el Premio Onelio Jorge Cardoso, que otorga la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) al mejor trabajo gráfico.

La página *web* del semanario, bajo el mismo nombre, se destaca por su riqueza en cuanto a diseño, visualidad y contenido, según opinan los periodistas del medio. En el año 2000, durante el Primer Festival de la Prensa Escrita en Cuba, se reconoció como la mejor *web* del país en la lucha por el regreso de Elián González (Grupo de discusión 2). Juan Antonio Borrego, director de este semanario provincial enfatiza la importancia de la actualización constante del sitio: “La

inmediatez que pierde la versión impresa, debe ser compensada por esta vía. En *Escambray* la actualización no es diaria, sino ininterrumpida. Cada vez que se dispone de un material de interés se sube” (Borrego. Entrevista personal, 11 de mayo de 2015).

De manera general, *Cinco de Septiembre*, *Vanguardia* y *Escambray*, contribuyen a formar estados de opinión en relación a temas puntuales de interés público y constituyen una representación de la realidad social, económica, política y cultural en el territorio central de Cuba. En este proceso complejo intervienen varios actores, entre ellos, los públicos y los periodistas. Sobre estos últimos recae la mayor parte de las responsabilidades pues además de informar y educar a las masas, deben autosuperarse.

3.4 Importancia de un observatorio para la prensa escrita

Los periodistas que integran las redacciones de *Vanguardia*, *Cinco de Septiembre* y *Escambray*, consideran oportuna la creación de un observatorio para la prensa escrita, en aras de mejorar el contenido de los periódicos. “Sería muy útil, sobre todo para conocer nuestros errores. Marcaría una pauta sobre qué estamos haciendo bien y qué debemos mejorar. Sabernos sometidos a una evaluación constante nos obligaría a esforzarnos para ser mejores” (Grupo de discusión 3).

Ante la posibilidad de convertirse en el punto de mira de una instancia constituida para velar por la realización de un trabajo ético, responsable y de calidad por parte de los periodistas, estos lejos de sentirse amenazados o reacios ante la crítica, adoptaron una actitud favorable.

La prensa cubana lo necesita y nosotros, los periodistas de los medios provinciales, de manera especial. Es inconcebible que a estas alturas aún nos estemos cuestionando la importancia de implementar un observatorio de medios, porque tal vez no constituya la solución a los problemas, pero sí una herramienta valiosa para medir las dimensiones de estos y nos ayudaría a guiar nuestro periodismo por el camino correcto (Grupo de discusión 2).

Como consenso, para los periodistas de la prensa escrita de la región central de Cuba es válida la propuesta de un observatorio de medios, como una vía para calificar y cuantificar el desempeño de los profesionales del sector y tener la posibilidad de comparar los resultados tantos individuales como colectivos. “En Cuba no existe competencia, por tanto, más que evaluación tenemos que hablar de autoevaluación, porque solo algunos la realizamos de manera individual, por conciencia propia y con el propósito de autosuperarnos” (Grupo de discusión 1).

⁵ Corriente que irrumpe a mediados del siglo XX en Estados Unidos, con el principal objetivo de analizar los efectos sociales, culturales y psicológicos de los mensajes que se transmiten por los medios masivos de comunicación y las reacciones del público frente a las propuestas mediáticas para obtener las claves para conducir el comportamiento de las masas.

⁶ También conocido como *Un solo mundo, Voces Múltiples*, es impulsado por el grupo de Países No Alineados durante la Asamblea General de la UNESCO en 1976. Propone implementar un nuevo orden comunicacional que solucione los problemas de la prensa y la comunicación de masas, como la desigualdad entre países, el desequilibrio informativo, la censura, el mal equipamiento y formación profesional de los periodistas, entre otros.

⁷ Alfaro, R.M. (2009). *¿Desarrollo? Encuentros y desencuentros entre medios y ciudadanía* (2ª Ed.), “El hecho internacional más notable que organizó la preocupación sobre los medios, fue la producción y presentación del Informe Mc Bride, que fue duramente silenciado por la UNESCO (...), al constatar que se cuestionaba el sistema comunicativo del momento. Desde este resultado trunco la voluntad de incidencia y cambio mediáticos más universal y coherente que se estuvo forjando en esa época se apagó”.

⁸ Figura del defensor de los lectores-oyentes-telespectadores.

⁹ Rey, G. (2004). *Ver desde la ciudadanía. Observatorios y Veedurías de medios de comunicación en América Latina*. “Lugares sociales nuevos alentados por una tradición que ha insistido en unir democracia y comunicaciones desde una perspectiva emancipadora y crítica. Lugares del ver y observar ciudadano, que en su operación de control político del poder permiten, a su vez generar participación social, presencia activa en la vida pública”.

¹⁰ Continuación de la serie de los tres poderes clásicos de Montesquieu (ejecutivo, legislativo y judicial), ocuparía el quinto lugar tras el cuarto poder atribuido a los medios de comunicación por el escritor y político anglo-irlandés, Edmund Burke.

¹¹ En español: *Observatorio Internacional de Medios*.

¹² Ramonet, I. (2003). *El Quinto Poder*, “Acaba de nacer un contrapoder, con la vocación de reunir a todos aquellos que se reconocen en el movimiento social planetario y que luchan contra la confiscación del derecho de expresión. Los globalizadores habían declarado que el siglo XXI sería el de las empresas globales; la asociación *Media Watch Global* afirma que será el siglo en el que la comunicación y la información pertenecerán finalmente a todos los ciudadanos”.

¹³ El *Media Criticism* consiste en la crítica abierta a los medios de comunicación, centrada en la tendencia de estos a responder en mayor medida, a los intereses económicos de los grupos de poder que a las necesidades reales de información de las audiencias.

¹⁴ El *Media Watch* se enfoca en la vigilancia de los *mass media* a través de la observación, el monitoreo y el análisis continuo de la labor de los periodistas.

¹⁵ Gaspar Broullón (2005), miembro del grupo de investigación español Nuevos Medios de la Universidad “Santiago de Compostela” explica que la experiencia de cada observatorio está estrechamente relacionada con el contexto específico en que se desarrolla y varía de acuerdo con las diferentes zonas geográficas del planeta. En América Latina están vinculadas a la situación de crisis social y democrática en que surgen los observatorios. Mientras, en América del Norte influyen cuestiones político-ideológicas determinadas por posturas republicanas o demócratas. En el continente europeo tienen estrecha relación con el concepto de Unión Europea, que implica que los observatorios analicen no solo los medios nacionales, sino también los internacionales. En Oceanía resultan fundamentalmente como expresión de la lucha por los derechos de libertad y autonomía de la prensa.

Resalta el caso de Asia, que se caracteriza por la inexistencia de observatorios de medios, pero a la vez, constituye una de las zonas que mayor interés despierta en observatorios extranjeros especializados en medios internacionales.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA DEL *OBSERVATORIO DE LA PRENSA ESCRITA EN EL CENTRO DE CUBA* (OPECC)

4.1 Elementos compositivos del OPECC

4.1.1 Estructura y función

La estructura de los observatorios de medios y el modo en que funcionan varía de un observatorio a otro, pues no existe un procedimiento único o una norma universal para regular sus elementos compositivos. La creación de los observatorios se efectúa a partir de los objetivos concretos a los que estos responden.

Las propuestas metodológicas para estructurar los observatorios se conforman en reuniones, foros y encuentros de socialización, así como en comisiones de trabajo donde se analizan las temáticas a investigar. En fin, “no existen pasos para construir un observatorio, pues cada uno tiene su propia guía metodológica” (Torrío. Entrevista vía correo electrónico, 4 de febrero de 2015).

El *Observatorio de la Prensa Escrita en el Centro de Cuba* (OPECC), más allá de la metodología a utilizar para su implementación, requiere antes definir una serie de elementos organizativos y funcionales, que forman parte de su planificación estratégica, como objetivos, responsabilidades y recursos.

Yamilet Treto, Funcionaria del Departamento Ideológico del Comité Provincial del Partido Comunista de Cuba (PCC) en Villa Clara (Treto. Entrevista personal, 26 de mayo de 2015) concuerda con los periodistas de *Escambray*, *Cinco de Septiembre* y *Vanguardia* (Grupos de discusión 1, 2, 3) en la importancia de que los observatorios prioricen dentro de su misión, visión y objetivos, como una de las tareas más importantes, la vigilancia del entorno. De acuerdo con estos criterios el OPECC tiene las siguientes misión y visión:

Misión: apoyar la estrategia informativa de Cuba a través de un sistema de vigilancia informacional capaz de monitorear, analizar y evaluar sistemáticamente la prensa escrita en el territorio central del país.

Visión: convertirse en instrumento de análisis por excelencia del periodismo impreso en las provincias Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus, y potenciar la toma de decisiones estratégicas en este sector.

El análisis de experiencias de observatorios en América Latina y el mundo de manera general, arroja como resultado que la mayoría de los observatorios adoptan reglamentos redactados durante eventos y cumbres internacionales [(R. Christofolletti. Entrevista vía correo electrónico, 27 de noviembre de 2014), (N. Angulo. Entrevista vía correo electrónico, 9 de diciembre de 2014), (J. Castellanos. Entrevista vía correo electrónico, 11 de diciembre de 2014) y (E. Torrico. Entrevista vía correo electrónico, 4 de febrero de 2015)]. Aunque estos estatutos se elaboran con el propósito de guiar la labor de las distintas tipologías de observatorios, se enfocan en exigir derechos ciudadanos relacionados con la democracia, los derechos humanos, la libertad de expresión, entre otros, y por tanto, no se corresponden con las características de la prensa en Cuba.

Los miembros de la redacción de *Escambray* (Grupo de discusión 2), consideran que los especialistas del OPECC deben regirse por el Código de Ética de la UPEC (Ver Anexos # 5 y # 6), que establece que los periodistas cubanos deben mantener una conducta laboral, social y moral consecuente con los principios y normas de la sociedad cubana. Sin embargo, para los periodistas del *Cinco de Septiembre* esto resulta insuficiente:

Es necesario reelaborar dichos estatutos, pues aún resultan demasiado ambiguos, y por tanto superficiales. Es fundamental incluir otros aspectos, como el empleo de la fotografía, que requieren ser regulados, y que al no estar recogidos, pasan desapercibidos, y en la práctica, afectan el periodismo cubano actual (Grupo de discusión 3).

En este sentido, el criterio de los estudiantes y profesores de la carrera de Periodismo de la UCLV (Grupo de discusión 4), resulta el más acertado, ya que consideran que la supervisión mediática requiere estatutos que respondan a este propósito concreto. Una vez se implemente el OPECC, su directiva se encargará de la elaboración de un Código de Ética que regule las actividades y procesos que conforman la vigilancia informativa, y exija el comportamiento moral adecuado de los integrantes del observatorio.

Según los resultados obtenidos a partir de las entrevistas a los directivos de la prensa escrita en el territorio central de Cuba [(Borrego. Entrevista personal, 11 de mayo de 2015), (Concepción. Entrevista personal, 27 de marzo de 2015) y (Subit. Entrevista personal, 21 de marzo de 2015)], así como lo expuesto por (Treto. Entrevista personal, 26 de mayo de 2015), se trazan los siguientes objetivos del OPECC:

- 1- Investigar las problemáticas del periodismo impreso en las provincias Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus, desde la perspectiva de la política informativa del país para los medios de comunicación.
- 2- Potenciar estudios de emisores, mensajes y audiencias acerca de la prensa escrita en el territorio central de Cuba.
- 3- Proporcionar a los usuarios información especializada sobre los periódicos *Escambray*, *Vanguardia* y *Cinco de Septiembre*.
- 4- Generar espacios de reflexión, debate y análisis sobre temas puntuales de las tendencias actuales de la prensa escrita en la región central de Cuba.
- 5- Apoyar la toma de decisiones en cuanto a la planificación estratégica del desarrollo del periodismo impreso en las provincias Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus.

De acuerdo con los criterios de los periodistas, directivos y expertos entrevistados, el OPECC se compone de profesionales del Periodismo, la Comunicación Social, las Ciencias de la Información y la Informática. La conformación de un equipo multidisciplinario tiene el propósito de lograr variedad de criterios, integración en los diferentes niveles de conocimientos, así como una mayor calidad en los análisis científicos.

Los especialistas de Ciencias de la Información presentan una adecuada preparación en materias como edición de documentos, arquitectura y diseño de la información, indización y resumen, análisis documental, entre otras; lo que les proporciona una amplia gama de conocimientos útiles para la vigilancia (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015).

Por su parte, los ingenieros informáticos poseen un sinnúmero de habilidades indispensables para el manejo de las tecnologías del observatorio, principalmente relacionadas con el uso de

las redes, la programación, el dominio de *software*, la rapidez en la interfaz usuario-máquina y el diseño de sitios *web* (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015).

De acuerdo con el criterio de (Viamonte. Entrevista personal, 27 de mayo de 2015) la incorporación de comunicadores sociales al equipo de trabajo responde a la necesidad de trazar estrategias comunicativas y elaborar programas, proyectos, así como acciones y productos vinculados a la divulgación de los resultados obtenidos por el observatorio.

Igualmente, para los Presidentes de la UPEC en Villa Clara, Sancti Spíritus y Cienfuegos [(Cadalzo. Entrevista personal, 26 de mayo de 2015), (Rodríguez. Entrevista personal, 18 de mayo de 2015) y (Concepción. Entrevista personal, 12 de mayo de 2015)] resulta imprescindible para la vigilancia informacional la incorporación de periodistas, pues a partir de su dominio de las características de los diferentes géneros, el empleo de las fuentes de información, y la importancia del cumplimiento de principios éticos, permite un análisis profundo y bien fundamentado del contenido de los semanarios a estudiar.

Existen diversos criterios en cuanto a la instancia que debe financiar el observatorio, pues los periodistas de *Vanguardia* (Grupos de discusión 1), consideran que la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) constituye la institución idónea para auspiciar la implementación del OPECC, por su decisiva contribución a la formación y superación de los periodistas cubanos.

En tal sentido, los miembros de la redacción de *Escambray* (Grupo de discusión 2), así como los profesores y estudiantes de la carrera de Periodismo de la UCLV (Grupo de discusión 4), concuerdan en que debido a la visión academicista del observatorio, debe formar parte de dicha universidad. Mientras que los profesionales de la prensa escrita en Cienfuegos consideran que el Centro de Información para la Prensa Cubana (CIPRE), cumple con los requisitos para encargarse de la creación del OPECC, ya que las funciones del observatorio se corresponden con las estrategias de trabajo de este centro, de ofrecer información útil y actualizada sobre el periodismo en Cuba (Grupo de discusión 3).

La labor del OPECC requiere de un sistema bien organizado y estructurado que gestione, de forma efectiva, todos los procesos que intervienen en su actividad. Por tanto, lo más acertado resulta que el observatorio forme parte de la UCLV, por constituir esta, la institución que más personal calificado reúne en el territorio central de Cuba.

De tal forma, no solo se cuenta con especialistas graduados y en formación, de diferentes áreas de conocimientos como el Periodismo, la Comunicación Social, las Ciencias de la Información, la Informática, sino también de Derecho, Economía, Psicología, entre otras, que permiten un análisis profundo de los temas tratados en los periódicos *Escambray*, *Vanguardia* y *Cinco de Septiembre*. Además, la integración de profesionales no vinculados a los medios de prensa estudiados, garantiza la imparcialidad del proceso de vigilancia informacional.

Según Emilio Viamonte es interés de la dirección de la UCLV crear un observatorio de medios dentro del ámbito universitario, y la implementación del OPECC constituye responsabilidad del Vicerrectorado de Extensión y Comunicación. “El observatorio debe formar parte del Grupo de Comunicación Institucional de la UCLV, ya que este reúne tanto el personal y las competencias profesionales requeridas, como los recursos materiales y tecnológicos necesarios” (Viamonte. Entrevista personal, 27 de mayo de 2015).

Algunos autores y expertos consultados como (Angulo. Entrevista vía correo electrónico, 9 de diciembre de 2014), consideran que el observatorio debe estar a cargo de un equipo compuesto únicamente por un conjunto de especialistas en información e informática. En este sentido, la presente investigación comparte el criterio de (Cadalso. Entrevista personal, 26 de mayo de 2015), y de los periodistas de la prensa escrita de las provincias centrales (Grupo de discusión 1, 2, 3), de que a partir de una filosofía de trabajo en colaboración, el observatorio debe permitir que un grupo de agentes externos nutra, desde diferentes puntos de vista, su funcionamiento.

Por ello, el OPECC establecerá relaciones con cada una de las sedes provinciales de la UPEC en la región central, por constituir esta la única organización aglutinadora de los profesionales de la prensa cubana. Igualmente, resulta decisivo el apoyo de entes colaboradores de distintos niveles de dirección estratégica, ejecutiva y docente, como el Partido Comunista de Cuba, las Asambleas del Poder Popular de las provincias Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus, las diferentes facultades de la UCLV y el CIPRE, para facilitar, agilizar y enriquecer los distintos procesos de vigilancia y supervisión mediática.

Además del personal, el OPECC necesita un local de trabajo con la infraestructura correspondiente. Debe contar con un baño, así como con la ventilación, la iluminación y las

condiciones higiénicas adecuadas. También requiere de medios de transporte para el traslado de los analistas de información, en función de los eventos, y los estudios de emisores y audiencias, que realicen sobre la prensa escrita en las provincias del territorio central de Cuba. Garantizar los recursos materiales indispensables constituye responsabilidad del Vicerrectorado de Comunicación y Extensión de la UCLV.

El OPECC requiere de departamentos destinados a la dirección, el análisis y el procesamiento de la información (Ver Anexo # 7). Para el montaje de las oficinas se requiere de escritorios, sillas, mesas para computadoras, papeles, lapiceros, cestos de basura, entre otros materiales (Ver Anexo # 9). La cantidad de implementos de este tipo se determina de acuerdo con el número de analistas, informáticos y personal en general empleado.

Los expertos consultados como [(Christofolletti. Entrevista vía correo electrónico, 27 de noviembre de 2014) y (Castellanos. Entrevista vía correo electrónico, 11 de diciembre de 2014)] destacan la disponibilidad de recursos tecnológicos como un factor fundamental para el desenvolvimiento de las tareas del observatorio. De acuerdo con los criterios de estos autores y los resultados obtenidos a través del análisis de experiencias de observatorios en Cuba, como el *Centro Virtual para la Prensa Cubana* (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015), el OPECC requiere un equipo de aire acondicionado, una impresora, así como una computadora por cada persona que intervenga en el proceso de vigilancia, con suficiente memoria RAM¹⁶ y espacio en disco duro para instalar los programas necesarios.

Igualmente se necesita servicio de Internet para los ejercicios pertinentes a la observación, lo que requerirá montar una red con topología en estrella¹⁷, donde todas las computadoras deben estar conectadas a un *switch*¹⁸ vinculado a la intranet y a los servidores de la UCLV. Se debe contar además con un *hosting*¹⁹ para el *website* del observatorio que viabilice la distribución de los paquetes electrónicos de información y que permita el acceso a los servicios comunes de la UCLV: correo electrónico e Internet. El observatorio debe estar respaldado también por un servicio FTP²⁰ para la descarga de las herramientas de *software*, artículos y otros documentos resultantes de la observación (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015).

No basta contar con los recursos humanos, materiales y tecnológicos, también es necesario establecer una estructura organizativa, que garantice un óptimo funcionamiento del observatorio.

4.1.2 Organización

Para la labor de los observatorios de medios resulta imprescindible establecer mecanismos de trabajo y flujos de información adecuados, así como definir las tareas de cada trabajador. Según [(Castellanos. Entrevista vía correo electrónico, 11 de diciembre de 2014) y (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015)], el director del observatorio debe ser un periodista de experiencia, así como el subdirector, aunque este último cargo también puede ocuparlo un especialista en Ciencias de la Información o Comunicación Social. Los equipos de análisis y procesamiento de datos se componen de especialistas en Ciencias de la Información, Periodismo, Comunicación Social e Ingeniería Informática.

De acuerdo con los criterios de [(Angulo. Entrevista vía correo electrónico, 9 de diciembre de 2014), (Torrico. Entrevista vía correo electrónico, 4 de febrero de 2015), (Castellanos. Entrevista vía correo electrónico, 11 de diciembre de 2014), (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015) y (Viamonte. Entrevista personal, 27 de mayo de 2015)], el OPECC necesita 11 personas que se ocupen de las distintas tareas. Su organigrama presenta la siguiente estructura: director, subdirector técnico-administrativo, analistas de información (tres especialistas en Ciencias de la Información, un Comunicador Social y tres Periodistas), y dos informáticos (Ver Anexo # 8).

Asumir la dirección del OPECC significa responsabilizarse por la óptima realización de todas las actividades y procesos de la supervisión mediática, además de exigir y cumplir con las normas y principios éticos, que rigen las tareas de la vigilancia informacional (Treto. Entrevista personal, 26 de mayo de 2015).

Igualmente, tanto la directiva como los especialistas que desarrollen las actividades del observatorio, deben poseer una serie de habilidades y competencias informacionales para poder desempeñar correctamente las labores de monitoreo, procesamiento y difusión de la información relacionada con la prensa escrita de las provincias Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus.

Tienen que ser capaces de identificar información confiable, precisa y pertinente, reconocer las necesidades informativas de los usuarios por orden de prioridad, localizar las fuentes potenciales de información, y desarrollar diferentes estrategias de búsqueda y recuperación de datos de forma efectiva (Rodríguez. Entrevista personal, 18 de mayo de 2015).

En este sentido los estudiantes y profesores de la carrera de Periodismo de la UCLV (Grupo de discusión 4), consideran pertinente proporcionar cursos de capacitación y superación, previos a la conformación del equipo de trabajo del OPECC, para garantizar la adecuada preparación de los especialistas que integran el observatorio.

La organización del trabajo varía de acuerdo con el perfil de cada observatorio, pero de manera general los expertos consultados como [(Christofoletti. Entrevista vía correo electrónico, 27 de noviembre de 2014) y (Angulo. Entrevista vía correo electrónico, 9 de diciembre de 2014)], consideran oportuno que la directiva (director y subdirector), realice las revisiones pertinentes, y asegure la disponibilidad de recursos y la utilización de los resultados para la toma de decisiones.

El director del OPECC es el máximo responsable de todas las actividades y procesos de la vigilancia informacional. Entre sus funciones está asegurar el establecimiento y control de los objetivos propuestos, efectuar seguimientos para analizar los resultados obtenidos y evaluar el trabajo, así como reuniones periódicas con el subdirector y demás trabajadores, para realizar las debidas orientaciones.

El subdirector supervisa los procesos administrativos del observatorio y coordina encuentros, debates y eventos para capacitar a los periodistas de la prensa escrita y a los públicos de las provincias Villa Clara, Cienfuegos y Sancti Spíritus, con el propósito de contribuir al incremento de la calidad de los contenidos publicados en los semanarios provinciales estudiados.

Los profesionales de Ciencias de la Información, se encargan de la búsqueda de datos relacionados con los medios impresos de la región central del país. Deben identificar y estudiar las necesidades de los usuarios, a partir de métodos y técnicas como los estudios de audiencias y las encuestas. Además diseñan y organizan los productos que integran la cartera de servicios del OPECC.

Por su parte, los periodistas efectúan los procesos de análisis y evaluación de la información, redactan los informes y demás servicios que ofrece el observatorio a sus usuarios, y son responsables de la realización del boletín electrónico *Noticias del Centro* y la revista informativa *Prensa en el Centro*. En este sentido, resulta importante que la directiva del

OPECC asegure la confección de una Carta de Estilo, que guíe a los analistas en la elaboración de los productos de información especializada en periodismo impreso que brinda el observatorio a sus públicos (Grupo de discusión 4).

De acuerdo con el criterio de Castellanos (Entrevista vía correo electrónico, 11 de diciembre de 2014) el comunicador social tiene entre sus tareas “diseñar la comunicación visual, sonora y dinámica de los contenidos de la cartera de servicios, o sea, determinar la iconografía, las imágenes, el sonido, así como las estrategias para la divulgación de los distintos productos”. Además, debe recepcionar las quejas, sugerencias y solicitudes de servicios de los usuarios a través de un espacio habilitado para la atención directa a estos, y la sección de comentarios de la página *web* del OPECC. Los públicos también podrán enviar sus criterios utilizando el correo electrónico, la vía telefónica y el correo postal.

Los informáticos digitalizan los contenidos, programan la interfaz, y proveen *hosting* y tráfico. Realizan los procesos relacionados con la difusión y uso de la información. Se encargan de la actualización de la página *web*, las redes sociales y la cartera de productos del observatorio. Son los responsables de mantener los servicios de correo, intranet, internet, así como el funcionamiento de los foros, y demás recursos de funcionalidad e interactividad.

Según Viamonte (Entrevista personal, 27 de mayo de 2015) la distribución de plazas y tareas puede variar, ya que responde a los requerimientos específicos del observatorio, por tanto, si se amplía el proyecto, aumenta el número de observadores. Resulta importante tener en cuenta que los periodistas que formen parte del OPECC, tanto en función de analistas como de directivos, no podrán estar vinculados a los periódicos *Escambray*, *Cinco de Septiembre* y *Vanguardia*, para garantizar la imparcialidad de los análisis que estos realicen.

Para completar la creación del OPECC se impone la necesidad de realizar estrategias de comunicación para darlo a conocer, las cuales pueden ser realizadas a través de las redes sociales, las páginas iniciales de las intranet de la UPEC, la UCLV, y el CIPRE, en forma de noticia, mediante reuniones con los directores de los periódicos *Escambray*, *Vanguardia* y *Cinco de Septiembre*, y los propios periodistas, así como mediante folletos, boletines y correos *spam* (correos masivos de publicidad), con la debida autorización (Grupos de discusión 2, 3).

Angulo (Entrevista vía correo electrónico, 9 de diciembre de 2014), considera que brindar asistencia técnica debe ser una prioridad de los observatorios, ya que de esta forma se fortalece la relación con los distintos públicos. En este sentido, los usuarios del OPECC, podrán colaborar con investigaciones propias, solicitar estadísticas, así como apoyo técnico y capacitación para la recolección, el procesamiento, análisis y uso de la información.

A partir de los criterios de [(Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015), (Christofoletti. Entrevista vía correo electrónico, 27 de noviembre de 2014), (Rodríguez. Entrevista personal, 18 de mayo de 2015), (Treto. Entrevista personal, 26 de mayo) y (Grupos de discusión 1, 2, 3, 4)], se considera que el OPECC tiene las siguientes funciones:

- Revisar el contenido de los medios impresos en Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus a partir de una vigilancia constante sobre temas de alta prioridad publicados en *Escambray*, *Vanguardia* y *Cinco de Septiembre*, definidos de acuerdo con la política informativa del país.
- Elaborar, a solicitud de los usuarios, estudios de tendencias y prospectivas, análisis comparativos e informes sobre temas afines a la prensa escrita en Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus.
- Compilar y procesar información relacionada con el periodismo impreso en Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus que permita generar y difundir servicios de información especializados en el periodismo impreso de la región central de Cuba.
- Contribuir a la capacitación de los usuarios en el consumo crítico de medios a través de la organización de encuentros con lectores, foros, entre otras actividades.
- Contribuir a la superación profesional de los periodistas de *Escambray*, *Vanguardia* y *Cinco de Septiembre* en la elaboración de un periodismo de calidad, mediante la organización de posgrados, reuniones con directivos de la prensa escrita en el territorio central de Cuba, el envío de informes de errores a los periodistas y a los semanarios, etc.

Las anteriores tareas constituyen las principales funciones dentro de la labor del OPECC, pero su trabajo no se limita solamente a estas actividades, sino que la directiva del observatorio

puede ampliar el alcance de estas o sumar otras, según considere pertinente (Viamonte. Entrevista personal, 27 de mayo de 2015).

El cumplimiento de las diferentes funciones y objetivos del observatorio dependen de una exitosa realización de los procesos que conforman cada una de las fases de la vigilancia informacional de los semanarios a estudiar.

4.2 Sistema de vigilancia informacional del OPECC

El OPECC necesita un sistema de vigilancia que le permita efectuar un monitoreo constante a los contenidos de los semanarios *Escambray*, *Vanguardia* y *Cinco de Septiembre*. De acuerdo con lo expuesto por Livia Reyes (Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015) la vigilancia informacional del observatorio consta de tres fases: observación, análisis y evaluación, y difusión y uso.

En cada una de estas fases, a partir de la entrada de datos relacionados con la actividad de los medios de prensa a estudiar, se desarrollan determinados procesos, que varían de acuerdo con los objetivos, funciones, propósitos e intereses específicos a que responden. Como resultado de estos procesos se generan nuevos datos, que pueden ser almacenados, utilizados y difundidos, y que constituyen los productos de información que ofrece el observatorio a sus usuarios.

A partir de los criterios de los expertos consultados [(Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015), (Torrico. Entrevista vía correo electrónico, 4 de febrero de 2015), (Castellanos. Entrevista vía correo electrónico, 11 de diciembre de 2014), (Christofoletti. Entrevista vía correo electrónico, 27 de noviembre de 2014) y (Angulo. Entrevista vía correo electrónico, 9 de diciembre de 2014)] se propone desarrollar las fases de la vigilancia informacional del OPECC a través de entradas, procesos y salidas de datos como se muestra a continuación:

Primera fase: observación

Entradas:

- 1- Periódicos impresos *Escambray*, *Vanguardia* y *Cinco de Septiembre*. Se incluyen los distintos suplementos de las editoras, históricos, culturales, humorísticos, entre otros.
- 2- Solicitudes de información de los usuarios (públicos académico, profesional y general).

- 3- Documentación interna de los medios de prensa monitoreados.
- 4- Informes relacionados con la actividad de los medios de prensa escrita como libros, artículos y tesis.
- 5- Entrevistas y encuestas a fuentes personales e institucionales.

Procesos:

1. Captar y validar información a través de la observación crítica (diacrónica y sincrónica), estrategias de búsqueda, y cotejo y contrastación de fuentes.
2. Reconocer y categorizar los indicadores del seguimiento de la actividad específica de cada periódico (*Vanguardia*, *Escambray* y *Cinco de Septiembre*), el impacto del contenido publicado por estos semanarios sobre los distintos segmentos de públicos, así como las relaciones entre estos medios provinciales, y distintos organismos y entidades del territorio.
3. Elaborar productos y servicios como informes de vigilancia, publicaciones y bases de datos.

En la realización de estos procesos intervienen los analistas de información, los cuales emplean diferentes métodos y técnicas para obtener información, como la entrevista, la encuesta, los grupos focales, entre otros. Además, con el fin de lograr la pertinencia y veracidad de la información observada es necesario identificar la fuente creadora de la información y verificar su credibilidad, mediante el análisis de su procedencia y la consulta a especialistas y expertos, internos y externos al observatorio (Grupo de discusión 2).

Salidas:

1. Datos estadísticos en forma de gráficos, tablas y cifras.
2. Informes derivados del análisis cuantitativo.
3. Subproductos informativos como compendios de noticias, revistas, entre otros.

Los datos obtenidos como resultado de la primera etapa de vigilancia (observación), se almacenan en las bases de datos del OPECC, y aquellos que resultan de mayor interés se utilizan en la siguiente etapa.

Segunda fase: análisis y evaluación

Entradas:

- 1- Datos estadísticos en forma de gráficos, tablas y cifras.
- 2- Informes derivados del análisis cuantitativo.

Procesos:

- 1- Indizar los informes y datos estadísticos, y almacenar en las bases de datos del observatorio. (Esta actividad corresponde a los analistas, específicamente al especialista en Ciencias de la Información).
- 2- Realizar estudios de emisores, mensajes y audiencias mediante la aplicación de métodos como el análisis de contenido y análisis del discurso.
- 3- Evaluar la calidad de los contenidos publicados por los periódicos *Vanguardia*, *Escambray* y *Cinco de Septiembre*.

La segunda y la tercera tarea corresponden a los periodistas que integran el equipo de analistas, pero de acuerdo con lo planteado por los integrantes de los grupos de discusión (2, 4), también pueden colaborar o realizar directamente estas funciones los especialistas en Ciencias de la Información, así como los estudiantes y profesores de la carrera de Periodismo de la UCLV.

Asimismo, es indispensable definir indicadores que permitan medir la calidad periodística para evaluar los productos informativos publicados en los semanarios monitoreados, lo cual constituye responsabilidad de la directiva y del equipo de analistas del OPECC.

- 4- Integrar, organizar, interrelacionar y presentar los datos suministrados a través de la elaboración, el mantenimiento y la evaluación de plataformas tecnológicas a utilizar. (Estas acciones forman parte de las funciones de los especialistas en Ciencias de la Información).
- 5- Combinar diversas aplicaciones como los agentes inteligentes de recuperación, la minería de textos y *software* de presentación para procesar los datos analizados. (Constituye una tarea de los informáticos).
- 6- Elaborar productos informativos de alto valor agregado como informes de calidad, estudios de tendencias e informes prospectivos. (Es responsabilidad de los periodistas del equipo de análisis).

Salidas:

- 1- Informes cuantitativos y cualitativos
- 2- Informes descriptivo-evaluativos
- 3- Informes estadísticos con inferencias cualitativas
- 4- Informes estructurados en mapas conceptuales acompañados de resúmenes, recomendaciones e informes estadísticos
- 5- Manuales informativos

Tercera fase: difusión y uso

Entradas:

- 1- Informes descriptivos-evaluativos
- 2- Informes cuantitativos y cualitativos
- 3- Informes estadísticos con inferencias cualitativas
- 4- Informes estructurados en mapas conceptuales acompañados de resúmenes, recomendaciones e informes estadísticos
- 5- Manuales informativos

Procesos:

1. Colocar información en la página *web* del *Observatorio de la Prensa Escrita en el Centro de Cuba* (OPECC), de acuerdo con los niveles de acceso a la información según los usuarios y las tipologías de productos y servicios solicitadas por los públicos.

Salidas:

1. Productos y servicios del OPECC

Tanto los procesos como las salidas que conforman la fase de difusión y uso, confluyen los esfuerzos de los informáticos, periodistas, especialistas en Ciencias de la Información, así como el Comunicador Social. En esta etapa las labores de monitoreo, análisis y evaluación de la información se materializan en diferentes productos y servicios, que pueden ser solicitados por los públicos en dependencia de sus intereses.

4.3 Cartera de productos y servicios del OPECC

Los servicios que brinda el observatorio son amplios y variados, y se concentran específicamente en la disponibilidad de información relevante y variada para los distintos

usuarios. De acuerdo con Noel Angulo (Entrevista vía correo electrónico, 9 de diciembre de 2014) la cartera del OPECC debe ofrecer la mayor cantidad posible de opciones a sus públicos, de manera que puedan elegir los productos informativos relacionados con la prensa escrita en el territorio central de Cuba, que mejor respondan a sus intereses y necesidades.

El observatorio debe ser concebido como un gran centro de información y facilitador de enlaces a sitios de importancia para el sector periodístico. También debiera enfocarse en brindar información sobre tendencias actuales, eventos nacionales e internacionales, editoriales, información acerca de personalidades destacadas en la rama y forma de contactarlos, así como información acerca de entidades científicas (Angulo. Entrevista vía correo electrónico, 9 de diciembre de 2014).

Teniendo en cuenta los criterios de los periodistas de los semanarios *Cinco de Septiembre*, *Vanguardia* y *Escambray* (Grupos de discusión 1, 2, 3), así como de los estudiantes y profesores de la carrera de Periodismo de la UCLV (Grupo de discusión 4), resulta de especial interés que el OPECC brinde la posibilidad de acceso a un repositorio que contenga trabajos investigativos producidos en la UCLV, y que la información que ofrezca posea una correcta organización, clasificación y resumen por temáticas, por medios, entre otras.

Igualmente se considera válida la opinión de (Christofoletti. Entrevista vía correo electrónico, 27 de noviembre de 2014), quien plantea que los servicios del observatorio deben elaborarse de acuerdo con una visión prospectiva. De esta forma, se amplían las posibilidades del OPECC de ofrecer respuestas, pues “identificar componentes probables de escenarios futuros en cualquier ámbito facilita la planificación de acciones necesarias para evitar o acelerar su ocurrencia”.

A partir de los resultados obtenidos a través del análisis de las experiencias de otros observatorios en América Latina y Cuba [(Castellanos. Entrevista vía correo electrónico, 11 de diciembre, 2014), (Torrigo. Entrevista vía correo electrónico, 4 de febrero de 2015) y (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015)], así como de las opiniones aportadas en los grupos de discusión (1, 2, 3, 4), se propone la inclusión de los siguientes servicios en la cartera de productos del OPECC:

1- Monitoreo de prensa

Es el seguimiento de forma sincrónica y diacrónica de temas cubiertos por los semanarios provinciales *Vanguardia*, *Escambray* y *Cinco de Septiembre*. Para ello se consultan además de

las versiones impresas y digitales de los periódicos estudiados, otras fuentes como Internet, bases de datos especializadas, repositorios bibliográficos y sitios *web*, que sirvan de materia prima para posteriores evaluaciones. Este servicio se destina a todos los usuarios (público académico, profesional y general).

2- Análisis de prensa

Es el examen detallado de los contenidos y formas de presentación del material periodístico de los semanarios provinciales *Vanguardia*, *Escambray* y *Cinco de Septiembre*, de acuerdo con el objetivo de análisis, especialmente temáticas definidas *ad-hoc*, y el impacto de la prensa en los diferentes públicos, de forma permanente. Se realizan inferencias para ofrecer propuestas que contribuyan a la toma de decisiones en el ámbito mediático de la prensa escrita en la región central de Cuba (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015).

El acceso al servicio es restringido y precisa autenticación. Se concibe para los usuarios con funciones estratégicas (Presidentes Provinciales de la UPEC y directores de los semanarios *Escambray*, *Cinco de Septiembre* y *Vanguardia*, así como máximos dirigentes de la Asamblea del Poder Popular y el Partido Comunista de Cuba en las provincias Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus).

3- Boletín electrónico (*Noticias del Centro*)

En formato electrónico, se debe distribuir por *e-mail*, con una frecuencia diaria, a primera hora de la mañana. Resume la información relevante de los ámbitos nacional e internacional que constituye noticia en Internet y en otros medios nacionales. Su acceso se restringe a una lista de usuarios, que soliciten dicho servicio.

4- Revista (*Prensa en el Centro*)

Constituye un compendio de las principales noticias sobre las provincias Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus que circula en Internet, en los medios provinciales y nacionales. Su acceso no presenta restricciones, y se encontrará siempre visible en la página *web* del observatorio.

[(Viamonte. Entrevista personal, 27 de mayo de 2015) y (Treto. Entrevista personal, 26 de mayo de 2015)] coinciden en que el boletín electrónico y la revista del observatorio constituyen servicios imprescindibles dentro de la cartera de productos del OPECC.

Recibir diariamente las noticias relacionadas con el territorio central de Cuba, o encontrarla de manera resumida, agrupada, en un mismo sitio, sin que sea necesario acceder a distintos medios de prensa para localizar la información que interesa, supone una ventaja para aquellos usuarios que precisan información actualizada sobre el acontecer noticioso de Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus, ya que reduce el tiempo y los esfuerzos requeridos (Treto. Entrevista personal, 26 de mayo de 2015).

5- Espacios divulgativos

Áreas interactivas donde se promocionan las actividades, así como los eventos provinciales, nacionales e internacionales relacionados con el periodismo y la comunicación. Ofrecen directorios, publicaciones y carteleras. Es un servicio abierto a todos los usuarios (Angulo. Entrevista vía correo electrónico, 9 de diciembre de 2014).

6- Foros

Espacios de interactividad y debate sobre diferentes áreas temáticas, en tiempo real y de forma asincrónica. Está previsto para cualquier tipo de público (Angulo. Entrevista vía correo electrónico, 9 de diciembre de 2014).

7- Proyectos

Según (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015) este servicio permite la presentación de los proyectos que se ejecutan o que se realizarán en un período de tiempo establecido, en el entorno periodístico. Cada proyecto exhibe una ficha en la que se destacan fundamentalmente su título, autores, un sumario y el tiempo que consumirá su ejecución. El servicio se concibe para los públicos académico y profesional.

8- Análisis de la correspondencia entre la actividad mediática y la política informativa

Es un informe evaluativo, resultante del examen crítico de los contenidos publicados en la prensa escrita de las provincias Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus. Se valoran los temas de mayor repercusión, las efemérides tratadas, los sectores más trabajados, así como los vacíos informativos, con el propósito de establecer la correspondencia entre la política informativa y las coberturas realizadas por los semanarios *Vanguardia*, *Cinco de Septiembre* y *Escambray*. Se dirige a todos los segmentos de públicos [(Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015) y (Treto. Entrevista personal, 26 de mayo de 2015)].

9- Estudio de perfiles estratégicos

Identificación y descripción de un objeto o sujeto de interés en el contexto mediático de las provincias Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus, para la posterior evaluación de su comportamiento ideológico, comunicativo, político, etc. Pueden ser estudios de perfiles de personalidades, países, medios, audiencias, entre otros (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015).

Para ello se emplean diversas fuentes como los propios semanarios monitoreados, otros medios y publicaciones nacionales e internacionales, Internet, repertorios biográficos y el directorio *¿Quién es quién en la prensa cubana?* perteneciente al Centro de Investigación de la Prensa en Cuba (CIPRE), así como fuentes personales e institucionales. Como resultado se obtiene un informe descriptivo con la caracterización del objeto o sujeto identificado. El acceso a este servicio no presenta restricciones.

10- Estudios de tendencias

Es un informe que se estructura de la siguiente forma: “Tendencias de (...) durante el período (...) en el contexto (...)”. Presenta diferentes alternativas que pueden mostrarse en un escenario futuro, según la constancia o variabilidad de conductas y los estados que asumen los periódicos analizados. Incluye mapas conceptuales, resúmenes, recomendaciones e informes estadísticos. Requiere el empleo de herramientas como sistemas estadísticos y de pronósticos, generadores de mapas conceptuales y gráficos de curvas, que permitan determinar el movimiento o la permanencia de comportamientos. Todos los públicos del OPECC podrán acceder a este servicio (Castellanos. Entrevista vía correo electrónico, 11 de diciembre de 2014).

11-Entrevistas

Documento impreso, electrónico o audiovisual. Con un estilo periodístico (entrada, cuerpo en forma de preguntas y respuestas, y cierre), se realiza a personalidades o especialistas (internacionales, nacionales, regionales o provinciales) cuando la gran relevancia del tema que traten, amerite elaborar un trabajo de este tipo. Puede incluir recuadros complementarios. Las entrevistas podrán ser personales (cara a cara), digitales o telefónicas. En el caso de los formatos escrito y digital deberá incluir fotografías (Grupos de discusión 2, 4).

Una vez definidos los productos que conforman la cartera de servicios, debe controlarse el acceso a los contenidos de acuerdo con el perfil de los diferentes públicos. “Las autorizaciones o restricciones para realizar determinadas acciones, según la función de cada arquetipo de usuario, constituyen la base del sistema de flujos de información” (Torrico. Entrevista vía correo electrónico, 4 de febrero de 2015).

A partir del análisis de otras propuestas de observatorios en Cuba, como el *Centro Virtual para la Prensa* (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015), para el empleo de los productos y servicios del OPECC se establecen diferentes niveles de acceso a la información, según las jerarquías de los públicos y de los distintos segmentos de usuarios que los conforman (Ver Anexo # 10).

El público profesional tiene prioridad con respecto a los demás usuarios, y está integrado por los directivos y periodistas. El académico lo conforman los estudiantes y profesores de la UCLV, mientras que el general comprende a los usuarios que no pertenecen al sector periodístico (Grupo de discusión 4).

A partir de los criterios de los periodistas de *Escambray*, *Vanguardia* y *Cinco de Septiembre* (Grupos de discusión 1, 2, 3) se considera como directivos con función estratégica a los Presidentes de la UPEC y de la Asamblea del Poder Popular, así como los Secretarios del PCC en las provincias Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus. Estos usuarios una vez identificados en la página inicial del OPECC, tendrán acceso a todos los servicios, productos y recursos del observatorio.

Los directivos con función ejecutiva son los directores de los semanarios *Vanguardia*, *Escambray* y *Cinco de Septiembre*, los cuales a partir de su correspondiente registro accederán a las informaciones generales del observatorio (presentación, divulgación), a los espacios de trabajo en colaboración (foros, calendario), y a los productos y servicios relacionados únicamente con el medio al que pertenecen (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015).

De acuerdo con el criterio de (Rodríguez. Entrevista personal, 18 de mayo de 2015) y los periodistas de *Cinco de Septiembre* (Grupo de discusión 3) el acceso de los periodistas de los semanarios analizados, también está jerarquizado de acuerdo a las funciones que estos realicen. De esta forma, tendrán mayor acceso aquellos que ocupen los cargos de Subdirector y Jefe de información.

Igualmente, los estudiantes de la UCLV disponen de los elementos de presentación y otros recursos informativos del observatorio. Los profesores además acceden a los entornos de colaboración. Para aquellos docentes que desempeñan funciones de dirección como Decano, Vicedecano o Jefe de Carrera de las distintas facultades, es posible contar con determinados productos y servicios relacionados con contenidos o intereses concretos de sus departamentos, mediante su previa solicitud [(Rodríguez. Entrevista personal, 18 de mayo de 2015) y (Viamonte. Entrevista personal, 27 de mayo de 2015)].

Los usuarios anónimos, o sea, que no pertenecen a los públicos anteriores (académico y profesional) se limitan a la visita de la página principal del observatorio, que incluye los elementos de presentación, como la definición y los objetivos del sitio, los miembros y colaboradores, así como las reglamentaciones y las herramientas a utilizar. Aquellos que se registren también pueden interactuar con otros recursos de información, funcionalidad e interactividad, como reseñas, noticias, informes y anuncios ofrecidos en los espacios de divulgación.

Los distintos públicos a los que se destina la cartera de productos del OPECC, tienen el derecho y la obligación de exigir que los servicios respondan a sus necesidades informativas, así como las garantías de calidad en su prestación. A partir de los criterios de los periodistas de *Vanguardia*, *Cinco de Septiembre* y *Escambray* (Grupos de discusión 1, 2, 3), profesores y

estudiantes de la carrera de Periodismo de la UCLV (Grupo de discusión 4), y directivos de prensa escrita en las provincias Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus [(Subit. Entrevista personal, 21 de marzo de 2015), (Concepción. Entrevista personal, 27 de marzo de 2015) y (Borrego. Entrevista personal, 11 de mayo de 2015)], se establecen como derechos de los usuarios los siguientes:

- Acceder a los recursos y servicios necesarios para el aprendizaje y la investigación de temas relacionados con la prensa escrita.
- Disponer de servicios individuales y de grupo, como el monitoreo de un semanario durante un período determinado, los foros, entre otros.
- Conocimiento por parte de los interesados de los datos e informaciones que pudieran afectarles, como los informes de errores a cada periodista o semanario.
- Mecanismos de participación en la vigilancia informacional.
- Disponibilidad y acceso a un apartado (comentarios) donde puedan plasmar quejas y sugerencias.

Luego de establecer los servicios que conforman la cartera de productos del OPECC, resulta imprescindible una óptima organización de todos los contenidos, que contribuya a fortalecer las relaciones entre el observatorio y sus públicos.

4.4 Organización de los contenidos

Para el establecimiento de la cartera de productos es necesario elaborar un informe sin restricciones de lectura, que recoja el objetivo, el alcance, las definiciones y responsabilidades del observatorio. La mayoría de los expertos consultados (Livia Reyes, Noel Angulo y Juliana Castellanos) coincide en la importancia de que este documento comprenda el procedimiento para la elaboración, actualización y mantenimiento de la cartera de servicios y las garantías que el sistema ofrece al usuario.

De esta forma, en la página principal del sitio *web* del OPECC se ubicará un documento visible para todos los públicos, que exponga que la cartera de productos del observatorio tendrá como

objetivo contribuir al incremento de la calidad periodística de los semanarios *Cinco de Septiembre*, *Vanguardia* y *Escambray*.

Además debe explicar que los servicios tienen un alcance provincial, regional, nacional e internacional, pues aunque se conciben para los estudiantes y profesores de la carrera de Periodismo de la UCLV, los periodistas, directores de la prensa escrita, Presidentes de la UPEC, así como el personal no periodístico de las provincias Villa Clara, Cienfuegos y Sancti Spíritus, sus contenidos se orientan a satisfacer las necesidades de información de los públicos en general.

Igualmente, el documento debe contener conceptos básicos que tributen al esclarecimiento de las acciones y ventajas que permite el observatorio a sus usuarios. Según los criterios de [(Angulo. Entrevista vía correo electrónico, 9 de diciembre de 2014)) y (Torrice. Entrevista vía correo electrónico, 4 de febrero de 2015)], es importante la inclusión de las siguientes definiciones:

-Necesidad de información: identificación de la carencia de información de los usuarios.

-Solicitud: acción de un usuario para iniciar el proceso de obtención de la información necesaria acerca de un tema determinado.

-Búsqueda: proceso encaminado a obtener la información necesaria a través de la utilización de herramientas.

-Herramienta de búsqueda: instrumento para realizar la búsqueda y lograr la obtención de información, como Internet y bases de datos.

-Procesamiento: tratamiento de la información que permite la localización rápida en los ficheros.

-Diseminación de información: proceso de información que responde a las necesidades de información planteada por los usuarios mediante diferentes formatos (boletines electrónicos e impresos, informes, folletos, artículos científicos, libros).

En cuanto a las responsabilidades, dicho documento debe aclarar que todos los especialistas y directivos que conforman el colectivo de trabajo del OPECC asumen distintas

responsabilidades en relación con el establecimiento y la actualización de la cartera de servicios. El director y el subdirector se encargan de supervisar el proceso completo que abarca este procedimiento. Los analistas de información aplican encuestas, ofrecen atención y asesoría a los usuarios, y se encargan de la elaboración de los diferentes productos. Además realizan diagnósticos que permitan identificar necesidades informativas de las audiencias y condiciones de sus respectivos medios y territorios. Mientras que los integrantes del equipo de informática y procesamiento de datos se encargan de la constante actualización y transmisión de la información [(Viamonte. Entrevista personal, 27 de mayo de 2015) y (Borrego. Entrevista personal, 11 de mayo de 2015)].

Para la descripción de cada producto de la cartera de servicios, deben emplearse rótulos de título que indiquen el contenido de cada espacio en el sitio *web* del observatorio. A partir de los criterios de [(Castellanos. Entrevista vía correo electrónico, 11 de diciembre de 2014), (Torrico. Entrevista vía correo electrónico, 4 de febrero de 2015) y (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015)], se propone agrupar los distintos servicios del OPECC en recursos de presentación, divulgación, información, funcionalidad, interactividad y comunicación.

Los recursos de presentación comprenden elementos como la definición, los objetivos, los integrantes, entre otros, que ofrecen información general sobre el observatorio, a la que todos los públicos tendrán acceso. Mediante la definición y los objetivos se explica qué es el *Observatorio de la Prensa Escrita en el Centro de Cuba*, así como la relación de las directrices y metas que se traza.

Los miembros y colaboradores, constituye un listado de todas las personas que intervienen en la elaboración de los diferentes productos y servicios, desde el nodo principal del observatorio hasta los agentes externos que apoyan la labor de vigilancia. La ubicación virtual hace referencia a la dirección electrónica o URL del observatorio, y las reglamentaciones son las políticas o normas que sustentan la ética y validez legal del OPECC (Torrico. Entrevista vía correo electrónico, 4 de febrero de 2015).

Los recursos de información constituyen espacios que ofrecen apoyo a cada usuario en su búsqueda, a través de información almacenada, como las bases de datos del sistema de

vigilancia, la revista *Prensa en el centro*, un glosario y las suscripciones correspondientes para acceder a estos servicios.

Las suscripciones permiten al usuario registrarse en el sitio *web* del observatorio para acceder a la revista *Prensa en el centro*, al boletín *Noticias del Centro*, y a las bases de datos por medio del correo electrónico. Las bases de datos ofrecen la opción de consulta a informaciones en forma de datos, relacionadas con el ámbito periodístico de las provincias Villa Clara, Cienfuegos y Sancti Spíritus.

La revista *Prensa en el centro* constituye un subproducto especializado del proceso de seguimiento informativo, que reúne las noticias más relevantes analizadas durante la primera fase de la vigilancia. Mientras que el glosario presenta los principales términos tratados en los productos y servicios del observatorio, y sus significados, que pueden resultar de difícil comprensión para algunos segmentos de usuarios (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015).

Los recursos de funcionalidad son los elementos de apoyo al usuario, que le permiten realizar operaciones básicas de personalización de sus temáticas, guardar la información en diversos formatos, así como conocer los enlaces más recomendados.

Los enlaces recomendados son una lista de otras sedes *web* y documentos externos que apoyan con información pertinente y útil, los servicios y productos del observatorio. El seguimiento de tópicos o informaciones constituye una opción de personalización de temas o noticias específicas de acuerdo con los intereses del usuario, y la opción de guardar, permite al usuario apropiarse de las informaciones que ofrece el sistema, guardándolas en diversos formatos (.pdf o .doc) (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015).

Según Castellanos (Entrevista vía correo electrónico, 11 de diciembre de 2014) los recursos de interactividad constituyen espacios de interrelación con los usuarios, indistintamente de su tipología, para recoger y ofrecer información útil.

Incluye elementos como las encuestas, que son vías de retroalimentación para el mejoramiento sistemático del sistema de vigilancia a partir de preguntas puntuales sobre su funcionamiento. La invitación a colaborar constituye una opción para asociar a diferentes usuarios, interesados en

aportar sus investigaciones y estudios sobre determinado tema relacionado con el ámbito periodístico (Castellanos. Entrevista vía correo electrónico, 11 de diciembre de 2014).

Los comentarios son un espacio en el que cualquier usuario puede expresar su opinión sobre el funcionamiento general del sistema o sobre temáticas puntuales que considere pertinente comentar. No serán visibles en la página *web*, sino que serán recogidos por el comunicador social. Las recomendaciones constituyen una opción de hipervínculo en la que todo usuario puede referir el sitio a otros usuarios, de acuerdo con su opinión, y en la sección de preguntas frecuentes se responden las interrogantes más comunes de los públicos (Castellanos. Entrevista vía correo electrónico, 11 de diciembre de 2014).

Los recursos de divulgación reúnen informaciones y noticias actualizadas de los medios, así como las reseñas de los productos informativos más relevantes de la cartera del observatorio (Angulo. Entrevista vía correo electrónico, 9 de diciembre de 2014).

Las reseñas presentan el resumen informativo de los documentos disponibles, como los libros y las revistas. Mientras que las secciones de noticias y anuncios ofrecen la información de última hora adecuada a las características de los usuarios (Angulo. Entrevista vía correo electrónico, 9 de diciembre de 2014).

Según Livia Reyes (Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015) los recursos de comunicación ofrecen una relación de las formas fundamentales de colaboración en forma asincrónica y en tiempo real. El calendario es una guía de los principales eventos, conferencias, simposios, festivales, congresos y actividades relacionados con el ámbito periodístico. Muestra el nombre del evento, el lugar, la fecha y la hora en que tendrá lugar, así como una lista de algunos de sus participantes más reconocidos.

Los foros constituyen un espacio de colaboración y debate entre segmentos de usuarios, y la sección *login* permite la validación del usuario mediante su nombre predefinido. “Se comprueba que el *password* o contraseña sea la asignada a este. De esta forma se controla el acceso jerarquizado de cada segmento de público a los distintos servicios ofrecidos por el observatorio” (Reyes. Entrevista vía correo electrónico, 24 de marzo de 2015).

De esta forma, los contenidos del OPECC se relacionarán por tópicos de forma que los usuarios puedan localizar la información directamente sin tener que navegar por todo el sitio *web* del

observatorio. La organización de los productos que conforman la cartera de servicios del OPECC debe estar en correspondencia con los derechos de los usuarios.

¹⁶ La memoria de acceso aleatorio (en inglés: *random-access memory*) se utiliza como memoria de trabajo para el sistema operativo, los programas y la mayoría del *software*. Es allí donde se cargan todas las instrucciones que ejecutan el procesador y otras unidades de cómputo. Se denominan “de acceso aleatorio” porque se puede leer o escribir en una posición de memoria con un tiempo de espera igual para cualquier posición, no siendo necesario seguir un orden para acceder a la información de la manera más rápida posible.

¹⁷ La topología de red es una forma de comunicación entre las computadoras que conforman una red para intercambiar datos, o sea, la forma en que está diseñada la red, tanto en el plano físico como lógico. La topología en estrella, llamada así por la apariencia estética del cableado, la distancia entre los nodos, las interconexiones físicas, las tasas de transmisión, etc., se emplea sobre todo para redes locales. Presenta como ventajas que si una computadora se desconecta solo queda fuera de la red dicho equipo, y permite agregar nuevas computadoras fácilmente.

¹⁸ Un conmutador o *switch* es un dispositivo digital lógico de interconexión de redes de computadoras. Su función es interconectar dos o más segmentos de red, pasando datos de un segmento a otro. Se utilizan cuando se desea conectar múltiples redes, fusionándolas en una sola. Funcionan como un filtro en la red, por tanto mejoran el rendimiento y la seguridad de las redes de área local.

¹⁹ El alojamiento *web* (en inglés *web hosting*) es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, video o cualquier contenido accesible vía *web*. Es una analogía de “hospedaje en hoteles” que se refiere al lugar que ocupa una página *web*, sitio *web*, sistema, correo electrónico, archivos etc. en Internet.

²⁰ FTP son las siglas en inglés de *File Transfer Protocol* (Protocolo de Transferencia de Archivos). En informática, es un protocolo de red para la transferencia de archivos locales hacia un servidor *web*.

CONCLUSIONES

- ❖ Se elaboró una propuesta de observatorio de medios para los periódicos *Escambray*, *Vanguardia* y *Cinco de Septiembre*, que comprende su estructura, organización y función. Dentro de la misión, visión, objetivos y funciones del *Observatorio de la Prensa Escrita en el Centro de Cuba* (OPECC), se destaca la intención de apoyar la estrategia informativa de Cuba a través del monitoreo constante de los semanarios provinciales de Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus.
- ❖ La UCLV constituye la institución idónea para asumir la implementación del OPECC y se necesita además el apoyo de entes colaboradores como el Partido Comunista de Cuba, las Asambleas Provinciales del Poder Popular y la Unión de Periodistas de Cuba, en la región central del país. La labor de supervisión mediática del OPECC requiere un equipo de trabajo multidisciplinario compuesto por especialistas en información e informática, y recursos materiales y tecnológicos como la disponibilidad de computadoras y acceso a Internet.
- ❖ El sistema de vigilancia informacional del OPECC consta de tres fases: observación, análisis y evaluación, y difusión y uso, conformadas por entradas, procesos y salidas de datos, que permiten la captación, el tratamiento y la socialización de información relacionada con los contenidos publicados por los periódicos *Escambray*, *Vanguardia* y *Cinco de Septiembre*. Para la realización de los diferentes procesos que conforman la vigilancia es necesaria la búsqueda y contrastación de fuentes, así como la validación de indicadores de calidad relacionados con la ética y la deontología periodística, el papel social de la prensa y los medios como agenda pública.
- ❖ La cartera de productos y servicios del OPECC se dirige a los públicos académico, profesional y general, y el acceso de los usuarios a la información está determinado mediante jerarquías. Los productos que la conforman se elaboran de acuerdo con una visión prospectiva, y entre los principales servicios que ofrece se encuentran el monitoreo y análisis de prensa, y los estudios de perfiles, tendencias y correspondencia entre la actividad mediática y la política informativa.

RECOMENDACIONES

- Implementar las pautas propuestas en esta investigación, en función de lograr la creación del *Observatorio de la Prensa Escrita en el Centro de Cuba*.
- Realizar investigaciones similares a la presente con el objetivo de fomentar la supervisión mediática de los medios audiovisuales y digitales de las provincias Cienfuegos, Villa Clara y Sancti Spíritus.
- Promover la creación de una red o grupo de expertos de las distintas facultades de la UCLV que apoyen el proceso de vigilancia informacional del OPECC, enfocados en las especificidades de su especialidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albornoz, L., y Herschmann, M. (2006). Os observatórios ibero-americanos de informação, comunicação e cultura: balanço de uma breve trajetória. *E-Compós*. Recuperado de <http://www.compos.com.br>

Alfaro Moreno, R. M. (2005 a). *Observatorios de medios: avances, limitaciones y retos. ¿Una nueva conciencia crítica o una ruta de cambio?* “Por una ecología de la información”, Evento organizado por ACSUR y la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid: España.

Alfaro Moreno, R.M. (ed.) (2005 b). *Hacia nuevas rutas éticas en nuestros medios*. Memoria de la campaña ciudadana sobre la Ley de Radio y Televisión, Lima: Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social.

Alfaro Moreno, R. M. (Coord) (2009). ¿Desarrollo? Encuentros y desencuentros entre medios y ciudadanía (2º Ed.). *Observatorios en Red*, 96 (09), Lima: Calandria.

Angulo, N. (2009). ¿Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones? *Innovación Educativa* 9 (47). Recuperado de www.revista-redes.rediris.es

Aroca, R. (2005). *Observatorio de medios de comunicación masiva: elementos teórico-metodológicos para su sustentación*. Ponencia presentada en el XXVI Encuentro APFACOM, Arequipa, 28-30 de septiembre de 2005.

Aznar, H. (1999). *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel comunicación.

Bonilla, I. (2008). Diseños Metodológicos para el Estudio, Seguimiento y Análisis de la televisión colombiana desde el Observatorio Nacional de Televisión. En A. Roveda (Coord) et al., *Toma el Control* (pp.231-263). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Brombart, S., y Lamas, E. (2003). Introducción. En *Veedurías y Observatorios. Participación Social en los Medios de Comunicación*. Buenos Aires: La Tribu.

- Broullón, G. (2005). Los observatorios de Comunicación. *Chasqui*, 090. Recuperado de www.saladeprensa.org
- Castellanos Díaz, J. (2010). Los observatorios de medios: bastiones de la investigación mediática. *Razón y Palabra*, 73. Recuperado en <http://www.razonypalabra.org.mx>
- Christofoletti, R. (2003). *Dez impasses para uma efetiva crítica de mídia no Brasil*. Recuperado en www.livroslabcom.ubi.pt
- Christofoletti, R. (2006). Un Observatorio Brasileño. *Chasqui*, 95. Recuperado en www.unb.br
- Christofoletti, R. (2010). Vitrine e vidraça: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo. Recuperado en <http://www.observatoiremedias.info.br>
- Egypto, L. (2005). *¿Qué es lo que el público quiere de los periódicos y de los periodistas?* “La búsqueda de la calidad periodística y la transformación del periodismo profesional”, Memorias del seminario realizado en Monterrey, Nuevo León, México, organizado por la CAF y la Fundación del Nuevo Periodismo Iberoamericano, 30- 31 agosto de 2004.
- Faundes, J.J. (2006). El rol de los periodistas y su marco ético. Recuperado de www.veeduria.org.br
- Fernández González, M. (2014). *La producción científica de la carrera de Periodismo en Villa Clara. Una aproximación a su contexto discursivo entre 2007 y 2013*. Tesis de Diploma. Santa Clara. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.
- García Luis, J. (2004). *La regulación de la prensa en Cuba: referentes morales y deontológicos*. Tesis de Doctorado. La Habana. Universidad de La Habana.
- Herrera, S. (2005). Tipología de los Observatorios de Medios en Latinoamérica. *Palabra Clave*, 13. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx>
- Herrera, S. (2006 a). El por qué de los Observatorios de Medios en América Latina. *Revista Latina de Comunicación Social*, 9 (061). Recuperado de www.usergioarboleda.edu.co

- Herrera, S. (2006 b). Funciones de los observatorios de medios en Latinoamérica. *Global Media Journal México*, 3 (6). Recuperado de www.usergioarboleda.edu.co
- Herrera, S. (2006 c). Los Observatorios de Medios en Latinoamérica. *Civilizar*, 10. Recuperado de www.usergioarboleda.edu.co
- Herrera, S. (2006 d). Los Observatorios de Medios en Latinoamérica: Elementos Comunes y Rasgos Diferenciales. *Razón y Palabra*, 51. Recuperado de www.usergioarboleda.edu.co
- Herrera, S. (2010). Vigilando a los medios: observatorios y defensores de la audiencia en el contexto del media criticism. *Anagramas*, Volumen 6(12). Recuperado de www.saladeprensa.org
- Herrera Damas, S. y Christofolletti, R. (2006). Una guía de los observatorios de medios en América Latina. *Anagramas*, 5 (9), pp. 47-65. Recuperado de www.livroslabcom.ubi.pt
- Herrera Romero, O. (2012). *Diseño de un Observatorio de Tecnología Educativa para la Facultad de Ciencias de la Información y de la Educación*. Tesis de Diploma. Santa Clara. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.
- Hurtado de Mendoza, S. (2012). Criterio de expertos. Su procesamiento a través del método Delphi. Recuperado de www.histodidactica.ub.edu.cu
- Husillos, J. (2006). La organización municipal y la adaptación de los servicios públicos. Círculo para la calidad de los servicios públicos de l’Hospitalet. Recuperado en <http://www.cidob.org/es>
- Kapuscinski, R. (1999). *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. (2da Ed.). Barcelona: Anagramas.
- Mahugo, S. (2010). Reinventar el periodismo: medios necesariamente más participativos para una sociedad más democrática. *Razón y Palabra*, 73. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx>
- Merizalde, K., y Tovar, J. (2010). *Estructura de un observatorio de medios encaminado a monitorear el género de opinión de los medios impresos: La Gaceta, La Hora y TV Color*

canal 36 de la ciudad de Latacunga, durante la segunda quincena del mes agosto del año 2009. Tesis de Licenciatura. Latacunga, Ecuador. Universidad Técnica de Cotopaxi.

Orozco, G. y Vasallo de Lopes, M.I. (2009). *La ficción televisiva en Iberoamérica. Narrativas, formatos y publicidad*. Barcelona/Guadalajara: OETI/Ediciones de la Noche.

Ortiz, G., y López, D.F. (2002). La observación de medios en la construcción de una comunicación sostenible para Colombia. *Palabra Clave*, 7. Recuperado de <http://www.periodismo.edu.co>

Puente Márquez, Y. (2014). *Propuesta de la Cartera de Servicios del Observatorio Cubano de Comunicación Social en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana*. Tesis de Maestría. La Habana. Universidad de La Habana.

Porter, M. (2003). *Guía de Vigilancia Tecnológica: Sistema de información estratégica en las pymes*. Recuperado en <http://www.zaintek.net>

Ramonet, I. (2003). El quinto poder. *Chasqui*, 088. Recuperado de www.otrarealidad.com

Rey, G. (2004). *Ver desde la ciudadanía. Observatorios y Veedurías de medios de comunicación en América Latina*. Buenos Aires: FES/Promefes.

Reyes Ramírez, L.M. (2007). *Propuesta de un Centro Virtual para la Prensa Cubana*. Tesis de Maestría. La Habana. Universidad de La Habana.

Roveda, A., Barbero, J.M., Rey, G. y Morales, M. (2008). *Toma el Control*. Bogotá: Javegraf.

Ruiz, T. (2012). Utilización del método de los expertos para la validación de una estrategia pedagógica. *Órbita*, 69 (18). Recuperado de www.revistaorbita.rimed.cu

Téllez, M.P. (2010). *Los observatorios de medios de comunicación: lugares de construcción de ciudadanía*. Tesis de Maestría. Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana.

Torrico, E. (2014). Por unos medios de calidad. Recuperado de

<http://www.eldeber.com.bo> Trapero, O.M. (2008). Aproximaciones para un análisis de los observatorios audiovisuales en España. En *Toma el control*. Bogotá: Javegraf.

Vásquez, A. (2010). *Los observatorios de medios y la ética periodística*. Tesis de Doctorado. Madrid. Universidad Complutense.

Villa, M. J. (2011). *Observatorio de medios*. En Diplomado Internacional “Comunicación de la Ciencia y la Tecnología, y Periodismo Científico”. La Habana, febrero de 2011.

Wilches, J. (2009). Observar los Observatorios. En *Quiñones B. (Comp.), Pido la Palabra, Observar, Incidir, Participar*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Zuluaga, J. (2007). *Observatorios de Medios. Nuevos Actores de la Esfera Pública*. Tesis de Maestría. Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana.

ANEXOS

Anexo # 1: Observatorios de medios en América Latina

País	Nombre del Observatorio
Argentina	<p><i>-Observatorio de Medios de Argentina de la Universidad Nacional de la Plata.</i></p> <p><i>-Foro de Periodismo Argentino (FOPEA)</i></p> <p><i>-Observatorio Político, Social y Cultural de medios de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA)</i></p>
Brasil	<p><i>-Monitor de Mídia</i></p> <p><i>-Observatorio da Imprensa</i></p> <p><i>-Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia (ANDI)</i></p>
Colombia	<p><i>-Observatorio de Medios Universidad de la Sabana</i></p> <p><i>-Observatorio de Medios y Opinión Pública de la Universidad de Norte de Barranquilla</i></p> <p><i>-Observatorio de Medios y de Opinión de la Universidad de Manizales</i></p> <p><i>-Observatorio de Medios Universidad Santiago de Cali</i></p> <p><i>-Observatorio Nacional de Televisión de la Universidad Javeriana (ONTEL)</i></p> <p><i>-Observatorio de medios de la Universidad de Medellín</i></p> <p><i>-Observatorio de medios de la Universidad Central</i></p> <p><i>-Observatorio de Medios de Comunicación Regional de la Universidad “Francisco de Paula Santander” (OBMECOR)</i></p> <p><i>-Observatorio Regional de Medios de Información y Comunicación del Oriente de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (ORMIC)</i></p> <p><i>-Observatorio de Medios Digitales. Corporación de la Universidad Lasallista de Antioquia</i></p> <p><i>-Observatorio de Medios de la Universidad Nacional de Colombia</i></p>

Chile	<p><i>-Fundación para la Capacitación e Investigación en Televisión y Técnicas Audiovisuales (FUCATEL)</i></p> <p><i>-Observatorio Iberoamericano de Televisión (OBITEL)</i></p>
Costa Rica	<p><i>-Observatorio de Medios de Comunicación sobre Población Migrante y Refugiada</i></p>
Ecuador	<p><i>-Observatorio de Medios del Ecuador</i></p>
México	<p><i>-Observatorio de Medios de la Universidad Iberoamericana</i></p> <p><i>-Observatorio Ciudadano de los Medios</i></p>
Nicaragua	<p><i>-Observatorio de Medios del Centro de Investigación de la Comunicación (CINCO)</i></p>
Perú	<p><i>-Red Latinoamericana de Observatorios de Medios</i></p> <p><i>-Ciudadanía de la Comunicación Social</i></p>
Uruguay	<p><i>-Observatorio de Medios de Comunicación sobre la violencia contra las mujeres</i></p> <p><i>-Foro de Comunicación y participación Ciudadana</i></p>
Venezuela	<p><i>-Observatorio Global de Medios de Venezuela</i></p> <p><i>-Centro de Investigación de la Comunicación</i></p>
Guatemala	<p><i>-Observatorio de los Periodistas</i></p> <p><i>-Asociación para el Desarrollo, la Organización, Servicios y Estudios Socioculturales (DOSES)</i></p>
El Salvador	<p><i>-Observatorio Periodístico</i></p>
Honduras	<p><i>-Comité por la Libre Expresión</i></p>
Paraguay	<p><i>-Instituto Prensa y Libertad (IPL)</i></p>

Anexo # 2: Observatorios de medios en América del Norte

País	Nombre del observatorio
Estados Unidos	<i>-Fairness & Accuracy In Reporting (FAIR)</i> <i>-Media Watch</i> <i>-Observatorio del New York Time</i>
Canadá	<i>-Media Awareness Network (MNet)</i> <i>- MediaWatch</i>

Anexo # 3: Observatorios de medios de alcance internacional

<p><i>Asociación para el Progreso de las Comunicaciones</i> (APC)</p>	<p>Es una red global de redes cuya misión es empoderar y apoyar a organizaciones, movimientos sociales e individuos en el uso de la información y en las tecnologías de la comunicación (TIC).</p>
<p><i>Asociación Iberoamericana de Derecho de la Información y de Comunicación</i> (AIDIC)</p>	<p>Es una organización internacional sin fines de lucro, constituida en el 2000 con la participación de analistas, estudiosos e intelectuales de diez países con el propósito de dar impulso a la libertad de la información como derecho fundamental de los individuos e imprescindible instrumento para el desarrollo democrático.</p>
<p><i>Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana</i> (WACC)</p>	<p>Es una organización sin fines de lucro fundada en 1968 por organizaciones de comunicadores cristianos interesados en promover la libertad de expresión e información y la democratización de la comunicación. La <i>Asociación</i> es ecuménica en su membresía y actividades comunicacionales y promueve la cooperación entre personas de distintos credos e ideologías.</p>
<p><i>Observatorio Global de Medios</i></p>	<p>El <i>Observatorio Internacional de Medios de Comunicación</i> o <i>Media Watch Global</i> nace en el Foro Social Mundial de 2003, por iniciativa del director del periódico "Le Monde Diplomatique", Ignacio Ramonet y otros periodistas e investigadores latinoamericanos.</p>
<p><i>Observatorio de la UNESCO sobre la Sociedad de la Información</i></p>	<p>En 1998, fue presentada la primera propuesta del <i>Observatorio de la UNESCO sobre la Sociedad de la Información</i> que tenía por objeto proveer de información actualizada sobre acceso a la información, comercio electrónico, privacidad, confidencialidad y violencia en el ciberespacio, en diferentes países del mundo.</p>
<p><i>Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicaciones</i> (OCLACC)</p>	<p>Es una red organizada de instituciones y profesionales de la comunicación de América Latina y el Caribe –con presencia institucional en 23 países– que forma parte de las organizaciones católicas internacionales de comunicación SIGNIS (Asociación Católica Mundial para la Comunicación) y UCIP (Unión Católica Internacional de la Prensa). Su misión es incidir en la sociedad civil y en las políticas de comunicación de los estados, instituciones e iglesias locales, y aportar desde la comunicación a la evangelización y educación para el desarrollo, la integración y la articulación de las sociedades, fortaleciendo la democracia participativa en todos los niveles sociales. Es una de las instituciones promotoras de la <i>Campaña Continental por el Derecho a la Comunicación y la democratización de</i></p>

	<i>las comunicaciones.</i>
<i>Plataforma por los Derechos de la Comunicación</i>	Creada en Londres en 1996, es un grupo de organizaciones no gubernamentales internacionales que coincidieron en los principios generales de una estrategia común relacionada con las comunicaciones y la democracia. En 2001, unas 30 ONGs mundiales organizadas en la <i>Plataforma por el Derecho a la Comunicación</i> iniciaron una campaña mundial para incidir, desde la sociedad civil, en todo el proceso de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información.
<i>Voices 21</i>	Es una asociación independiente, de activistas de las comunicaciones que participan y están comprometidos en un amplio rango de iniciativas que incluyen la <i>Plataforma por la Democratización de las Comunicaciones</i> , la <i>Mesa Redonda McBride en Comunicaciones</i> , la <i>Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)</i> , la <i>Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC)</i> , entre otras
<i>Red Latinoamericana de Observatorios de Medios</i>	Está integrada por los observatorios y veedurías ciudadanas de Perú, Brasil, Argentina, Ecuador, Chile, Venezuela, Guatemala y Bolivia.

Anexo # 4: Observatorios de medios europeos

País	Nombre del observatorio
España	<ul style="list-style-type: none">-<i>Observatorio Gallego de Medios</i>-<i>Grupo de Investigación en Imagen, Sonido y Síntesis de la Universidad Autónoma de Barcelona (GRISS)</i>-<i>Observatorio de las Mujeres a los Medios de Comunicación</i>-<i>Observatorio Europeo de la TV Infantil (OETI)</i>
Francia	<ul style="list-style-type: none">-<i>Observatorio francés de medios</i>-<i>Asociación para la Crítica a los medios (ACRIMED)</i>
Portugal	<ul style="list-style-type: none">-<i>Observatorio de la Comunicación (OBERCOM)</i>
Italia	<ul style="list-style-type: none">-<i>Observatorio sobre la Comunicación (Universidad Católica de Milán)</i>

Anexo # 5: Código de Ética de la Unión de Periodistas de Cuba

(Aprobado en el IX Congreso de la UPEC, 13 y 14 de julio de 2013)

Introducción

Al asumir la profunda aspiración martiana que preside la Carta Magna del país: “Yo quiero que la ley primera de nuestra República sea el culto de los cubanos a la dignidad plena del hombre”; herederos de una tradición profesional en la que confluyen la vocación patriótica, revolucionaria y socialista, y las más elevadas responsabilidades éticas; identificados con los ideales de independencia de los pueblos, el desarrollo económico, social y cultural, el progreso, la paz y la amistad; solidarios con los colegas de todo el mundo que defienden sus derechos profesionales y alientan el ejercicio de un periodismo en favor del ser humano y su riqueza espiritual; conscientes de que el cumplimiento de nuestra función social exige actuar con celo profesional, consagración, responsabilidad y valentía para asegurar el derecho del pueblo a recibir una información ágil, exacta y completa sobre todos aquellos hechos que constituyen noticia o temas de interés, lo que implica, además, el deber de analizar, explicar y profundizar en los acontecimientos y emitir criterios que contribuyan a la orientación de la opinión pública; comprometidos con los valores de la familia y el respeto a la integridad moral de las personas, los periodistas de Cuba adoptamos el presente Código de ética:

Capítulo 1 Principios generales de actuación

Artículo 1. El periodista tiene el deber de defender e impulsar el contenido de los Estatutos de la Unión de Periodistas de Cuba y otros documentos rectores.

Artículo 2. El periodista tiene el deber de informar y expresar sus criterios con veracidad, agilidad y precisión.

Artículo 3. El periodista tiene derecho a obtener toda aquella información de utilidad pública, así como a realizar las acciones necesarias a ese fin.

Artículo 4. El periodista debe enfrentarse a aquellos actos de entidades o personas que obstaculicen el acceso a la información de utilidad pública o constituyan presiones que limiten en cualquier forma el cumplimiento de su deber profesional y social. En caso de diferendo, para defender su derecho se apoya en la dirección del órgano de prensa, en la Unión de Periodistas

de Cuba, o dirigirse a cualquier instancia política, estatal o de la administración pública. También podrá denunciar tales actos en su órgano de prensa si la dirección del medio estuviese de acuerdo.

Artículo 5. En los escenarios mediáticos surgidos con el desarrollo de las tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con mayores posibilidades de generar contenidos, el periodista debe reforzar su desempeño ético y responsabilidad profesional en la creación, elección y difusión de los crecientes flujos de información interactiva que circula en la red.

Artículo 6. El periodista en su órgano de prensa no puede hacer uso de los medios de comunicación y de la tecnología de la Información y las Comunicaciones en función de intereses personales o familiares con fines lucrativos, ilícitos o inmorales.

Artículo 7. El periodista no puede utilizar los medios de comunicación para desacreditar o difamar a personas e instituciones, ni para exaltar inmerecidamente a personas naturales o jurídicas. No es ético en el ejercicio de la profesión el triunfalismo, el hipercriticismo y la manipulación de la información.

Artículo 8. El periodista debe mantener la conducta laboral, social y moral consecuente con los principios y normas de nuestra sociedad.

Artículo 9. El periodista contribuye con su trabajo a promover los mejores valores nacionales, el cabal conocimientos de las leyes y el perfeccionamiento constante de nuestra sociedad socialista.

Artículo 10. El periodista defiende los principios de la Unión de Periodistas de Cuba expuestos en sus Estatutos y el presente Código de Ética, y exige que se promuevan, de manera democrática, las opiniones e inquietudes sobre la organización en sus asambleas de periodistas, plenos nacionales y congresos, que son los escenarios adecuados para ello.

Artículo 11. El periodista debe fomentar y cuidar las relaciones fraternales y de respeto mutuo entre colegas y entre los órganos de prensa, así como abstenerse de expresiones públicas que las denigren o menoscaben.

Artículo 12. El periodista tiene el derecho de exigir a la dirección del órgano de prensa respeto hacia su labor, en particular reclamar explicación cuando por aquella se retenga o decida no

publicar un trabajo y, además, exigir que no se modifique, sin su consentimiento, el sentido de su trabajo y que si se hace se retire su firma.

Artículo 13. El periodista debe rectificar públicamente los errores difundidos que así lo requieran y sean imputables a su trabajo. La dirección del órgano de prensa tiene derecho a decidir sobre si procede o no la rectificación pública y en qué forma realizarla.

Artículo 14. El periodista tiene el deber de cumplir la línea editorial y política informativa del órgano de prensa en que trabaja y, a su vez, el derecho a participar en la elaboración, ejecución y evaluación de ambas.

Artículo 15. El periodista debe acudir a las fuentes necesarias para lograr una información veraz y completa.

Artículo 16. El periodista no podrá publicar directamente declaraciones o datos proporcionados por las fuentes con la advertencia explícita de que sirvan de antecedentes para la labor periodística y no para su publicación.

Artículo 17. El periodista se abstendrá de divulgar en todo o en parte cualquier documento o material de trabajo clasificado expresamente con un grado de reserva, según la legislación sobre el Secreto Estatal vigente en Cuba.

Artículo 18. El periodista tiene la obligación de no revelar la identidad de las fuentes que hayan solicitado permanecer anónimas.

Artículo 19. El periodista no puede utilizar las relaciones profesionales como medio de lucro o para obtener prebendas en beneficio propio o de otras personas.

Artículo 20. El periodista debe superarse cultural y profesionalmente. La superación es un derecho y un deber, por lo tanto, los afiliados con responsabilidades de dirección deben propiciar la superación y la capacitación de sus colegas subordinados

Capítulo 2 Sobre las relaciones profesionales, laborales y sociales

Artículo 21. El periodista incurre en acto de plagio si suscribe, como propios, aquellos trabajos periodísticos que en todo o en parte hayan sido tomados de otros colegas o autores en cualquier tipo de medio.

Artículo 22. El periodista debe utilizar los espacios de los órganos de prensa de forma tal que no resulte lastimada la moral o la dignidad personal de otros periodistas, o que se denigre o rebaje la autoridad pública de cualquier órgano de prensa del país.

Artículo 23. El periodista, en caso de debates, críticas o polémicas, debe abstenerse en su trabajo profesional de emplear un lenguaje o tono irrespetuoso y ofensivo.

Artículo 24. El periodista en cargo de dirección debe tomar en cuenta las inquietudes, críticas e iniciativas que contribuyan a mejorar la calidad y el nivel informativo de los medios y no puede valerse de sus atribuciones para ejercer acciones arbitrarias que perjudiquen moral o materialmente a sus colegas.

Artículo 25. El periodista puede ejercer el derecho de réplica sobre alusiones a su trabajo o persona publicadas en la prensa. Tiene, además, el derecho de publicar la respuesta en el mismo órgano de prensa donde se origina la polémica o, de lo contrario, en cualquier otro medio de comunicación del país.

Artículo 26. En los medios de comunicación, el periodista no debe hacer publicidad, promoción o propaganda comercial disfrazadas de periodismo. Para evitar interpretaciones erróneas o confusiones entre los públicos, el periodista utilizando su firma o seudónimos no debe publicar textos, fotografías u otro material gráfico y audiovisual con un carácter publicitario que no especifique claramente su naturaleza, es decir, haga una distinción formal y rigurosa entre periodismo y publicidad. Se exceptúan aquellas publicaciones especializadas y espacios en la prensa radial, escrita, televisada, digital o cinematográfica que tengan un perfil promocional.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA. El presente Código de Ética fue aprobado por el IX Congreso de la UPEC, el 14 julio de 2013, fecha de su puesta en vigor.

SEGUNDA. Este Código se complementa con su correspondiente Reglamento, que norma la estructura y procedimientos de las comisiones de Ética, así como la aplicación de las medidas disciplinarias.

Anexo # 6: Reglamento del Código de Ética del periodista

(Aprobado por el II Pleno del Comité Nacional de la UPEC. 11 de enero de 2014)

Capítulo I De las medidas disciplinarias y las comisiones de ética

Artículo 1. La violación de las normas éticas establecidas en el Código de Ética puede dar lugar, en dependencia de la gravedad de los hechos y sin perjuicio de las sanciones de orden laboral, administrativo o penal que correspondan, a la aplicación de una o algunas de las medidas siguientes:

- a) Amonestación privada.
- b) Amonestación pública ante la delegación de la UPEC de su órgano de prensa.
- c) Suspensión de derechos para ocupar cargos en la Unión de Periodistas de Cuba por un período de uno a tres años.
- d) Proposición a la dirección del órgano de prensa que el infractor sea suspendido de tres meses a un año en el derecho de firma o aparición pública en los medios de comunicación.
- e) Separación de las filas por un período de uno a tres años.
- f) Separación indefinida.
- g) Expulsión.

Artículo 2. Se establecen como medidas accesorias las siguientes:

- a) En los casos comprendidos en los incisos a, b, c y d del artículo anterior, se puede disponer, además, la invalidación de uno a tres años para integrar los jurados o participar en los concursos periodísticos que auspicia la UPEC, así como para ser propuesto como candidato al Premio Nacional de Periodismo José Martí o al Premio Anual Juan Gualberto Gómez.
- b) En los casos comprendidos en los incisos e y f del artículo anterior, se puede solicitar además, a la Presidencia Nacional de la Unión de Periodistas de Cuba que al infractor, si la tuviera, le sea retirada la condecoración que otorga la organización.
- c) En los casos del inciso g, le será retirada la condecoración, si la tuviera.

Artículo 3. Se consideran FALTAS LEVES (amonestación privada o pública) las siguientes:

- a) Incurrir en expresiones u otros actos irrespetuosos, o emplear formas no éticas hacia otros colegas, órganos de prensa o personas e instituciones en general.

b) Negligencias que conduzcan a inexactitudes periodísticas, sin implicaciones serias.

Artículo 4. Se consideran FALTAS MENOS GRAVES (suspensión de derechos para ocupar cargos en la Unión de Periodistas de Cuba por un período de uno a tres años) las siguientes:

- a) Faltas en el ejercicio de la profesión que impliquen errores y consecuencias de cierta gravedad.
- b) Manifestaciones irrespetuosas u ofensivas que denigren la dignidad y rebajen la autoridad de personas naturales o jurídicas.
- c) Violaciones de la ética profesional que den lugar a inexactitudes periodísticas de mayor entidad. d) Reincidencia en faltas leves.

Artículo 5. Se consideran FALTAS GRAVES (propuesta de suspensión de derecho de firma o aparición pública en los medios de comunicación de tres meses a un año) las siguientes:

- a) Violación de las disposiciones legales relacionadas con la publicación de datos consignados como Secreto Estatal por la legislación vigente.
- b) Violaciones de la ética profesional que conduzcan a errores periodísticos de serias implicaciones y consecuencias sociales.
- c) Violaciones de la ética profesional y la responsabilidad en la creación, selección y difusión de los flujos de información interactiva que circulan en las redes sociales y otros espacios de internet.
- d) Plagio periodístico.
- e) Utilizar los espacios de la prensa contra la integridad moral, la dignidad y la autoridad de colegas, órganos de prensa y otras personas naturales o jurídicas.
- f) Ejercicio reiterado de un periodismo triunfalista o hipercrítico.
- g) Ejercer acciones arbitrarias con el ánimo de perjudicar a otros periodistas.
- h) Mala actitud ante la superación cultural y profesional.
- i) Exaltar inmerecidamente a personas naturales o jurídicas.
- j) Reincidencia en faltas menos graves.

Artículo 6. Se consideran FALTAS MUY GRAVES (suspensión temporal, indefinida o expulsión de las filas de la Unión de Periodistas de Cuba) las siguientes:

- a) Reincidencia en faltas éticas de carácter grave.

- b) Manipular, ocultar, mentir o distorsionar informaciones con el propósito deliberado de causar perjuicio a personas o instituciones.
- c) Utilizar las relaciones profesionales como medio de lucro o para obtener prebendas.
- d) Faltar al deber profesional mediante ejercicio solapado de la publicidad.
- e) Violar las disposiciones contenidas en los contratos y normas de los proveedores de conectividad, así como las medidas de seguridad informática durante el uso de estas tecnologías.
- f) Conducta laboral, social o moral que atente gravemente contra los principios y normas de nuestra sociedad.

Artículo 7. En la práctica de la actividad periodística pueden aparecer otros casos particulares y figuras que el Código no prevé específicamente. En estos casos, corresponderá a las comisiones de Ética valorar de modo comparativo a qué escala de gravedad se asocian y cuál debe ser en consecuencia la medida que se debe aplicar.

Artículo 8. Las comisiones, en dependencia del análisis concreto que realicen, podrán:

- a) Imponer una sola de las medidas principales previstas en este Reglamento del Código.
- b) Combinar la aplicación de más de una de ellas.
- c) Complementar esta o estas con las medidas accesorias que resulten adecuadas.
- d) En los fallos, las comisiones de ética en todas las instancias, guiándose por el contenido del Código de Ética y su Reglamento, actuarán con total independencia y, en ningún caso, presionadas o influidas por decisiones anteriores sobre un mismo caso dispuestas por administraciones, organizaciones de masas o políticas.

Artículo 9. Las comisiones no solo valorarán la entidad de la falta cometida, sino también las circunstancias concurrentes, las condiciones personales del afiliado, su conducta y trayectoria profesional, laboral, social y moral, así como la repercusión e implicaciones sociales que acarree el hecho en cuestión.

Artículo 10. Para juzgar las violaciones del presente Código se crearán comisiones de Ética:

- a) A nivel de base, en delegaciones con veinte o más afiliados.
- b) A nivel provincial o del municipio especial Isla de la Juventud para atender reclamaciones hechas en las delegaciones de base con menos de veinte afiliados.

c) A nivel ramal, en las correspondientes estructuras.

d) La Comisión Nacional.

Artículo 11. Las comisiones provinciales, del municipio especial Isla de la Juventud, ramales y de base estarán integradas por tres afiliados de reconocido prestigio con cinco años de experiencia en el periodismo como mínimo.

Artículo 12. Estas comisiones serán elegidas por la asamblea de periodistas para un período de cinco años y funcionarán como órgano colegiado. Sus integrantes nominarán a un Presidente y a un Secretario de Actas. Si hubiera necesidad de hacer sustituciones u ocupar vacantes, se faculta al Ejecutivo provincial, ramal o de base a adoptar las decisiones correspondientes, contando siempre con el consenso del colectivo.

Artículo 13. Las comisiones provinciales, del municipio especial Isla de la Juventud y ramales solo evaluarán las violaciones ocurridas en los órganos de prensa asentados en el territorio que no cuenten con comisión de base.

Artículo 14. La Comisión Nacional estará integrada por siete afiliados de reconocido prestigio, con no menos de diez años de experiencia en el periodismo, y será elegida por las asambleas provinciales, del municipio especial Isla de la Juventud y ramales para un mandato de cinco años. Si hubiese necesidad de sustituciones u ocupar vacantes, se faculta al Pleno del Comité Nacional para hacerlo. La Comisión Nacional funcionará como órgano colegiado y entre sus miembros será nominado el Presidente y el Secretario de Actas.

Artículo 15. La Comisión Nacional velará porque tanto en las provincias, el municipio especial Isla de la Juventud, las estructuras ramales y en las bases estén estructuradas y funcionen comisiones de ética a esos niveles, así como actuará como orientadora en la aplicación de este Código. También asumirá cualquier caso en que no haya podido constituirse Comisión de Ética en las delegaciones de base que no estén subordinadas a estructuras ramales.

Capítulo II De los procedimientos

Artículo 16. Las comisiones de base, provinciales, del municipio especial Isla de la Juventud o ramales conocerán, en primera instancia, cualquier denuncia de persona natural o jurídica sobre presunta violación de la ética profesional relacionada con alguno de los afiliados de la delegación correspondiente. Sin demeritar este procedimiento, la Comisión Nacional de Ética

podrá recibir denuncias sobre presuntas violaciones de la ética profesional por parte de un afiliado o procedente de cualquier persona natural o jurídica y encauzarlas, si así lo estimase, según lo establecido en este propio Artículo.

Artículo 17. Denunciado un hecho que pudiera ser constitutivo de una falta de ética profesional, las comisiones de base, provinciales, del municipio especial Isla de la Juventud o ramales, procederán a iniciar el expediente y, en consecuencia, investigarán los hechos, recogerán los elementos que estimen necesarios y realizarán cuantas diligencias consideren pertinentes, de manera que se escuche a todas las partes involucradas.

Artículo 18. Las comisiones de base, provinciales, del municipio especial Isla de la Juventud o ramales, dispondrán de treinta días laborables para dictar su fallo, a partir del momento en que reciban las denuncias.

Artículo 19. Las comisiones de base, provinciales, del municipio especial Isla de la Juventud o ramales:

-podrán determinar y aplicar las medidas de amonestación privada y amonestación pública. Estas se cumplirán dentro de los diez días laborables siguientes al fallo.

-deben informar previamente sobre el fallo al ejecutivo de la delegación de base a la que pertenezcan el o los afiliados involucrados, a fin de que les trasladen verbalmente la decisión.

-tienen la obligación de informar por escrito a la Comisión Nacional de Ética sobre la esencia de cada caso expuesto ante ellas y sus conclusiones, lo que debe hacerse en un plazo no mayor de 15 días luego de concluido el caso por esas instancias.

Artículo 20. En cuanto a todas las demás medidas disciplinarias, la Comisión de Ética de base, provincial, del municipio especial Isla de la Juventud o ramal tomará acuerdo y lo someterá, en forma de recomendación, según el caso, a los siguientes órganos de la UPEC:

a) A la Presidencia provincial o del municipio especial Isla de la Juventud, previo conocimiento del ejecutivo de la delegación de base.

b) A la Presidencia de la delegación ramal, previo conocimiento del ejecutivo de la delegación de base.

Artículo 21. La Presidencia provincial, el ejecutivo del municipio especial Isla de la Juventud, el ejecutivo ramal y el ejecutivo de las delegaciones de base de subordinación nacional, según

corresponda, conocerán y podrán ratificar y hacer efectivas, o bien rectificar, las medidas de recomendación, de suspensión del derecho de firma o aparición pública en los medios, y la suspensión temporal de derechos para ocupar cargos en la UPEC, así como las medidas accesorias previstas en estos casos.

Artículo 22. Las anteriores medidas serán apelables ante la Comisión Nacional de Ética, la cual dispondrá de sesenta días laborables para dictar su fallo, a partir del momento en que reciba el expediente y la apelación.

Artículo 23. La Presidencia provincial, del municipio especial Isla de la Juventud o ramal, o el ejecutivo de las delegaciones de base, según corresponda, someterán a la Comisión Nacional de Ética los casos en que la propuesta de sanción, resultante del análisis de la recomendación acordada por la Comisión de Ética de base, provincial, del municipio especial Isla de la Juventud o ramal sea la separación temporal, indefinida o expulsión de las filas de la organización. A este fin, deberán dirigir el expediente a la Comisión Nacional de Ética en los cinco días laborables siguientes a la adopción de la referida proposición. En estos casos es inviolable ofrecer información verbal al o a los afiliados involucrados sobre la recomendación elevada a la Comisión Nacional.

Artículo 24. La Comisión Nacional, a partir del momento en que reciba la documentación, dispondrá de sesenta días laborables para oír a las partes, practicar las demás diligencias que considere necesarias y someter su propuesta a la Presidencia Nacional de la UPEC, la que se pronunciará al respecto en su reunión ordinaria inmediata.

Artículo 25. En todos los casos, las decisiones a que arribe la Comisión Nacional, una vez ratificadas o rectificadas por la Presidencia Nacional de la UPEC, serán notificadas a los interesados mediante escrito.

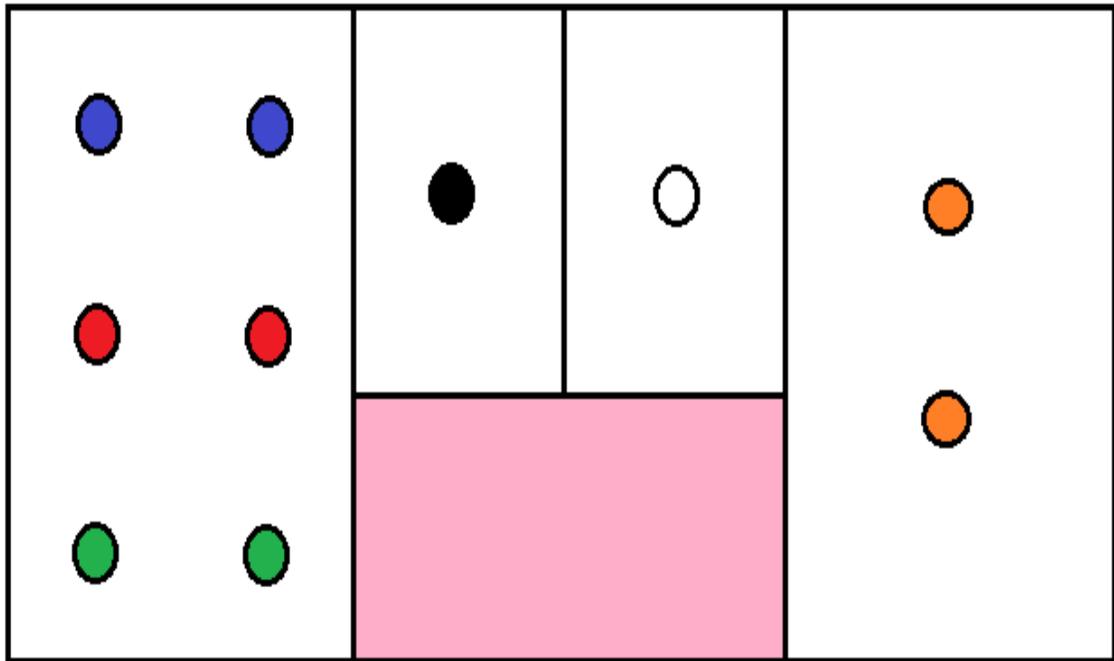
Artículo 26. La delegación de base quedará responsabilizada con la aplicación de las medidas impuestas o las recomendaciones que sobre el caso en cuestión formule la Comisión Nacional.

Artículo 27. Contra el fallo de la Comisión Nacional de Ética y su ratificación por la Presidencia Nacional de la UPEC, el interesado (o los) tendrá derecho a apelar al Congreso. El apelante deberá fundamentar por escrito ante la instancia organizadora del Congreso, en un

plazo de noventa días antes de su celebración, los motivos de su desacuerdo con la medida impuesta, y podrá aportar cuantos elementos a su favor estime pertinentes, así como solicitar se realicen las investigaciones que considere pueden avalar su recomendación.

Artículo 28. Las decisiones que se adopten por el Congreso son inapelables y de obligatorio cumplimiento por todas las instancias.

Anexo # 7: Montaje de oficinas para el OPECC

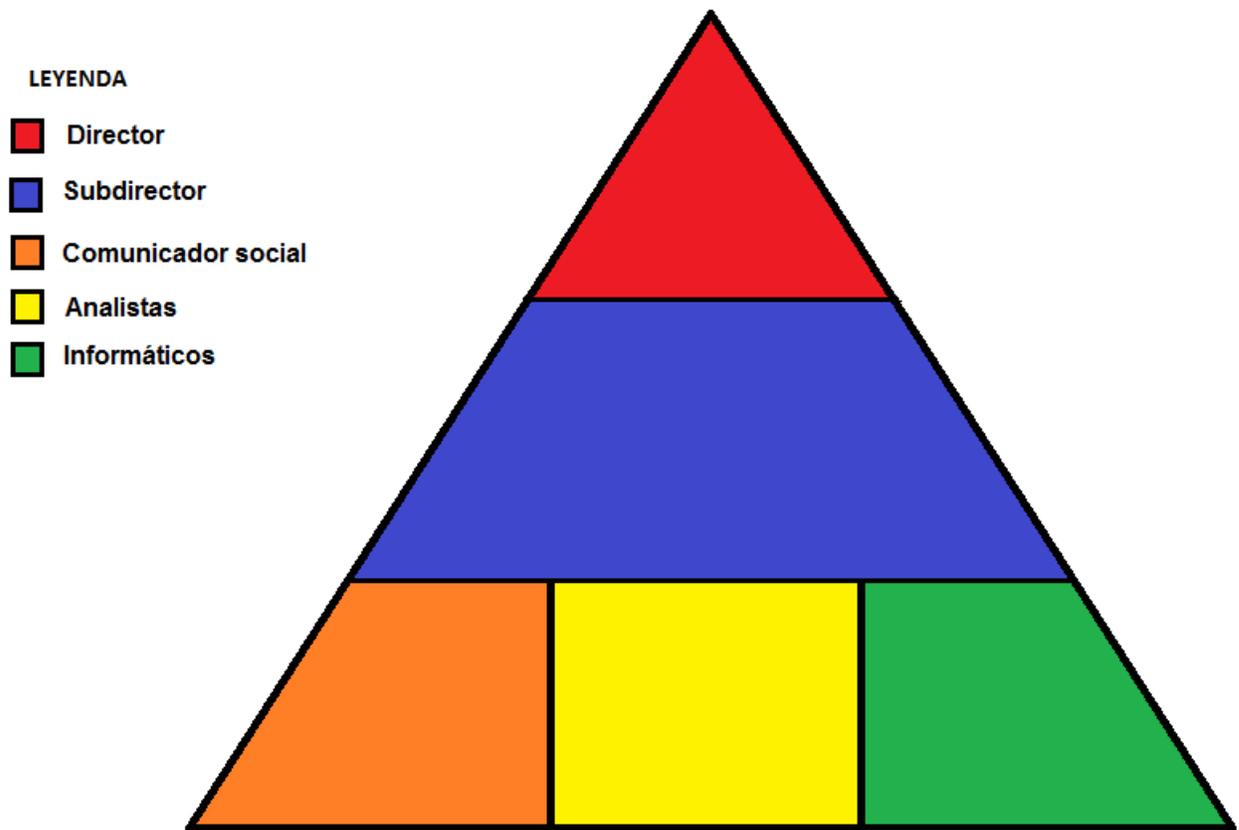


LEYENDA

-  Analista (Periódico Vanguardia)
-  Analista (Periódico Escambray)
-  Analista (Periódico Cinco de Septiembre)

-  Director del OPEC
-  Subdirector del OPEC
-  Informático
-  Baño

Anexo # 8: Estructura jerárquica del OPECC



Anexo # 9: Listado de artículos para las oficinas del OPECC

Artículo
Lápices
Lapiceros
Marcadores
Tijeras
Discos CD
Papel para impresora
Libretas
Presillas
Presilladora
Computadoras
Impresoras
Cartuchos de tinta para impresora
Extensiones de energía
Discos duros externos
Memoria flash
<i>Scanner</i>
<i>Files</i>
Aire acondicionado

Anexo # 10: Niveles de acceso a la información según las jerarquías de los usuarios

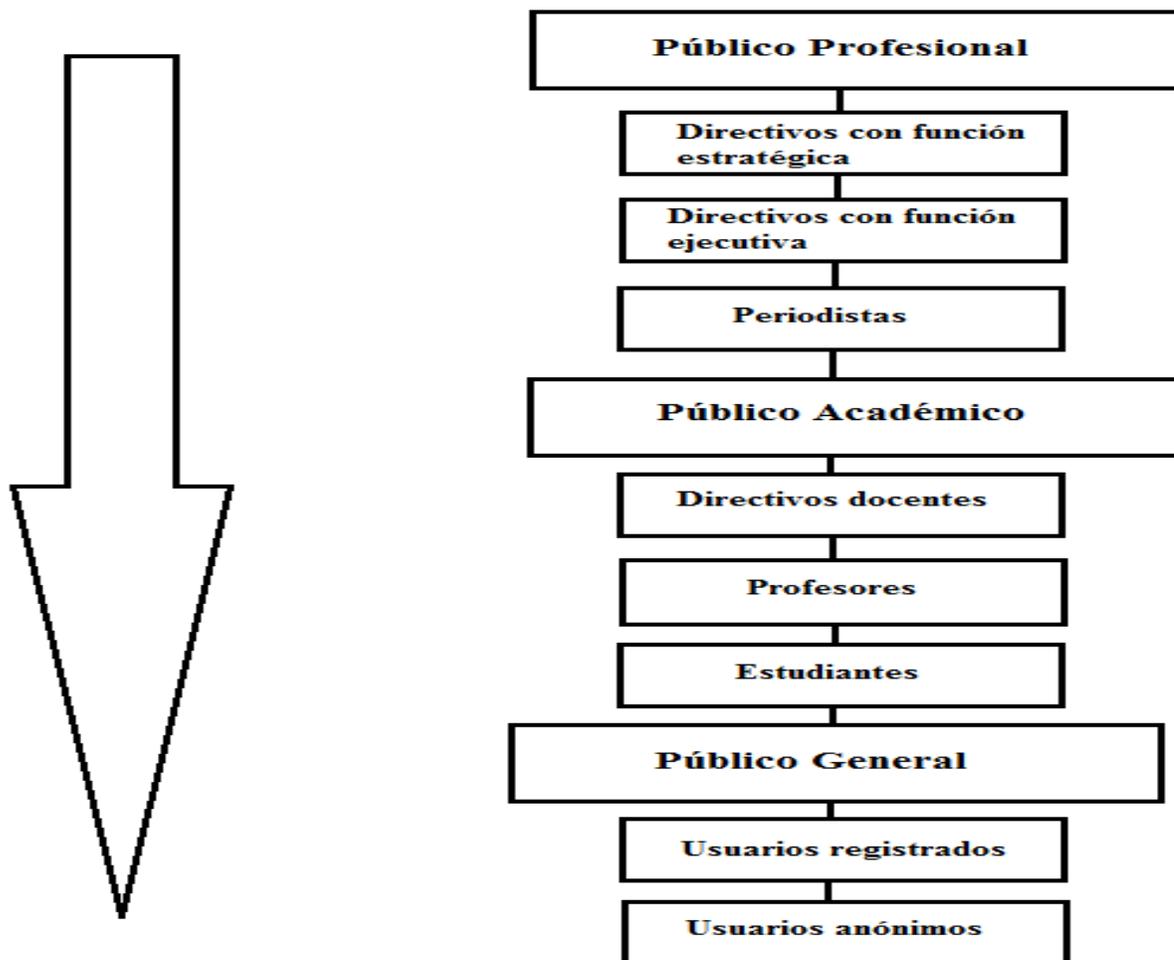


Figura 1: Acceso a la información según las jerarquías de los usuarios

Anexo # 11: Determinación de la competencia de los expertos

Según explican varios autores como la investigadora y docente de la Universidad de Barcelona, Sandra Hurtado de Mendoza (2012), y la Máster en Ciencias Pedagógicas de la Universidad “Enrique José Varona”, Tania Ruiz (2012), para determinar el coeficiente de conocimiento (K_c), se le solicita a cada experto que valore su conocimiento, para ello se le exponen cinco posibilidades y él escoge una de las casillas propuestas marcándola con una X (Ver tabla # 1).

La escala va desde el 1 hasta el 5, la calificación mínima (1 punto) es para el que no tiene conocimientos sobre el tema y la máxima (5 puntos) para aquellos con conocimientos profundos y actualizados. El resultado de cada puntuación se multiplica por 0.2, de manera que el rango de variación de la escala esté entre 0.2 y 1.

No tiene conocimientos sobre el tema (1 punto)	Superficiales y poco actualizados (2 puntos)	Mínimos, y actualizados (3 puntos)	Generales y actualizados (4 puntos)	Profundos y actualizados (5 puntos)

Tabla #1. Escala de valoración del experto

Para determinar el coeficiente de argumentación (K_a), cada especialista escogido marca con una X en cada una de las fuentes de la tabla # 2, según considere cómo ha influido en su conocimiento de acuerdo con el grado Alto, Medio y Bajo.

Fuentes de argumentación sobre la evaluación	Grado de influencia de cada una de las fuentes en su criterio		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados			
Experiencia obtenida			
Trabajos con autores nacionales			
Trabajos con autores extranjeros			
Conocimientos del estado del problema en el extranjero			

Tabla # 2. Influencia de las fuentes de argumentación sobre la evaluación

La evaluación de la argumentación o fundamentación las respuestas de los expertos para dar criterios acertados sobre la situación o fenómeno que se les expone, se realizan a partir de la tabla # 3. Por cada cruz se le asigna la puntuación que le corresponde, obteniéndose el coeficiente de argumentación al sumarse todas las cifras.

Fuentes de argumentación sobre la evaluación	Grado de influencia de cada una de las fuentes en su criterio		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados.	0.3	0.2	0.1
Experiencia obtenida.	0.5	0.4	0.2
Trabajos con autores nacionales.	0.05	0.05	0.05
Trabajos con autores extranjeros.	0.05	0.05	0.05
Conocimientos del estado del problema en el extranjero.	0.05	0.05	0.05

Tabla # 3. Patrón para calcular el coeficiente de argumentación

El coeficiente de competencia se encuentra en el rango de $0.2 \leq K \leq 1$ y se califica el experto en los siguientes rangos:

- Si $0.8 \leq K \leq 1$, el coeficiente de competencia es alto (A)
- Si $0.5 \leq K < 0.8$, el coeficiente de competencia es medio (M)
- Si $0.25 \leq K < 0.5$, el coeficiente de competencia es bajo (B)

Anexo # 12: Definición operacional de las categorías y subcategorías de análisis mediante un mapeo conceptual

