

UCLV
Universidad Central
"Marta Abreu" de Las Villas



FH
Facultad de
Humanidades

Departamento de Periodismo

TRABAJO DE DIPLOMA

Título: El sistema de prensa cubano desde la percepción de los periodistas de los medios provinciales villaclareños

Autora: Roxana de la Caridad Soto del Sol

Tutoras: M.Sc. Linnet Molina Rodríguez
M.Sc. Grettel Rodríguez Bazán

Santa Clara, julio de 2019
Copyright©UCLV

UCLV
Universidad Central
"Marta Abreu" de Las Villas



FH
Facultad de
Humanidades

Journalism Academic Department

DIPLOMA THESIS

Title: The journalists of the provincial media of Villa Clara's perception about the Cuban press system

Author: Roxana de la Caridad Soto del Sol

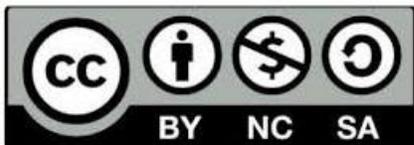
Thesis Directors: M.Sc. Linnet Molina Rodríguez
M.Sc. Grettel Rodríguez Bazán

Santa Clara, July, 2019
Copyright©UCLV

Este documento es Propiedad Patrimonial de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, y se encuentra depositado en los fondos de la Biblioteca Universitaria “Chiqui Gómez Lubian” subordinada a la Dirección de Información Científico Técnica de la mencionada casa de altos estudios.

Se autoriza su utilización bajo la licencia siguiente:

Atribución- No Comercial- Compartir Igual



Para cualquier información contacte con:

Dirección de Información Científico Técnica. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Carretera a Camajuaní. Km 5½. Santa Clara. Villa Clara. Cuba. CP. 54 830
Teléfonos.: +53 01 42281503-1419

... porque de la abundancia del corazón habla la boca.
Lucas 6:45 b

DEDICATORIA

A los **verdaderos profesionales de la prensa en Cuba**, a los valientes; esos que defienden **los genuinos principios de nuestra Revolución**; esos que huyen de las consignas baldías y que no le temen al cartelito «problemas ideológicos», porque saben que Revolución es, por encima de todo, “cambiar todo lo que debe ser cambiado; (...) es desafiar poderosas fuerzas dominantes dentro y fuera del ámbito social y nacional; es defender valores en los que se cree al precio de cualquier sacrificio (...); **es no mentir jamás ni violar principios éticos**; es convicción profunda de que no existe fuerza en el mundo capaz de aplastar la fuerza de la verdad y las ideas...”

AGRADECIMIENTOS

A Cristo, por su amor infinito, por sus regalos y porque de Él es toda la gloria.

A Yadán, mi esposo y otra mitad, porque todo lo mío, como esta tesis, es suyo también.

A mi familia, porque el esfuerzo de tantos años se concreta, en parte, en estas páginas.

A Grettel (de primera), una suerte de tutora-oponente, por retarme siempre a hacerlo cada vez mejor.

A Linnet, por iluminarme siempre con sus acertados cuestionamientos.

A los periodistas villaclareños y, en especial, a Bolivia Tamara; por el tiempo dedicado a esta investigación.

A los profesores que me han enseñado a ver el periodismo a través de sus ojos:

A Maylén, por el periodismo que se aprende a *Sangre Fría*.

A Frank, el Muñeco, por las clases de diseño para la vida y, por supuesto, por hacerse amigo.

A Yadán, por ser el profesor de mi vida y porque uno no entiende el porqué de la gramática, hasta que un día se descubre en el décimo nivel de subordinación.

A Alejandro Marrero, por el poder hipnotizador de la gracia y el conocimiento.

A Maria Victoria, por el periodismo rígido que no permite punto y seguido.

A Dalia y Abel, por el periodismo apasionado que solo espera lo escuchen (incluso durante 1 hora y 30 minutos).

A Grettel, porque, sin dudas, las mejores clases de televisión se las dio a mi grupo.

A Rafael, por la palabra exacta que lleva a la perfección.

A Mercedes Rivas y Víctor Almanza, por enamorarme otra vez de la historia, cuando ya parecía imposible.

A Marielys, porque con la complicidad ya fue suficiente.

A mis compañeros de aula, los del principio y los de ahora:

A “Osdy” u “Osneidy”, por ser el chistoso del aula y porque ha resultado ser un buen socito.

A Gley porque, aunque a cualquiera desespera, en mí encontró quien la quiera.

A Betica, por mostrarme el increíble efecto de la Metformina.

A Tony, el Peter Pan ipeveciano, porque al principio fue nuestro guía responsable y al final se burló de nosotros por puntualitos. Y pensar que esta tesis también pudo ser tuya.

A Lisbeth Moya de Placetas, porque, sin dudas, contigo todas las horas –no solo las 5:00 pm– son muy graciosas.

A Gaby, por los buenos, aunque pocos y primigenios, momentos compartidos.

A “JuanA” o “Puercuriel”, un incomprendido en su tiempo, porque llegó casi al final pero siempre estuvo. Me debes una sidra.

A Mariela, ahora mismo no sé ni por qué, pero no puedo dejarte fuera.

A Eylen, porque nuestra relación amor-odio nos hizo crecer.

A mis compañeras del 402B: Lauris, Ivis, Laura, Grether, Anyel, Rachel, Mónica y Dilaida; porque fue un tiempo corto pero bueno.

A los que hicieron que esta etapa universitaria fuera difícil, porque por ellos pude experimentar que el amor todo lo puede, todo lo espera, todo lo soporta... y nunca, nunca, nunca... deja de ser.

¡Gracias!

RESUMEN

La presente investigación caracteriza la percepción que, sobre el sistema de prensa cubano, tienen los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara, durante el primer trimestre de 2019. Para ello, se utiliza una propuesta teórica interdisciplinaria que comprende la Sociología de los Emisores, la Psicología Social y la Teoría de los Sistemas. Se asumen los métodos Bibliográfico-documental y Etnográfico, y las técnicas encuesta, observación, notas de campo, entrevistas estructuradas y semiestructuradas, y grupos focales. Como resultado fundamental de la investigación, se reconoce que los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara suelen atribuir las deficiencias de la prensa en Cuba a agentes ajenos al gremio profesional periodístico, porque asumen que la mayoría de los periodistas cubanos son competentes y están conscientemente comprometidos con el sistema socio-político de la Isla. Asimismo, perciben a la prensa cubana como un sistema lastrado funcionalmente por mediaciones externas e internas, no solo materializadas en la aplicación deformada de la política informativa que se dicta a nivel de país, sino también en el exiguo respaldo material y moral que reciben los periodistas de parte de los directivos de los medios de prensa. Finalmente –aunque reconocen una relativa calidad, sobre todo en lo concerniente a la forma, del mensaje periodístico–, perciben que, para los públicos, los medios nacionales resultan poco creíbles, en tanto no satisfacen las necesidades comunicativas de los receptores y tratan solo algunos de los problemas de la realidad social que afectan al pueblo.

ABSTRACT

The present investigation characterizes the perception that journalists of the provincial media of Villa Clara have about the Cuban press system, during the first quarter of 2019. For this, an interdisciplinary theoretical proposal is used, which includes the Sociology of the Issuers, the Social Psychology and Theory of Systems. Bibliographic-documentary and ethnographic methods are assumed, as well as the techniques of survey, observation, field notes, structured and semi-structured interviews, and focus groups. As a fundamental result of the investigation, it is recognized that journalists from the provincial media in Villa Clara usually attribute the deficiencies of the press in Cuba to agents outside the journalistic professional guild, because they assume that the majority of Cuban journalists are competent and conscious. They are also committed to the socio-political system of the Island. They also perceive the Cuban press as a system functionally burdened by external and internal mediations, not only materialized in the deformed application of the information policy that is dictated at the country level, but also in the meager material and moral support that journalists receive from media executives. Finally -although they recognize a relative quality, mainly regarding to the form of the journalistic message-, they perceive that, according to the publics, the national media are not so credible, as they do not satisfy the communicative needs of the receivers and treat only some of the problems of social reality that affect the people.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: LA PERCEPCIÓN DEL SISTEMA DE PRENSA: UN ENFOQUE DESDE LOS EMISORES	4
1.1 De la Psicología Social a los estudios de emisores como sujetos perceptores.....	4
1.2 La percepción como resultado de la interacción social.....	5
1.3 Los referentes perceptuales: punto de partida para formar la percepción.....	7
1.4 Contexto: agente de actualización constante de la percepción.....	9
1.5 La gratificación de las necesidades comunicativas de los emisores: otro agente de actualización perceptiva.....	11
1.6 La elaboración de juicios: inicio y fin del proceso perceptivo.....	13
1.7 El sistema de prensa como categoría científica.....	15
CAPÍTULO 2: REALIDADES CONTEXTUALES DE LOS PERIODISTAS DE LOS MEDIOS PROVINCIALES VILLA CLAREÑOS	19
2.1 La prensa cubana como parte del sistema de prensa internacional.....	19
2.2 Peculiaridades de <i>Vanguardia</i> y ACN.....	21
2.3 <i>CMHW</i> y <i>Telecubanacán</i> : realidades del formato audiovisual provincial villaclareño.....	23
CAPÍTULO 3: PAUTAS METODOLÓGICAS PARA INVESTIGAR LA PERCEPCIÓN DE LOS PERIODISTAS DE LOS MEDIOS PROVINCIALES DE VILLA CLARA	26
3.1 Clasificación de la investigación.....	26
3.2 Definición conceptual de las categorías analíticas de la investigación.....	27
3.3 Definición operacional de las categorías analíticas de la investigación.....	28
3.4 Métodos, técnicas y triangulación de la investigación.....	32
CAPÍTULO 4: LA PERCEPCIÓN DE LOS PERIODISTAS DE LOS MEDIOS PROVINCIALES VILLA CLAREÑOS SOBRE EL SISTEMA DE PRENSA CUBANO	34
4.1 El contexto comunicativo de los periodistas de los medios provinciales villaclareños.....	34
4.2 El sistema de prensa cubano en la gratificación de las necesidades comunicativas.....	38
4.3 Funciones y disfunciones del sistema de prensa cubano.....	41
4.4 La emisión de la prensa cubana: Del referente al juicio.....	45
4.5 El mensaje periodístico en la prensa cubana desde la percepción de los periodistas.....	50
4.6 Percepciones sobre el proceso de recepción.....	54
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
ANEXOS	65

INTRODUCCIÓN

Aunque la mayoría de los historiadores de la prensa en Cuba (Lesmes, 2001; Marrero, 2003; Amaya, 2005; Marrero, Vera y Pavón, 2006) reconocen en *El Papel Periódico de La Havana* (fundado en 1790) la primera publicación de la Isla, no es hasta la primera mitad del siglo xx que puede hablarse, en Cuba, de un sistema de prensa más consolidado y complejo; un sistema que –muy a pesar de la tradición ética de la prensa cubana y su compromiso con la independencia y el anticolonialismo (Autores varios, 2001; García Luis, 2004)– se erige a imagen y semejanza de los medios norteamericanos.

De ahí que, no solo la prensa plana, sino también la radio y la televisión irruman en el contexto cubano a la luz de los paradigmas y normas implantados por los medios capitalistas, permeados por el uso de la propaganda, la publicidad y toda estrategia de consumo posible. No obstante, después de 1959, esta realidad se transforma tanto en el orden estructural como ideológico; y comienza a implantarse en Cuba una nueva política editorial donde, todavía en la actualidad, “confluyen la vocación patriótica, revolucionaria y socialista, y las más elevadas responsabilidades éticas” (Autores varios, 2001).

Con el triunfo revolucionario, los medios de difusión dejan de ser empresas privadas, para convertirse en entidades estatales al servicio del bien público. Desde entonces, las lógicas de producción de comunicación social comienzan a estandarizarse en todo el país; puesto que, si hasta el momento los medios de prensa dependían de anunciantes o partidos de diversa filiación política, a partir de la década de los ‘60 el sistema de medios en Cuba inicia un proceso de homogenización organizativa e ideológica. Como resultado, según afirma Julio García Luis (2013), no solo se actualizó el imaginario sobre la prensa en Cuba por parte de la acusadora opinión internacional de base burguesa –que ahora tildaba a los medios cubanos de oficialistas y antidemocráticos– o del expectante pueblo cubano que –empeñado en construir un proyecto social sin precedentes en el continente americano– comienza a propugnar una prensa revolucionaria y progresista. Ahora, incluso, el propio gremio periodístico de la Isla empieza a percibirse, a sí mismo, diferente respecto a sus homólogos foráneos.

Este proceso formativo de la percepción y la autopercepción de los periodistas cubanos, aunque evoluciona a la par del sistema social, no sufre grandes variaciones hasta finales del siglo xx; sobre todo, porque el contexto socio-económico (relativamente estable durante los primeros 30 años de revolución) no exigió contundentes actualizaciones perceptivas sobre un sistema de prensa que se ajustaba a la demanda social.

Sin embargo, la década de los ‘90 y su crisis económica caló, si no en todos, al menos sí en la mayoría de los ámbitos del acontecer nacional, tanto tangibles como intangibles. En este período, el periodismo

y sus prácticas afines también se vieron afectados: la mayoría de las publicaciones impresas desaparecieron o tuvieron que alargar su periodicidad, y las extensas jornadas sin corriente eléctrica impedían las transmisiones radiales y televisivas. A ello, se aparejó el problema salarial de los periodistas y la zozobra de perder el defendido modelo socialista.

Así, la época denominada “período especial” supuso un cambio en las ideologías profesionales de los periodistas cubanos; puesto que, paulatinamente, sus móviles y condicionamientos –aunque estuvieron cada vez más abocados al reforzamiento de los ideales patrios de independencia, autodeterminación y justicia social– comenzaron a ser replanteados desde dentro del gremio.

Ante esa realidad, y como afirma Raúl Garcés Corra (2017), los medios cubanos enfrentan una especie de conflicto, que no solo se atribuye al constante éxodo de los profesionales del sector; sino también al hecho de que los periodistas cubanos, sobre todo las jóvenes generaciones, comienzan a construirse un nuevo ideal de sistema mediático diferente al tradicionalmente establecido en la Isla.

De hecho, en la actualidad resulta común la emigración de los profesionales de la comunicación hacia otros sectores dentro y fuera del país, y la colaboración periodística, muchas veces solo con fines de lucro, con medios no oficiales financiados desde el exterior. De ahí que resulte pertinente estudiar no solo las interioridades del sistema de medios en Cuba, sino también la forma en que sus periodistas construyen su ideal de modelo de prensa (García Luis, 2013), desde la realidad profesional en que están insertados tal y como la perciben.

En el campo de las ciencias sociales y humanísticas, se han desarrollado varias investigaciones sobre percepción, orientadas desde diferentes disciplinas como la Psicología, la Sociología, la Semiótica y la Sociolingüística; sin embargo, desde la comunicación resultan escasos los estudios de este tipo, aunque en los últimos años han cobrado mayor auge y se pueden citar las tesis *Ver (nos) ante el espejo* (Reyes González, 2009) y *El juicio del sujeto perceptor espiritual* (Zamora Fernández, 2011).

De igual forma, la mayoría de las investigaciones se enfocan en la percepción del sistema de prensa cubano desde la mirada de los receptores o en la construcción de imaginarios sociales. Por su parte, el presente estudio se propone analizar este fenómeno desde la perspectiva de los periodistas como entes activos del sistema.

Por ello –y atendiendo a la cercanía, el nivel de acceso y la anuencia material de la investigación–, el presente estudio se enfoca en los medios de prensa provinciales de Villa Clara; razón a la que se suma el hecho de que esta provincia “constituye uno de los territorios con mayor cantidad de periodistas jóvenes insertados en los medios, después de más de una década de la apertura de la carrera en la

universidad de Santa Clara”, como bien asegura Bolivia Tamara Cruz Martínez, Presidenta de la UPEC en Villa Clara (Comunicación personal, 10 de diciembre del 2018).

De ahí que se plantee la siguiente **pregunta de investigación**: ¿Cómo los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara perciben el sistema de prensa cubano, durante el primer trimestre de 2019?

Para dar respuesta a la interrogante, se trazan los objetivos relacionados a continuación:

Objetivo general: Caracterizar la percepción sobre el sistema de prensa cubano que tienen los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara, durante el primer trimestre de 2019.

Objetivos Específicos:

1. Identificar los referentes perceptuales que, sobre la prensa como sistema, tienen los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara, durante el primer trimestre de 2019.
2. Describir el contexto donde se inserta la práctica profesional de los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara, durante el primer trimestre de 2019.
3. Establecer el lugar que ocupa el sistema de prensa cubano, como parte del sistema de prensa internacional, en la gratificación de las necesidades comunicativas de los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara, durante el primer trimestre de 2019.
4. Determinar los juicios que, sobre el sistema de prensa cubano, elaboran los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara, durante el primer trimestre de 2019.

Debe aclararse que –aunque la presente investigación se centra en el sistema de prensa público, en tanto medios oficiales cubanos– en el capítulo de los resultados también se alude al sistema de prensa privado (como discurso alternativo al discurso hegemónico de los medios oficiales de la Isla), cuando –en el análisis de las percepciones objeto de estudio– los periodistas recurren a estos últimos para comparar o puntualizar sus ventajas y desventajas, respecto a los primeros, en el contexto mediático nacional.

La estructura capitular del presente informe de investigación responde a cuatro apartados: presupuestos teóricos, contextualización, metodología y resultados de la investigación. Además, incluye conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos. De manera general, se reconoce que los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara perciben que el sistema de prensa cubano no cumple de forma cabal y efectiva su función social –en tanto mediador entre el establecimiento de las políticas informativas del sistema social en Cuba y la gratificación de las necesidades de los públicos–; puesto que, en su opinión, los periodistas cubanos no tienen autonomía profesional ni respaldo institucional para tratar todos los conflictos de la realidad social que, desde su percepción, le afectan a los receptores.

CAPÍTULO 1: LA PERCEPCIÓN DEL SISTEMA DE PRENSA: UN ENFOQUE DESDE LOS EMISORES

1.1 De la Psicología Social a los estudios de emisores como sujetos perceptores

Aún después de casi cien años de investigación en el campo, la comunicología no ha podido erigirse ciencia; precisamente porque carece de metodología propia y porque su corpus epistemológico sufre una cada vez más creciente dispersión teórico-disciplinar. En este sentido, la Psicología resulta una de las fuentes teórico-metodológicas fundacionales de los estudios en comunicación (Galindo Cáceres, 2008). El pertinente análisis de las mediaciones cognitivas, conductuales, interactivas, perceptivas... (inherentes al acto comunicativo que exige *per se* cualquier materialización de las relaciones sociales), ha condicionado que la Psicología Social conserve un especial protagonismo en los estudios en comunicación.

Históricamente –como fuente epistemológica de la comunicación– la Psicología se ha asumido, desde dos perspectivas fundamentales: basada en la interacción y otra basada en la percepción (Piñuel Raigada, 1999). La presente investigación toma como eje rector el segundo enfoque, en tanto se propone analizar el proceso comunicativo desde de la percepción que, sobre el proceso en sí, tienen los emisores.

Según Moles (1958, como se citó en Piñuel Raigada, 1999), el estudio de la percepción como base de procesos de significación y producción de sentidos ha ocupado un lugar importante en la investigación científica; aunque en los inicios, los estudios de comunicación enfocados a la percepción tomaran como objeto de análisis a los públicos (receptores del mensaje) (Díaz Arias, 2008; López y Vaca, 1996; Moles, 1958; y Sandoval, 2002). Esta tendencia resulta, en gran medida, de los aportes de la *Mass Communication Research*, que desde su enfoque instrumental atribuido a los *media*, desarrolla investigaciones con fines prácticos centrados en los efectos que, sobre las audiencias, tenían los medios de comunicación. De hecho, de la Psicología emana el principio de que la psiquis y la subjetividad del sujeto se estudian en tanto ser social mediado, además, por los medios, y eso hizo pensar más en las grandes audiencias que en otros grupos más segmentados, definidos y especializados como los emisores.

Como resultado de la expansión de la Sociología como otra de las fuentes epistemológicas de la comunicación (Galindo Cáceres, 2011), no solo se comienza a llenar el vacío que sobre los emisores tuvo la investigación en comunicación de principios del siglo xx, sino que también se les comienza a estudiar en calidad de individuos particulares, con intereses, ideologías, necesidades, juicios y sentimientos (Van Dijk, 1999). Quizás por ello, no resulta extraño encontrar estudios centrados en la percepción de los periodistas, directivos de medios y editores sobre su propio desempeño profesional (Arias Robles y García

Avilés, 2018; García Mestres, Mateu García y Domínguez Romero, 2012; Gómez Mompert, Gutiérrez Lozano y Palau Sempio, 2015; y Maciá Barber, 2015).

Este viraje de la investigación sobre percepción de los públicos (amparados en el desarrollo de la Psicología Social) a la investigación sobre la percepción de los emisores –como grupo profesional y cultural específico, cuya responsabilidad viene a ser la (re)construcción social de la realidad– parte del interés de la Psicología por analizar aquellos componentes del proceso de comunicación que, hasta el momento, estaban reservadas a otras ciencias.

Precisamente, la presente investigación responde a tales propósitos, en tanto se enfoca en la percepción de los periodistas sobre el sistema de prensa en que se insertan. De ahí que se asuma también el enfoque sociológico de la Teoría General de los Sistemas, anclada por Niklas Luhmann (2007; como se citó en Ortiz Ocaña, 2016) y Manuel Martín Serrano (1982) en la interrelación que se establece entre los subsistemas político y comunicativo hacia el interior del sistema social como totalidad.

1.2 La percepción como resultado de la interacción social

Los orígenes de los estudios sobre la percepción vienen aparejados al desarrollo de la Filosofía clásica griega y sus formas de alcanzar el conocimiento mediante la especulación constante y la contemplación del mundo circundante. Platón resulta uno de los primeros en usar el término “percepción”, para referirse a fenómenos alcanzables solo a través del alma; mientras que Aristóteles la asocia con los sentidos, eventos e ideas que se forma el ser humano sobre un fenómeno, un objeto, un sujeto o sobre sí mismo (García Albea, 1999).

En consonancia con Platón, Descartes (como se citó en Broadbent, 2015) alude al papel de la subjetividad en la formación de la percepción, aunque sostiene que, en última instancia, el origen del conocimiento se halla en los sentidos y en la experiencia. Asimismo, Locke (como se citó en Lilo Jover, 1993, p. 50) reconoce “la existencia de cualidades secundarias en los objetos que producen indirectamente ideas en el sujeto”.

No obstante, la legitimación definitiva de la percepción viene aparejada al reconocimiento de su mediación durante el establecimiento de las relaciones sociales; puesto que, según Carlos Marx y Federico Engels (1970), aunque el objeto existe libre e independientemente del sujeto que lo comprende, dicho objeto solo comienza a formar parte de la realidad social cuando es percibido y socializado mediante relaciones humanas.

Por tanto, aunque se reconozca que la percepción en sí no es objetiva –en tanto solo contiene las referencias e ideas que, sobre el objeto, tienen los sujetos–, vale aclarar que, en términos de materialidad

social, el contenido de la percepción se asume como real por parte de los sujetos. Por ello, Peter Berger y Thomas Luckman (2006) afirman que las personas objetivan sus percepciones actuando conforme a la idea que se forman sobre algo o alguien, sin importar que dicha idea pueda ser falsa.

Pero, a pesar de que la percepción tuvo sus antecedentes investigativos en la Filosofía y la Fisiología [cualidades de la percepción como resultado de los sentidos clásicos: vista, oído, tacto, olfato y gusto (J. Müller, 1826; como se citó en Jañez, 1992)], fue la Psicología la que dedicó más tiempo a su estudio; e incluso, el intento de comprender y desarrollar esta categoría constituye uno de los momentos fundacionales de la Psicología como ciencia.

Los investigadores del movimiento de la Gestalt –uno de los esfuerzos más fecundos en la explicación de la percepción (Oviedo, 2004)– (Wertheimer, Koffka y Köhler) consideran la percepción como “una tendencia al orden mental” (Arnheim, 1995, p. 67) que determina la información que tendrá entrada en la conciencia y luego emplea esa información en la construcción de abstracciones, juicios, categorías, conceptos y valoraciones.

Asimismo, comprenden la percepción como el proceso inicial de la actividad mental y no un derivado sensorial, como se concebía hasta entonces. Dichos aportes encontraron sustento en la filosofía kantiana, la que reconoce la percepción como el “estado subjetivo, a través del cual se realiza una abstracción del mundo externo o de hechos relevantes” (Ballesteros y García, 1996, p. 190); o sea, el conocimiento adquirido del mundo (Matlin y Foley, 1996).

Asimismo, Vargas Melgarejo (1994) define la percepción como un proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, la interpretación y la significación para elaborar juicios basados en las sensaciones obtenidas del entorno físico y social, en el que intervienen otros procesos como el aprendizaje, la memoria y la simbolización.

De esta forma, no puede considerarse la percepción un proceso lineal de estímulo-respuesta, sino como un acto mediado por una serie de procesos en constante interacción, en el que el individuo y la sociedad poseen un papel activo en la formación de percepciones pertenecientes a cada grupo social.

Según algunos teóricos como Abbagnano (1986) y Goldstein (1999), la percepción puede asociarse a un proceso consciente [cuando el individuo se da cuenta que percibe determinados acontecimientos] o inconsciente [cuando algunas sensaciones llegan a la mente de forma inconsciente (percepción subliminal)].

Tudela (1988) agrega que la clasificación de lo percibido se moldea por las circunstancias sociales (cultura de pertenencia, la institución social en la que se inserta el individuo y la clase social a que pertenece) que

influyen en la forma de concebir la realidad y, por tanto, la percepción deviene reflejo del orden y la significación que la sociedad asigna al ambiente.

Por su parte, Merleau-Ponty (1975) concibe la percepción como un proceso parcial –donde el individuo no percibe las cosas en su totalidad– ya que las situaciones y perspectivas, en las que se producen las sensaciones, varían constantemente y se obtiene solo un aspecto del objeto en un momento concreto. Además, se trata de un proceso cambiante, que posibilita la reformulación de las experiencias y de las estructuras perceptuales; por lo que no será un “añadido de eventos a experiencias pasadas sino una constante construcción de significados en el espacio y en el tiempo” (Vargas Melgarejo, 1994, p. 111).

En suma, el presente estudio comprende la percepción como un proceso subjetivo mediante el cual el sujeto perceptor, consciente e inconscientemente, elabora o se forma juicios sobre elementos parciales relevantes de la realidad social, a partir de la actualización de los referentes perceptuales (que tiene sobre dichos elementos parciales relevantes de la realidad social), como resultado de la influencia constante del contexto que le circunda y de la orientación continua a satisfacer necesidades individuales y colectivas.

1.3 Los referentes perceptuales: punto de partida para formar la percepción

Los referentes perceptuales cumplen un papel esencial dentro del proceso perceptivo; ya que, a partir de ellos, los sujetos asimilan e incorporan a su sistema de pensamiento todo lo que sucede a su alrededor, o al menos la parte de ese todo que llegan a percibir; y sobre esa base realizan sus valoraciones sobre el entorno en el que se circunscriben.

Según Serge Moscovici (1981; como se citó en Banchs, 1986), el individuo percibe nuevos objetos porque las cosas poco familiares, extrañas o desconocidas lo perturban en la medida en que se integran al entorno de su grupo social; mientras que lo familiar, lo conocido, sirve de base para comparar e interpretar los nuevos eventos del ambiente. A esos elementos familiares y conocidos es a los que se les denomina referentes perceptuales.

De esta forma, en el mismo momento en que un objeto se percibe, se transfiere desde el espacio lejano en el que se encuentra al espacio conocido y familiar del sujeto perceptor. Así, el individuo se apropia de ese objeto y lo “integra a su marco de referencia familiar perdiendo su carácter amenazador” (Goldstein, 1999, p. 197).

Manuel Martín Serrano (1982, p. 56) asume los referentes perceptuales (los denomina datos de referencia) como el marco primario de la interpretación, puesto que “la penetración del Sistema de Representaciones en el Sistema de Comunicación se produce por la mediación de los datos de referencia”. Asimismo, los

concibe, desde la comunicación, como un conjunto de expresiones asociadas a un conjunto de representaciones, y, desde la percepción, como un conjunto de estímulos expresivos.

Por otra parte, Monserrat (1998) concibe los referentes perceptuales como responsables de la naturaleza biocultural de la percepción; en tanto esta depende no solo de estímulos físicos y sensaciones, sino también de la selección y organización de esos estímulos y sensaciones. Estos elementos adquieren su significación a partir de las pautas ideológicas y culturales que el sujeto perceptor aprehende desde su infancia y desarrolla a lo largo de su vida, sin que deje de insertar nuevos elementos a sus sistemas cognitivo y vivencial.

Para ello, los sujetos deben contar con la capacidad para producir pensamiento simbólico, lo cual se conforma a partir de referentes perceptuales derivados de estructuras culturales, ideológicas, sociales e históricas; dichos referentes orientan la manera en que los grupos sociales se apropian y comprenden el entorno.

Algunos autores como Santoro (1980; como se citó en Vargas Melgarejo, 1994) sostienen que, a partir de los referentes del acervo cultural, lo percibido resulta identificado y seleccionado, sea nuevo o no. De acuerdo con estos referentes, la vivencia asumirá un sentido y resultará comprensible ante el individuo perceptor, desde el momento en que permite su adaptación y manejo del ambiente.

Para Santoro (1980; como se citó en Vargas Melgarejo, 1994), la percepción clasifica la realidad a través de códigos; mientras que, para Vargas Melgarejo (1994), los códigos resultan sistemas rígidos y, en lugar del término “códigos”, utiliza la nomenclatura “estructuras significantes”, para referirse a los referentes sobre los que se clasifican las experiencias sensoriales y se ordena el entorno percibido.

Asimismo, Martín Serrano (1982), expresa que la comunicación aporta referentes perceptuales para que se produzcan representaciones generales, como las accionales, cognitivas o intencionales. Dichas representaciones, para ser eficaces en la identificación de los objetos de referencia, requieren un modelo dotado de sentido. En caso de que la comunicación no aporte referentes suficientes para actualizar un modelo o crearlo, otras fuentes de información exteriores (conocimiento previo, reflexión, observación, acción) aportan bien o mal, los elementos necesarios para cerrar el modelo de representación.

Todo el análisis anterior desemboca en la percepción como proceso dependiente de la ordenación, clasificación y elaboración de categorías que se comparan con los estímulos que el sujeto recibe, ya que constituyen referentes perceptuales a través de los que se reconocen nuevas experiencias, transformándolas en eventos reconocibles dentro de la concepción de la realidad; o sea, que mediante referentes aprendidos, el sujeto puede atribuir significados e interpretar nuevas situaciones.

Según Sánchez Cabaco (1999, p. 36), el proceso de formación de estructuras perceptuales deviene resultado de “la socialización del individuo con el grupo del que forma parte, de manera implícita y simbólica en donde median pautas ideológicas y culturales de la sociedad”. Así, los referentes perceptuales condicionan la percepción, en tanto permiten que el sujeto se explique la realidad durante la materialización de sus experiencias cotidianas; las que se podrán comparar con nuevas experiencias para interactuar con el entorno y definir la percepción del sujeto sobre el ambiente.

Al decir de Broadbent (2015) y Robyns (1994), los referentes perceptuales encarnan el modelo o patrón (sea positivo o negativo) que el sujeto tiene preconcebido sobre el objeto o fenómeno que percibe. Obviamente, los referentes tienen mayores grados de estructuración y asentamiento, mientras más complejo y sistémico se vuelve lo percibido.

De manera general, los referentes perceptuales devienen estructuras resultantes de la experiencia, el conocimiento y los significados, aprendidos y modificados a lo largo de la vida del sujeto. A partir de ellos es que se interpretan los nuevos eventos percibidos, para después compararlos, ordenarlos e incorporarlos de manera individual o grupal. Vale aclarar que el sujeto no acumula infinitamente referentes sobre el mismo objeto, sino que los modifica y actualiza a partir del contexto. Y es este contexto lo que determina las necesidades, valoraciones y construcción de la realidad que efectúan los sujetos.

1.4 Contexto: agente de actualización constante de la percepción

El contexto, al igual que los referentes perceptuales, condiciona las valoraciones, juicios y significados que el hombre atribuye al entorno que lo rodea (Eco, 1986), solo que en lugar de prefijar nociones, lo que hace el contexto es actualizarlas.

A partir de los procesos cognoscitivos y de integración social, los sujetos captan señales que les permiten reconocer determinadas circunstancias; de ahí que el contexto no solo sea la circunstancia concreta en sí, sino que también subsume el ambiente de desarrollo regular, donde se activan los referentes perceptuales para la elaboración de juicios.

No obstante, aunque ese contexto general [concebido como socio-histórico (Van Dijk, 1998)] también puede activar los procesos perceptivos, normalmente responde más a las lógicas de fijación de los referentes que a su actualización, y, por consiguiente, no funciona de manera muy diferente a los referentes perceptuales (Moscovici, 1981; como se citó en Banchs, 1986); sobre todo, porque suele ser lo suficientemente estable como para modificar patrones preestablecidos tal y como sucede con la ideología y otros agentes de mediación perceptiva que terminan por sedimentarse junto a los referentes perceptuales.

Aun así, la parte del contexto que más determina la formación de la percepción resulta el micro-contexto; o sea, la porción de la realidad más cercana al sujeto perceptor, y que lo afecta de manera directa durante el intervalo en que ocurre concretamente la percepción (Broadbent, 2015). A esa parte de la realidad se le denomina contexto comunicativo, más cuando se trata de procesos perceptuales ligados a los medios de comunicación.

En tal sentido, ya Berger y Luckman (2006), John B. Thompson (2008), y Miguel Rodrigo Alsina (1989) habían acotado que los medios devienen instancias de legitimación social que no solo reproducen ideologías y contribuyen a la estabilidad del sistema imperante, sino que también guían a los receptores y cooperan en la conformación de la imagen que estos se forman del mundo.

Según Van Dijk (1998), el contexto comunicativo se relaciona con el proceso de emisión y recepción de señales, y en él tienen lugar elementos que median la percepción del objeto, ya que el “contexto cultural y personal del lector influye en su interpretación de los significados” (Olivares, 2007, p. 23). Por ello, los discursos mediáticos no solo se comprenden como elementos propios de dicho contexto; sino que resultan agentes que incitan a la toma de decisiones y, por tanto, al establecimiento de procesos perceptuales, dejando marcas, aun cuando no son aprehendidos directamente sino a través de una serie de mediaciones (Tanius Karam, 2007).

De ahí que el discurso mediático –no solamente basado en su estructura interna y en las acciones cognitivas involucradas en el uso del lenguaje, sino considerándose como una acción social dentro de un marco de comprensión, comunicación e interacción– constituye una parte de las estructuras y procesos socioculturales más amplios (Van Dijk, 2003).

En este punto, el objeto de interés de las percepciones supera el mensaje oral o escrito, y alcanza el contexto donde el mensaje se recibe y percibe. A partir de la valoración del contexto comunicativo, se intenta determinar las intenciones de la comunicación verbal y del producto comunicativo en sí, para explicar las vicisitudes que se presentan durante el proceso de percepción e interpretación.

La intencionalidad, motivaciones y fundamentos ideológicos presentes en los mensajes periodísticos solo se pueden revelar a partir del estudio del proceso comunicativo en que están presentes. Esto conduce directamente al conocimiento de los condicionamientos sociales que tienen lugar, la coyuntura en la que se ha efectuado la percepción, así como las condiciones económicas, sociales, culturales, psicológicas, políticas (empíricas y concretas, y no abstractas y generales) en las que se percibe (Machado, 2004).

Los procesos comunicativos se controlan por el conocimiento, las creencias u otras cogniciones sociales del periodista, entre ellas se destacan las actitudes políticas, el código profesional, las estrategias y los

valores informativos generales (Machado, 2004); más aún cuando el sujeto perceptor es conocedor y especialista de eso que está percibiendo.

Según Van Dijk (1999) y Vargas-Melgarejo (1994), el contexto comunicativo constituye el tipo de evento comunicativo (entiéndase en esta investigación perceptivo), que comprende elementos contextuales de actualización de los referentes perceptuales como el género periodístico, y la relación de los participantes (emisor- receptor) con sus respectivos roles en el proceso de comunicación, así como los fines del acto comunicativo y su alcance.

La conjugación de ambos contextos (comunicativo y socio-histórico) condiciona la modificación de los referentes perceptuales y, por tanto, la posterior elaboración de juicios que realizan los sujetos perceptores. Por ello, la presente investigación asume el contexto como el conjunto de elementos que median la situación comunicativa o perceptiva concreta (micro-contexto o contexto comunicativo); la cual, a su vez, está mediada por elementos más generales que circunscriben en tiempo y espacio al sujeto perceptor (macro-contexto o contexto socio-histórico). Debe aclararse que no solo el contexto interviene en la activación de los referentes perceptuales, puesto que estos referentes (también situados dentro de ese contexto específico) crean o modifican la percepción de los individuos ante determinados estímulos.

Cualquier estudio de la percepción, como bien afirma Abraham Harold Maslow (1998), debe atender a la satisfacción de las necesidades humanas, si estas –de alguna forma– están relacionadas con el objeto percibido. De ahí la pertinencia de analizar la gratificación de las necesidades comunicativas¹ de los periodistas, no solo porque forman parte activa del contexto en que sucede la percepción, sino también porque son, en gran medida, responsables de la elaboración final de determinados juicios.

1.5 La gratificación de las necesidades comunicativas de los emisores: otro agente de actualización perceptiva

Según Fish (1980), la interpretación nunca es un acto individual, sino que está influenciado o determinado por la interacción del sujeto con su grupo social y el entorno que lo circunda. Por ello, de una comunidad social a otra el consumo de un mismo producto comunicativo o el enfrentamiento a una misma situación puede adquirir una valoración radicalmente opuesta, condicionada por sus determinaciones contextuales. La recepción también condiciona la percepción de las personas, y esto se acentúa cuando el objeto de esa percepción son precisamente los medios de comunicación y sus producciones discursivas. Así sucede

¹ Atendiendo al tipo de sujeto perceptor que interesa en esta investigación, y como bien aconseja Gaye Tuchman (2008), el presente estudio dedica un apartado especialmente para analizar la mediación de la gratificación de las necesidades comunicativas en la formación de la percepción, en tanto resulta un elemento medular dentro del contexto.

también con la formación del gusto y las preferencias por un medio u otro, por un género periodístico determinado, o los modos concretos de usos y gratificaciones de necesidades (Fish, 1980).

Primeramente, se debe reconocer, a decir de Nuñez (2004), que las necesidades devienen cualidad de la personalidad, la que porta un contenido emocional y orientan la actividad social del sujeto en su interacción con los demás individuos. En el caso de las necesidades comunicativas, estas impulsan a los seres humanos en la búsqueda de nuevas sensaciones y vivencias, que resultan del establecimiento de las relaciones humanas.

En este sentido, la elección de los medios por parte de los individuos está marcada, fundamentalmente, por la gratificación de las necesidades de dichos receptores, garantizando así una dualidad en el proceso. Por ello, Wolf (2005, p. 57) expresa que “los media son eficaces si y cuando el receptor les atribuye dicha eficacia, sobre la base justamente de la gratificación de las necesidades”.

En un primer acercamiento a este tema, Lasswell (1948) expresa que existen tres funciones principales desarrolladas por la comunicación de masas, encaminadas a satisfacer las necesidades comunicativas de los receptores: proporcionar informaciones, proporcionar interpretaciones que hagan significativas y coherentes las informaciones, y expresar los valores culturales y simbólicos propios de la identidad y de la continuidad social; a estas tres se une la función de entender al emisor para cumplir con su necesidad de evadirse de su ansiedad y de los problemas de la vida social, esbozada por Wright (1960).

Por esta misma línea de relación entre uso, consumo y satisfacción de necesidades psicosociales de la comunicación de masas, se desplaza el análisis de Katz, Gurevitch y Haas (1973) quienes establecen cinco clases de necesidades que satisfacen los medios y que la presente investigación asume como tal: cognoscitivas (adquisición y refuerzo de los conocimientos y de la comprensión), afectivo-estéticas (esfuerzo de la experiencia estética, emotiva), integradoras a nivel de personalidad (seguridad, estabilidad emotiva, incremento de la credibilidad y del status), integradoras a nivel social (refuerzo de los contactos interpersonales, con la familia, los amigos...), y, por último, evasión (relajación de tensiones y de los conflictos).

En suma, se puede concluir que la gratificación de las necesidades comunicativas se determina por el receptor, ya que este evalúa la objetividad y calidad de los mensajes a partir de sus experiencias y conocimientos individuales. Por tanto, la eficacia que, a los medios, otorgan los receptores depende del grado de satisfacción de sus necesidades comunicativas; de ahí que la relación entre gratificación de necesidades y elección del medio, dentro de los límites impuestos por el emisor, deviene una opción del receptor.

De manera general, la gratificación de necesidades comunicativas se supedita, en un primer momento, a la capacidad de interpretación del sujeto. Mientras que dicha interpretación depende de la interacción del individuo con la sociedad, y más cuando se trata de la percepción que, sobre la prensa, se forman sujetos tan exigentes como los periodistas. Por ello, después de gratificar o no sus necesidades comunicativas, los emisores refuerzan o modifican los juicios que, sobre el sistema comunicativo, han elaborado.

1.6 La elaboración de juicios: inicio y fin del proceso perceptivo

Durante siglos la reflexión filosófica ha debatido si lo percibido es fáctico o no. Tal dicotomía responde a la convergencia entre percepción (como proceso de formulación de juicios subjetivos sobre la realidad) y la realidad misma (como materialidad objetiva, libre e independiente del sujeto que la comprende). Esta relación se establece a partir del supuesto de que la capacidad de los sujetos para elaborar juicios, sobre otros sujetos u objetos, emana de su anterior disposición para percibir la realidad a partir de mediaciones subjetivas.

El hecho de considerar la percepción como un permanente acto de conceptualización –donde los eventos del mundo externo son organizados a través de juicios categoriales que se encargan de encontrar una cualidad que represente de la mejor manera posible a los objetos (Oviedo, 2004)– provoca que también se conciben los juicios como una producción cognitiva con contenido conceptual (Serrahima, 2015).

Así, la elaboración de juicios, como resultado final de la percepción, constituye una de las áreas más privilegiadas en los estudios psicológicos, fisiológicos y lingüísticos. Según Sánchez-Cabaco (1999, p. 68), este aspecto se inserta en el “ámbito de los procesos intelectuales conscientes, en un modelo lineal en donde el individuo es estimulado, tiene sensaciones y las intelectualiza formulando juicios u opiniones sobre ellas, circunscribiendo a la percepción en el ámbito de la mente consciente”.

A decir de Serrahima (2015), resulta evidente que los seres humanos producen juicios perceptivos constantemente, en los que expresan los contenidos de sus percepciones. Por ello, la experiencia perceptiva justifica los juicios sobre los objetos percibidos. Asimismo, Ortíz de Zárate (2005) considera que la naturaleza de los juicios es incompatible con otros conceptos como los de conocimientos y creencias.

Sin embargo, para otros autores la elaboración de juicios contiene dos aspectos. El primero, relacionado con la facultad de juicios, definida por Kant (1996; como se citó en Pasek de Pinto y Briceño de Sánchez, 2015) como la capacidad de cada individuo para elaborar juicios a partir de la valoración de si algo se encuentra o no bajo una regla dada, a través de la comparación de los sujetos u objetos con pautas y normas preestablecidas. El segundo se relaciona con el conocimiento, ya que “el juicio es, pues, el

conocimiento mediato de un objeto y, consiguientemente, representación de una representación del objeto” (Kant, 1996; como se citó en Pasek de Pinto y Briceño de Sánchez, 2015, p. 10).

De esta manera, resulta posible afirmar que emitir juicios es evaluar algo o a alguien; al tiempo que la evaluación deviene un juicio valorativo sobre algo, mediado por la interpretación de la información que se posee. Por ello, tanto el juicio como las evaluaciones no pueden desprenderse de sus connotaciones ideológicas y axiológicas, de manera que aun pretendiendo ser objetivos, “en los juicios están inscritos los criterios y los valores de la moral y la cultura dominante del medio” (Aguilar Morales, 2011; Cerda Gutiérrez, 2003; y Pasek de Pinto y Briceño de Sánchez, 2015).

A esto Van Dijk (1998) agrega que las creencias² –entendidas como opiniones– no son pensamientos que se limitan a lo que existe, o a lo que es (o puede ser) verdadero o falso. También pueden corresponder a evaluaciones, o sea, a lo que nosotros pensamos (encontramos) que es verdadero o falso, agradable o desagradable, permitido o prohibido, aceptable o inaceptable..., es decir, a los productos de los juicios basados en valores o normas.

Pabon (2013) y Van Dijk (1998) concuerdan con Kant (como se citó en Dotti, 1986) en que el juicio se describe a través de proposiciones; ya que el sujeto necesita comunicar sus pensamientos y lo hace a través del lenguaje, aunque la idea psíquica sea mucho más amplia que la expresión verbal. El contenido del juicio puede referirse a la cantidad, cualidad y relación de lo percibido (Pasek de Pinto y Briceño de Sánchez, 2015); y, para ello, se expresa mediante “una proposición consistente en un predicado (de n -lugares) y n argumentos, probablemente modificado por un número de modalidades³” (Van Dijk, 1998, p. 37).

Desde esta simbiosis entre postulados de la Psicología, la Filosofía y la Lingüística, la elaboración de juicios se asume como la evaluación que realizan los sujetos de lo percibido y cuya descripción se materializa verbalmente mediante proposiciones; de modo que el contenido de dichas proposiciones sintetiza o relaciona conceptos objetivos –a partir del conocimiento que el sujeto posea sobre ellos– para compararlos entre sí y establecer si existe o no identidad y conveniencia entre dichos conceptos.

² Van Dijk (1998) entiende por creencia cualquier cosa que pueda ser juzgada en términos de correcto e incorrecto, bueno o malo, de acuerdo a los intereses de un grupo particular.

³ El presente estudio no tiene en cuenta la modalidad (ni del enunciado, ni de la enunciación) en la descripción de la proposición, ya que no se obtienen dichas proposiciones en un entorno comunicativo natural, sino en situaciones comunicativas forzadas por la investigación (encuestas, entrevistas, grupos focales).

1.7 El sistema de prensa como categoría científica

La categoría “sistema”, históricamente, ha transversalizado todas, o casi todas, las disciplinas y campos investigativos, tanto en el área de las ciencias exactas y naturales como en las sociales y humanísticas. Sobre este presupuesto se erige la Teoría General de los Sistemas (TGS), enfocada a la conceptualización del término en cada uno de sus ámbitos, así como al establecimiento de una metodología específica para su investigación.

De estos planteamientos emergen las bases para el desarrollo posterior de la Teoría de los Sistemas iniciada por Ludwig Von Bertalanffy desde un enfoque mecanicista. A su vez, Marcelo Arnold y Francisco Osorio (1998) expresan que un sistema deviene “el conjunto organizado de cosas o partes interactuantes e interdependientes, que se relacionan formando un todo unitario y complejo”. Estas partes no se refieren al campo físico sino al funcional; de modo que, “las cosas o partes pasan a ser funciones básicas realizadas por el sistema” (p. 50).

Por otro lado, Von Bertalanffy (1968) también asume la TGS desde una visión sociocultural y expresa que los “«sistemas» socioculturales, trátense de prejuicios, ideologías, grupos de presión, tendencias sociales, el crecimiento y la decadencia de civilizaciones” (p. 7) determinan los acontecimientos de los individuos, más allá de sus decisiones y acciones.

A ello, Martín Serrano (1982) agrega, desde la teoría de la comunicación, que a cada sistema social le pertenece un sistema de comunicación. También, Niklas Luhmann (2007; como se citó en Ortiz Ocaña, 2016) esboza la teoría de los sistemas desde un enfoque social, y tiene en cuenta el papel de los medios de comunicación como uno de los subsistemas sociales; conjuntamente con los sistemas artístico, científico, económico, educativo, familiar, jurídico, político y religioso, como subordinados del sistema social. Así, cada uno de los subsistemas sociales “observa la sociedad a partir de su propia función o problema fundamental” (p. 53).

El problema fundamental (función) del sistema mediático deviene la comunicación de masas; su programa, la información (noticias); y su código central, la información/desinformación. Este código central resulta el elemento de particularización dentro de cada subsistema social y mediante él se permite la influencia de un subsistema en otro o la repercusión de un subsistema social sobre la sociedad mundial. Así, se puede asumir la categoría de sistema de prensa como el conjunto organizado de medios de prensa insertos en un contexto específico, que establece relaciones de inter-dependencia (apoyo u oposición) entre sus partes (prensa plana, radio, televisión, agencias de noticias, sitios web...) y que cumple funciones o disfunciones específicas dentro de la sociedad, a partir de la articulación de las diferentes partes del

proceso de comunicación (emisión, mensaje, recepción), el cual está fuertemente mediado por factores como la institucionalidad, la fuerza de trabajo, la infra-estructura y la organización.

A partir del reconocimiento de las cuatro actividades elementales de la comunicación mediática (“vigilancia del ambiente, interpretación de los acontecimientos, transmisión cultural, entretenimiento”) (Wright, 1974), la Teoría Estructural-Funcionalista reconoce dos funciones básicas de la prensa como institución social relacionadas con la sociedad: “proporciona la posibilidad, frente a amenazas y peligros inesperados, de alertar a los ciudadanos y “proporciona los instrumentos para realizar algunas actividades cotidianas institucionalizadas en la sociedad, como los intercambios económicos” (Wolf, 2005, p. 37).

De igual forma, se reconocen otras tres funciones del sistema de prensa en relación con el individuo: la atribución de *status* y prestigio a las personas y a los grupos objeto de atención por parte de los *media*; el fortalecimiento del prestigio para los que se someten a la necesidad y al valor socialmente difundido de ser ciudadanos bien informados; y el fortalecimiento de las normas sociales, es decir, una función relacionada con la ética (Wolf, 2005).

No obstante, también se reconocen cuatro disfunciones de la comunicación de masas que, de sucederse, pueden atentar contra la existencia, la lógica y la funcionalidad misma de los medios. Según Wolf (2005, p. 38), respecto a la sociedad, sobresale “el hecho de que las corrientes informativas que circulan libremente pueden amenazar la estructura fundamental de la propia sociedad”.

Por su parte, respecto al individuo, se reconocen como disfunciones que “la difusión de noticias alarmantes (sobre peligros naturales o tensiones sociales) puede generar reacciones de pánico en lugar de reacciones de vigilancia consciente” (Wolf, 2005, p. 38); que “el exceso de informaciones puede llevar a un repliegue sobre lo privado, a la esfera de las propias experiencias y relaciones, sobre la que se puede ejercer un control más adecuado” (Wolf, 2005, p. 38); y que “la exposición a grandes cantidades de información puede originar la denominada disfunción narcotizante⁴” (Wolf, 2005, p. 38).

Aunque este enfoque reconoce otras dos funciones de los medios: contribuir al conformismo social y la apatía, y fomentar la resistencia a la crítica de la calidad de la producción de comunicación y su contenido mismo (Wolf, 2005), una lectura crítica y contrapuesta al pragmatismo extremo que caracteriza los postulados de esta teoría, obliga a subvertirlas más bien en disfunciones.

⁴ El efecto narcotizante se deduce del hecho de que el público –atiborrado por el exceso y reiteración de información– “llega a confundir el conocer los problemas diarios con el hacer algo al respecto” (Lazarsfeld-Merton, 1948, p. 85), al punto de no solo poder hacer rechazo a los contenidos de los medios, sino de también poder quedar maniatado y despojado de su capacidad de participación activa para la transformación social.

Desde una perspectiva más general, a la hora de estudiar un sistema de prensa, cualquiera que sea, resulta necesario analizar cada una de las estructuras (en tanto funciones) que lo conforman. En primer lugar, la emisión es un proceso que se desarrolla a partir de la interrelación de las rutinas productivas con los factores internos y externos de los diferentes medios de prensa.

En este sentido, Wolf (2005) considera que las rutinas productivas constituyen el proceso de producción informativa, organizado en tres fases: recogida (de todo el material necesario para conformar las informaciones), selección (y adaptación, a partir de los valores noticias, del material que llega a la redacción periodística para convertir los acontecimientos en noticias) y presentación (o recontextualización de la información para presentarla al público en un formato informativo (Altheide, 1976 y Golding-Elliot, 1979; como se citó en Wolf, 2005).

Por otra parte, los factores internos constituyen factores de la organización del trabajo internos al medio de prensa que pueden influir en la producción periodística, como los factores estructural-organizativos y las culturas profesionales. Los factores estructural-organizativos comprenden las determinaciones materiales objetivas y la gestión de la política editorial sobre la base de la organización del trabajo al interior del medio de prensa (Wolf, 2005).

Faundes (2006), Ricardo Luis (2002), y Van Dijk (1999) coinciden en que las culturas profesionales constituyen el modo particular de organizar el rol del profesional que se traduce en todo un universo de representaciones, donde entran en proceso de interdependencias las ideologías –entendidas como actitudes, ideas, valores éticos, creencias, hábitos, prejuicios, disposiciones mentales de los periodistas– y las competencias profesionales –que corresponden al caudal de saberes, la capacidad y la eficiencia que permiten al profesional desarrollarse idóneamente en su trabajo (saber hacer y hacerlo bien)–, a partir del enfrentamiento de las contingencias que surgen durante la producción de noticias como resultado de las mediaciones de los factores estructural-organizativos.

En cuanto a los factores externos, Alonso y Saladrigas (2006) y Wolf (2005) coinciden en que resultan los factores de la organización del trabajo externos al medio de prensa, como entidades, instancias, organismos o personas, que pueden influir notablemente los procesos productivos de los comunicadores. El segundo elemento que forma parte del sistema de prensa es el mensaje, el que se valora por los sujetos perceptores atendiendo a criterios de calidad periodística y demanda social de la prensa. Según Juran y Godfrey (2001), la calidad periodística constituye la cualidad inherente a todo producto periodístico, cuya manifestación comprende los planos de la expresión (forma) y del significado (contenido) del mensaje. Como elementos formales, se asumen el cumplimiento de las normas de redacción, la contrastación de

fuentes y nivel de reelaboración de su discurso, la diversidad de géneros periodísticos manejados y de temas tratados, el respeto por la separación entre géneros informativos y de opinión, el uso del titular periodístico, y el empleo de los recursos artísticos y técnicos propios del medio; y como elementos de contenido, la manifestación de los valores noticia y la utilidad y beneficio de los contenidos para la sociedad.⁵

Por otra parte, García Luis (2001) y Lesmes (2001) coinciden en que la demanda social de la prensa es suplir la necesidad informativa de las audiencias, sobre todo, respecto a los hechos que constituyen noticias o temas de interés; y analizar y emitir criterios valorativos –desde una postura apologética o crítica– que contribuyan a la orientación de la opinión pública, teniendo en cuenta los valores periodísticos (novedad, actualidad, presuposición, consonancia, relevancia, desviación y negatividad, y proximidad)⁶ y la objetividad⁷.

El último elemento que la presente investigación asume como parte del sistema de prensa es el proceso de recepción, íntimamente relacionado con la efectividad comunicativa, la que se refiere a las consideraciones de utilidad y beneficio que atribuye la audiencia al mensaje periodístico, así como el respeto a los intereses informativos del público (consideran los mensajes objetivos o no, con calidad o si ella) y la satisfacción de sus necesidades comunicativas.

Así, a partir del análisis de los elementos insertos dentro del sistema de prensa, los periodistas describen sus percepciones, a través de la elaboración de juicios que hacen sobre dicho sistema, a partir de la actualización constante de los referentes perceptuales como resultado de la incidencia del contexto y la gratificación de sus necesidades comunicativas.

⁵ La utilidad y beneficio de los contenidos está mediada por el cumplimiento con la demanda social de la prensa.

⁶ La noción de valores periodísticos se refiere a valores que proporcionan la validez periodística de acontecimientos o del discurso (compartidos por los periodistas y los públicos de los medios informativos), que sientan las bases cognitivas para las decisiones y usos vinculados a la información periodística en general (Van Dijk, 1990). En el anexo #1, se registran las definiciones de cada uno de estos valores periodísticos.

⁷ Desde los postulados de la teoría de la construcción social de la realidad (Berger y Luckman (2006), la objetividad se asume en tanto construcción periodística de la realidad, libre de la manipulación consciente del profesional de la comunicación, sujeto a cumplir patrones ético-deontológicos (Galañena León, Alfonso Lara y Molina Rodríguez, 2018).

CAPÍTULO 2: REALIDADES CONTEXTUALES DE LOS PERIODISTAS DE LOS MEDIOS PROVINCIALES VILLA CLAREÑOS

2.1 La prensa cubana como parte del sistema de prensa internacional

Actualmente, el sistema de prensa internacional responde casi en su totalidad a un modelo liberal de prensa que, separado de la concepción de los medios solo como aparatos ideológicos, se centra en ellos como entidades económicas. La concentración de los medios e industrias culturales en manos de grandes grupos económicos –que buscan la producción y difusión de bienes simbólicos de circulación masiva– determina que la función fundamental de los medios internacionales no resulte la venta de paquetes de ideologías a los consumidores, sino de públicos a los anunciantes (Del Valle Rojas, Nitrihual Valdebenito y Mayorga Rojel, 2012).

Dentro de esta realidad, la prensa cubana, afiliada al modelo de prensa soviético, es decir, “subordinada del Partido Comunista con funciones de agitación, propaganda y educación” (García Luis, 2013, p. 41), constituye un caso particular; aun cuando se conciba como parte integrante del sistema de prensa internacional y ambos se influyeran recíprocamente, incluso desde posiciones antagónicas.

Ante este contexto los medios cubanos sienten la necesidad de reforzar sus políticas editoriales para hacer frente a la competencia mediática que llega a la Isla desde el exterior (Ricardo Luis, 2014) sin renunciar a su carácter estatal; realidad que tuvo sus orígenes con el triunfo de la Revolución cubana, cuando las medidas adoptadas por el gobierno revolucionario trajeron consigo el éxodo de las oligarquías mediáticas y la nacionalización de todas las propiedades.

El ascenso de una nueva ideología en Cuba develó la necesidad de un reordenamiento mediático que, según González García (2014), enfrentó un obstáculo determinante: “la ausencia de teoría de la comunicación en la construcción del Socialismo” (p. 9). En este sentido, Cuba solo contaba como referente con el paradigma soviético, caracterizado por el esquematismo en la producción informativa (González García, 2014).

Esta realidad permitió que los medios asumieran algunos criterios esbozados por los ideólogos marxistas, como la estatalización de la prensa y su compromiso no solo con los públicos sino también con el Estado (González García, 2014); lo que ha traído consigo que la comunicación pública cubana se encuentre determinada por la estructura sociopolítica y económica de la sociedad, y presente una relación de dependencia con la ideología y el sistema político imperante.

En consonancia con los preceptos de la revolución, la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) constituye la organización en la que se afilian los periodistas, con los objetivos de promover su superación cultural,

profesional y técnica, además de realizar eventos y concursos⁸ que les permitan mostrar sus habilidades en determinados géneros y estilos (Cubaperiodistas, 2019).

Entre los medios que conforman el sistema de prensa cubano, los periódicos *Granma*, *Juventud Rebelde* y *Trabajadores* –publicaciones impresas nacionales y órganos oficiales del Partido Comunista de Cuba, la Unión de Jóvenes Comunistas y la Central de Trabajadores de Cuba, respectivamente– resultan los más reconocidos; aunque en el país también existen 16 semanarios impresos de alcance regional.

A este sistema de prensa se suma una red integrada por más de 130 periodistas –que laboran en la *Agencia Cubana de Noticias* (ACN) (desde alguna de sus 16 corresponsalías provinciales o su Casa Matriz en la capital)–, quienes se encargan de la elaboración y difusión de las informaciones diariamente. Asimismo, Cuba cuenta con una agencia de alcance internacional: *Prensa Latina* (ACN, 2019).

Por otra parte, el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), como organismo rector de la radio y la televisión, se dirige a garantizar una programación radial y televisiva defensora de los valores políticos, ideológicos, sociales, éticos y estéticos para fomentar la cultura, el conocimiento y la defensa del país; teniendo en cuenta los intereses y necesidades del público meta (ICRT, 2019).

En este sentido, el sistema de la radio cubana, integrado por seis emisoras nacionales [*Radio Rebelde*, *Radio Progreso*, *Radio Reloj*, *Radio Taíno*, *Radio Enciclopedia* y *Radio Musical Nacional* (CMBF)]; además de la emisora internacional *Radio Habana Cuba*, 19 estaciones provinciales y 72 municipales, tiene entre sus prioridades ampliar la cobertura a nivel nacional, con la apertura de nuevas emisoras municipales y el mejoramiento de las ya existentes (ICRT, 2019).

Por otra parte, la televisión cubana se prepara para enfrentar el apagón analógico, por lo que las cinco señales nacionales de este tipo (*Cubavisión*, *Tele Rebelde*, *Multivisión*, *Canal Educativo* y *Canal Educativo 2*) ya se han digitalizado y se suman a otros canales solo digitales (*Canal Clave*, *Canal Caribe* y *Cubavisión+*; los dos últimos en alta definición). Asimismo, el canal internacional *Cubavisión Internacional*, 16 canales provinciales y 15 municipales también conforman el sistema televisivo cubano (ICRT, 2019).

Actualmente, todos los medios cubanos tienen presencia en internet para la difusión y retroalimentación de sus contenidos, dirigidos hacia un público nacional e internacional. Además, en Cuba existen otros

⁸ Entre los premios más importantes que otorga la UPEC se destacan el Premio Nacional de Periodismo “José Martí” por la obra de toda la vida y el Premio Nacional Anual “Juan Gualberto Gómez” por la obra del año. Aunque otras organizaciones nacionales también otorgan premios periodísticos como el “Primero de Mayo”, el “26 de Julio” y “El Rasguño en la piedra” (Cubaperiodistas, 2019).

medios nacionales que solo tienen visibilidad a través de la plataforma digital como *Cubadebate*, *Cuba Sí* y *Cubahora*.

Sin embargo, pese a la gran similitud entre los diferentes medios de prensa que componen el sistema mediático en Cuba, cada uno ellos posee características específicas, propias del contexto en el que se inserta la práctica profesional de los periodistas, y que influyen en sus creencias, comportamiento y percepciones sobre la prensa.

2.2 Peculiaridades de *Vanguardia* y ACN

La prensa a nivel provincial, a pesar de cumplir con los mismos patrones establecidos a nivel nacional, posee cierta autonomía tanto en el plano organizativo como en el difusivo; de modo que también puede hablarse de un subsistema de prensa en cada provincia cubana. En este sentido, los medios villaclareños han sido apreciados a nivel nacional por su organización, dirección, calidad de los contenidos emitidos, calidad profesional y por los premios profesionales recibidos, según asegura Rafael Benacho García, Funcionario del Departamento Ideológico del Comité Provincial del PCC en Villa Clara (comunicación personal, 23 de abril del 2019).

En Villa Clara el PCC dirige la política informativa de los medios de prensa,

Esto no quiere decir que el Partido dirija los medios; ya que el responsable de lo que se publica en el órgano de prensa es el director. Todo esto le confiere al Partido y a la prensa en Villa Clara una relación de complementariedad, si se tiene en cuenta que la prensa tiene un carácter político y clasista y el Partido deviene expresión de la unidad del pueblo cubano, la Revolución y el Socialismo (R. Benacho García, comunicación personal, 23 de abril del 2019).

A nivel provincial, los periodistas villaclareños también cuentan con la posibilidad de afiliarse a la UPEC. En Villa Clara existen doce organizaciones de base, las que tienen el objetivo de cumplir las funciones⁹ de la organización a nivel nacional.

Villa Clara posee tres medios de prensa provinciales y una corresponsalía de ACN, cada uno con un formato diferente para la producción informativa: periódico *Vanguarida*, Corresponsalía de ACN, emisora *CMHW* y telecentro *Telecubanacán*. Además, la provincia posee ocho corresponsales que tributan con información del territorio villaclareño a medios nacionales del país; según Bolivia Tamara Cruz Martínez (comunicación personal, 10 de enero del 2019).

⁹ A nivel provincial, la UPEC otorga los premios “Roberto González Quesada”, por la obra de toda la vida; el “Ifraín Sacerio Guardado”, por la obra del año y el “Mario Rodríguez Alemán”, por la obra de todo el año en diferentes apartados (B. T. Cruz Martínez, comunicación personal, 23 de abril del 2019).

Los periodistas de estos medios provinciales de Villa Clara reciben un salario básico mensual de 385 pesos en moneda nacional; además de la estimulación que se le suma al salario en consonancia con la evaluación de su calidad y desempeño dentro del medio. Por otra parte, la ACN, por su carácter nacional, suma 30 pesos a la cifra anterior.

En lo relacionado con la organización mediática interna, todos los medios, excepto el periódico *Vanguardia*, emplean como sistema de trabajo la división sectorial para las coberturas informativas. El trabajo para la página web del medio deviene una tarea “obligatoria” para todos los periodistas; en este sentido, el único medio con remuneración económica es *Telecubanacán*, donde a los periodistas se les paga el trabajo en la web por encima de su salario básico.

Sin embargo, ha sido el periódico *Vanguardia*, el medio con más visibilidad en la plataforma digital actualmente, según Miriam Elisa Peña López, Coordinadora del equipo de la página web del periódico *Vanguardia*. “Entre los cambios más recientes están la inserción del sitio *Melaito* y la apertura de un canal de *Vanguardia* en YouTube” (comunicación personal, 28 de abril del 2019).

En el semanario *Vanguardia* laboran 18 periodistas, de los que el 55,55% son mujeres y el resto son hombres; mientras que en ACN existen cuatro periodistas (dos mujeres y dos hombres). Asimismo, estos medios son los que mayor porcentaje de jóvenes poseen en su fuerza laboral: el 55,55% de periodistas menores de 35 años en *Vanguardia* y el 75% en ACN.

De los periodistas jóvenes de *Vanguardia* y de la ACN, el 50% y el 66,66%, respectivamente, se encuentra en período de adiestramiento. Sin embargo, estos medios también poseen profesionales con varios años de experiencia en el sector. Respecto a la formación académica de los profesionales, aunque todos son graduados de nivel superior, en *Vanguardia* solo el 61,11% corresponde a los graduados de Licenciatura en Periodismo; mientras en ACN el 100% de los redactores-reporteros son graduados de esta especialidad.

En cuanto a los factores infraestructurales, *Vanguardia* deviene uno de los medios de prensa villaclareños más favorecidos del territorio. En su redacción periodística existen ocho computadoras (en buen estado), una de ellas especializada en el trabajo con fotografías. Además, existen cuatro cables de red para los periodistas que prefieren utilizar sus laptop personales.

Por otro lado, los periodistas de la redacción digital cuentan con una computadora y una laptop, además de un cable de red para emplear medios personales, según Ana Margarita Castillo Mollinedo, Administradora de *Vanguardia*, (comunicación personal, 23 de abril del 2019).

El medio también facilita a 12 de sus periodistas conexión a internet desde sus hogares, además de otras herramientas para la optimización del trabajo, como *tablets* (nueve en manos de periodistas y dos en el medio para necesidades laborales) y teléfonos prepagados. Desde marzo del 2019 el medio cuenta con un teléfono celular para el Jefe de Información, uno para el Jefe de Redacción y uno para un periodista, este último solo para el uso de internet; además de un teléfono administrado por la dirección del medio que se le presta al resto de los periodistas en caso de coberturas especiales (A.M. Castillo Mollinedo, comunicación personal, 23 de abril del 2019).

Sin embargo, *Vanguardia* se ha visto afectado por la reparación del poligráfico de la provincia. El periódico ha tenido que imprimir su tirada semanal en La Habana. “Esta situación trae consigo el adelanto obligatorio del cierre de la edición para el jueves y una mala calidad de impresión, que muchas veces atenta contra el diseño planificado” (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 25 de febrero del 2019). A ello se suma “una difícil situación con el transporte dentro del medio, que solo cuenta con dos carros en mal estado, aunque el PCC apoya en este sentido” (A. M. Castillo Mollinedo, comunicación personal, 23 de abril del 2019).

Por su parte, la ACN también enfrenta dificultades materiales: el local donde se encuentra ubicada la corresponsalía está en mal estado constructivo, en la redacción solo existen dos computadoras, aunque ambas con acceso a internet. No obstante, dos de sus periodistas tienen conexión a internet desde sus casas.

Según Annia Martínez Alcántara, Administradora de la Corresponsalía de ACN “el medio solo cuenta con un teléfono prepagado que normalmente correspondería al Corresponsal Jefe, pero durante estos meses ha sido utilizado por los periodistas en coberturas especiales. La situación con el transporte también es crítica, ya que solo cuentan con un carro que se encuentra en reparación” (comunicación personal, 10 de febrero del 2019).

Así como *Vanguardia* y ACN, en Villa Clara, los medios audiovisuales también forman parte del sistema provincial de prensa. La *CMHW* y *Telecubanacán* poseen características afines, relacionadas con la dependencia de recursos materiales y humanos, por lo que los periodistas de estos medios experimentan mucho más los efectos de las carencias materiales.

2.3 CMHW y Telecubanacán: realidades del formato audiovisual provincial villaclareño

La emisora *CMHW* cuenta con 20 periodistas de los que el 52,63% son hombres. “Este deviene el medio con el personal periodístico más envejecido de los medios provinciales villaclareños”, según Magalys

Alfonso López, Subdirectora del Departamento Informativo de *CMHW* (comunicación personal, 21 de abril del 2019), ya que solo el 26,31% de los redactores reporteros son menores de 35 años.

Por su parte, el telecentro *Telecubanacán* cuenta con 21 periodistas, de los que el 80,95% son mujeres. En cuanto a la composición etaria, las cifras son menos distantes ya que el 52,38% está compuesto por periodistas menores de 35 años, de los cuales el 18,18% se encuentra en período de adiestramiento.

En lo relacionado con la formación académica, el 68,42% de los redactores-reporteros de la *CMHW* y 61,90% de los de *Telecubanacán* son graduados de Licenciatura en Periodismo. Este último resulta el medio donde existe mayor diversidad en la formación de los periodistas, ya que confluyen graduados de Licenciatura en Marxismo e Historia, Licenciatura en Historia y Ciencias Sociales, Licenciatura en Español-Literatura, Licenciatura en Información Científico-Técnica y Bibliotecología, Ingeniería Química, Licenciatura en Economía y en Agronomía, y Licenciatura en Letras.

Tanto el medio radiofónico como el televisivo se caracterizan por tener corresponsales de prensa en diferentes municipios del territorio provincial, como Camajuaní, Remedios, Encrucijada, Ranchuelo, Santo Domingo, Quemado de Güines, Corralillo, Placetas y Manicaragua. Los corresponsales municipales representan el 36,84% del personal periodístico tanto en *CMHW* como en *Telecubanacán*.

Precisamente, las corresponsalías municipales son las más carentes en cuanto a los recursos materiales.

“Ninguna corresponsalía de la *CMHW* cuenta con computadoras; de hecho, algunas de ellas como la de Camajuaní y Remedios no tienen un local de trabajo; de las restantes, la mayoría tiene locales en mal estado. Sin embargo, todos los corresponsales poseen teléfonos prepagados, tres de ellos con datos móviles (los corresponsales de Camajuaní, Ranchuelo y Santo Domingo), el resto de los corresponsales no tiene acceso a internet” (M. Alfonso López, comunicación personal, 21 de abril del 2019).

En la sede de *CMHW* la redacción periodística cuenta con cinco computadoras, una de ellas para el trabajo de los redactores. También en el Departamento Informativo existen tres computadoras: una para grabar a los corresponsales, otra para el trabajo de dirección y otra que solo se utiliza en caso de ciclones; mientras que en la redacción digital existen dos computadoras para el trabajo periodístico. Además, “todos los periodistas poseen teléfonos prepagados, cinco de ellos con datos móviles y el 91,66% cuenta con servicio internet en sus hogares” (M. Alfonso López, comunicación personal, 21 de abril del 2019). La emisora cuenta con el móvil de la radio que posee los elementos técnicos necesarios para transmitir la información en vivo desde cualquier punto del territorio; “vehículo que también se emplea para aliviar la difícil situación del transporte en el Informativo, que solo dispone de dos carros para la trasportación

de los periodistas” (M. Alfonso López, comunicación persona, 21 de abril del 2019). El departamento tiene acceso a un estudio de edición solo para los trabajos periodísticos y todas las computadoras poseen los programas necesarios para que los propios periodistas editen sus trabajos (M. Alfonso López, comunicación persona, 21 de abril del 2019).

Por su parte, la televisión deviene el medio de prensa con mayor dependencia de recursos materiales. Las propias rutinas productivas dificultan muchas veces el trabajo de los profesionales, ya que en *Telecubanacán*, a pesar de existir una situación normal con el transporte, con otros medios de trabajo, como las cámaras, la realidad resulta compleja.

“De manera general, el telecentro posee tres cámaras que se deben compartir para el trabajo del Departamento de Programación y del Informativo, aunque en caso de acontecimientos especiales esta realidad se modifica para dar prioridad al Informativo”, según Raydamara Chirino Pedroso, Productora del Departamento Informativo (comunicación personal, 20 de marzo del 2019).

La redacción periodística dispone de cinco computadoras (todas con internet), y una de ellas contiene los programas de edición para los periodistas que deseen editar sus trabajos. En este medio también los corresponsales y periodistas del propio medio cuentan con teléfonos prepagados y con un teléfono de guardia para coberturas especiales, así como con otras condiciones laborales, como internet en sus hogares (R. Chirino Pedroso, comunicación personal, 20 de marzo del 2019).

Además, este medio también tiene acceso a un cubículo de edición destinado solamente a los materiales informativos, aunque en coberturas especiales (eventos meteorológicos) los tres cubículos que existen en *Telecubanacán* se ponen al servicio de los periodistas.

De manera general, las mediaciones del contexto internacional, nacional y provincial, así como las realidades culturales y estructural-organizativas al interior de los medios en que laboran, hacen que, en el contexto cubano, los periodistas de los medios provinciales villaclareños se formen una percepción sobre el sistema del que forman parte activa: la prensa cubana.

CAPÍTULO 3: PAUTAS METODOLÓGICAS PARA INVESTIGAR LA PERCEPCIÓN DE LOS PERIODISTAS DE LOS MEDIOS PROVINCIALES DE VILLA CLARA

3.1 Clasificación de la investigación

Establecer una fija y estática taxonomía de la investigación en comunicación resulta una tarea harto difícil; sobre todo, porque –como sucede en las ciencias de la comunicación de manera general– la pluralidad de criterios, que circundan este campo de estudio, así lo ha determinado. No obstante y como afirma la teórica brasileña María Inmaculata Vasallo de Lopes (2012), toda investigación debe asumirse desde la asunción consciente de sus criterios clasificatorios, para no correr el riesgo de encausarla incorrectamente.

Por ello, el presente estudio solo se ciñe a los criterios de clasificación que ya han sido legitimados en la investigación en comunicación: según el enfoque o paradigma (Alsina, 2001), según el carácter (Alonso y Saladrigas, 2006), según la finalidad (Alonso y Saladrigas, 2006; Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2006), según la perspectiva metodológica (Rodríguez Gómez, Gil Flores y García Jiménez, 2010), según la profundidad (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014) y, por último, según el ámbito (Alonso y Saladrigas, 2006).

En cuanto al enfoque, el presente estudio se afilia al paradigma interpretativo; ya que se centra en dilucidar los modos causales y operantes en la formación de las estructuras perceptivas de los profesionales de la prensa (en los medios provinciales de Villa Clara) sobre el propio sistema de prensa cubano; intención que presupone superar la mera descripción positivista del fenómeno.

Según el carácter, la investigación deviene empírica, puesto que –aunque parte de una sistematización bibliográfica para sustentar teóricamente las categorías analíticas del estudio– aplica técnicas de investigación a una realidad práctica concreta (el marco subjetivo y representacional de los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara), mediante los cuales obtiene resultados verificables de forma empírica.

De acuerdo con la finalidad, resulta una investigación aplicada; precisamente, porque parte de la articulación teórico-metodológica, mediante la cual se analizan categorías científicamente validadas (referentes perceptuales, contexto, gratificación de necesidades comunicativas, elaboración de juicios) en una realidad concreta (profesionales de la prensa de los medios provinciales de Villa Clara).

Además, según la perspectiva metodológica, constituye un estudio eminentemente cualitativo; no solo porque utilice herramientas propias de las metodologías cualitativas, sino también porque supera la mera descripción y caracterización estadística de la elaboración de juicios en los periodistas de la región

central de Cuba, para –finalmente– comprender y dilucidar las interioridades particulares e intangibles del objeto de estudio. De ahí que –en cuanto a la profundidad– resulte un estudio descriptivo.

Por último, atendiendo al ámbito, el estudio se centra en los emisores; porque comprende el análisis de la elaboración de juicios que hacen los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara, y, aunque comprende un objetivo en función de la gratificación de necesidades comunicativas, se trata de las necesidades comunicativas de dichos profesionales de la prensa, no como receptores comunes, sino en calidad de emisores y público especializado.

3.2 Definición conceptual de las categorías analíticas de la investigación

La presente investigación asume, como categoría analítica, la percepción sobre el sistema de prensa, la cual se conceptualiza como: Proceso subjetivo mediante el cual el sujeto perceptor, consciente e inconscientemente, elabora o se forma juicios sobre el sistema de prensa, a partir de la actualización de los referentes perceptuales de la prensa, como resultado de la influencia constante del contexto que le circunda y de la orientación continua a satisfacer necesidades individuales y colectivas (Abbagnano, 1986; Goldstein, 1999; Matlin y Foley, 1996; Merleau-Ponty, 1975; Tudela, 1988; Vargas Melgarejo, 1994).

Además, resulta necesaria la conceptualización de las siguientes subcategorías:

Referentes perceptuales: Estructuras resultantes de la experiencia, el conocimiento y los significados, aprendidos y modificados a lo largo de la vida del sujeto. A partir de ellos se interpretan los nuevos eventos percibidos, para después compararlos, ordenarlos e incorporarlos de manera individual o grupal. Vale aclarar que el sujeto no acumula infinitamente referentes sobre el mismo objeto, sino que los modifica y actualiza a partir del contexto. Y es este contexto lo que determina las necesidades, valoraciones y construcción de la realidad que efectúan los sujetos (Broadbent, 2015; Goldstein, 1999; Martín Serrano, 1982; Monserrat, 1998; Postman, 1974; Robyns, 1994; Vargas Melgarejo, 1994).

Contexto: Conjunto de elementos que median la situación comunicativa o perceptiva concreta (micro-contexto o contexto comunicativo), la cual, a su vez, está mediada por elementos más generales que circunscriben en tiempo y espacio al sujeto perceptor (macro-contexto o contexto socio-histórico). No solo el contexto interviene en la activación de los referentes perceptuales, puesto que estos referentes (también situados dentro de ese contexto específico) crean o modifican la percepción de los individuos ante determinados estímulos (Van Dijk, 1999).

Gratificación de necesidades comunicativas: Proceso determinado por el receptor, quien evalúa la objetividad y calidad de los mensajes a partir de sus experiencias y conocimientos individuales. Por

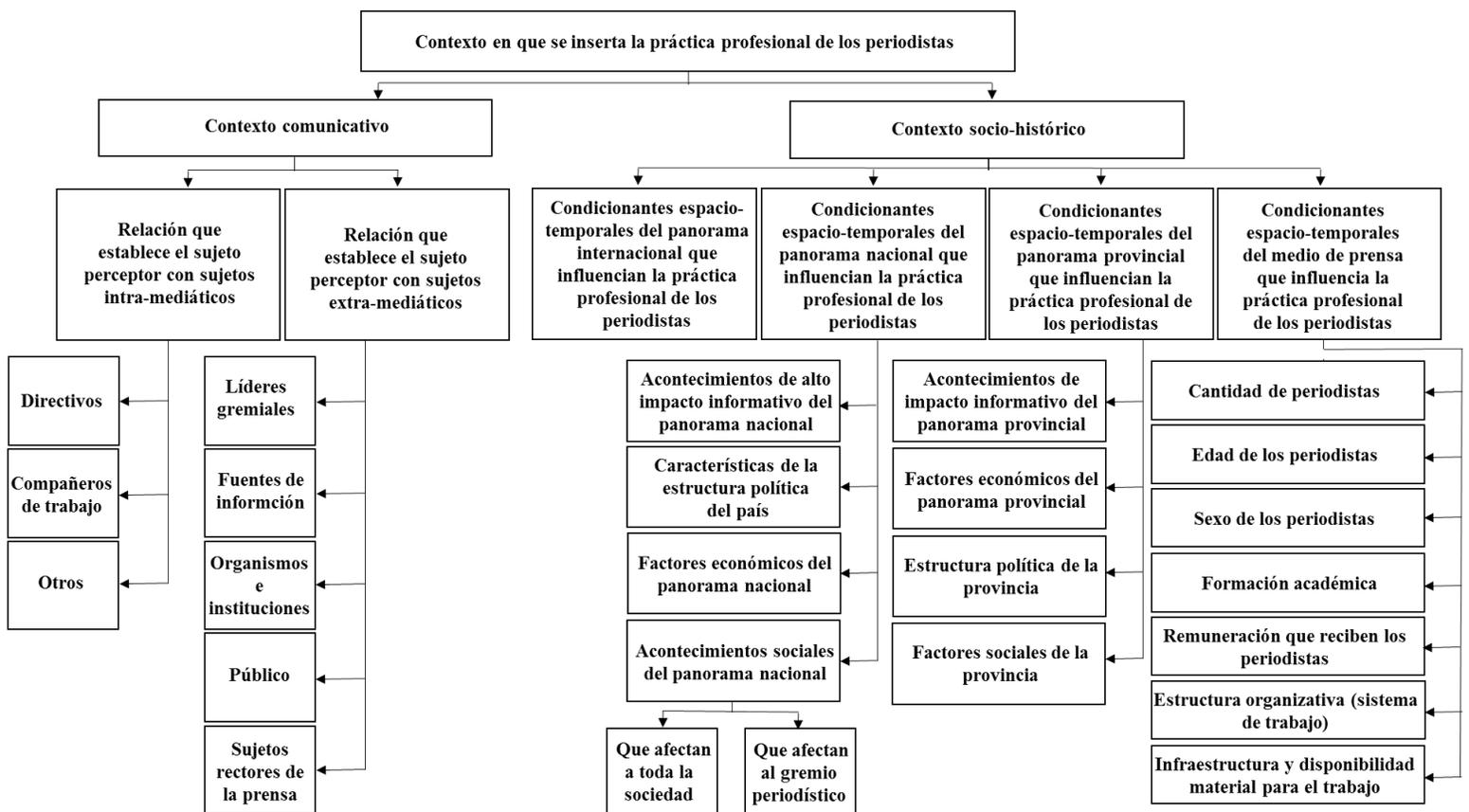
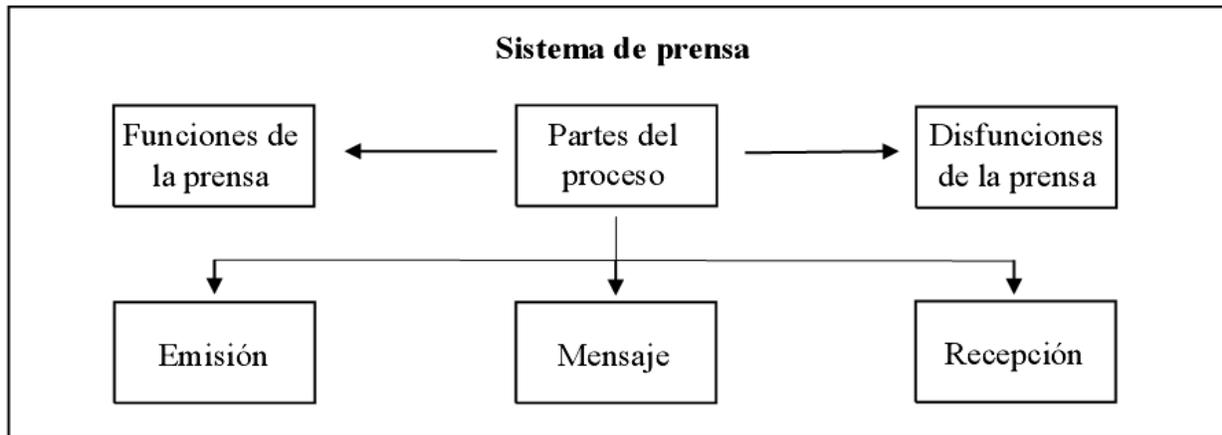
tanto, la eficacia que otorgan los perceptores a los medios depende del grado de satisfacción de sus necesidades comunicativas; de ahí que la relación entre gratificación de necesidades y elección del medio, dentro de los límites impuestos por el emisor, deviene una opción del sujeto receptor. Así, después de gratificar o no sus necesidades comunicativas, los emisores (en calidad de público especializado) refuerzan o modifican las estructuras perceptivas que se han formado sobre el sistema comunicativo (Katz, Gurevitch y Haas, 1973; Wolf, 2005).

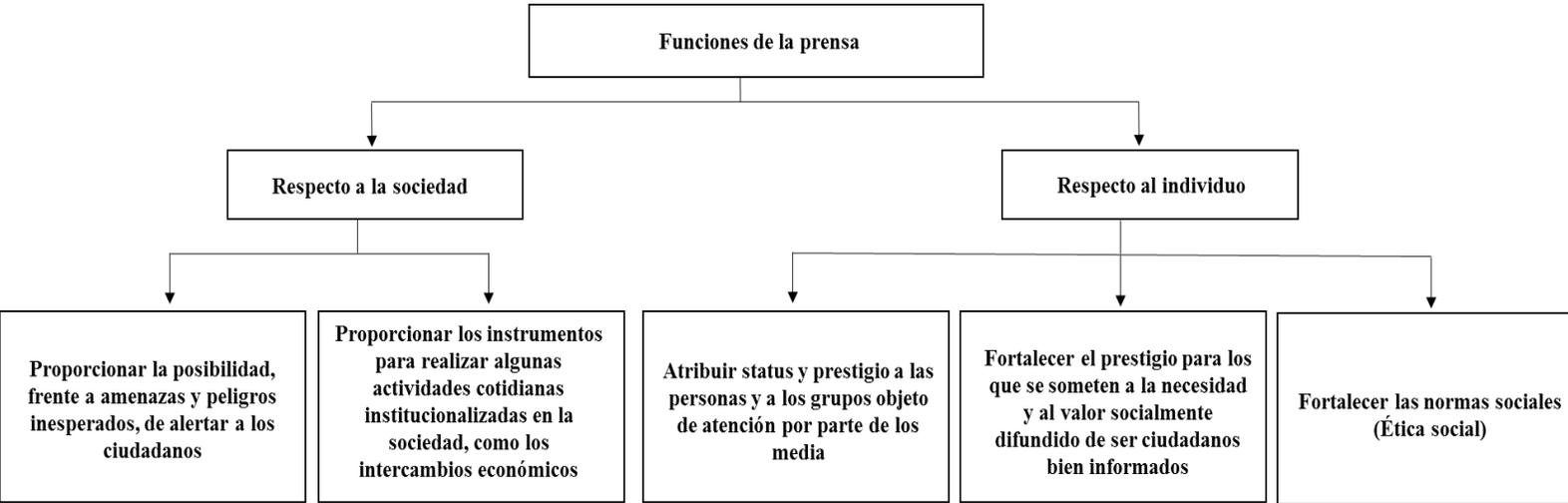
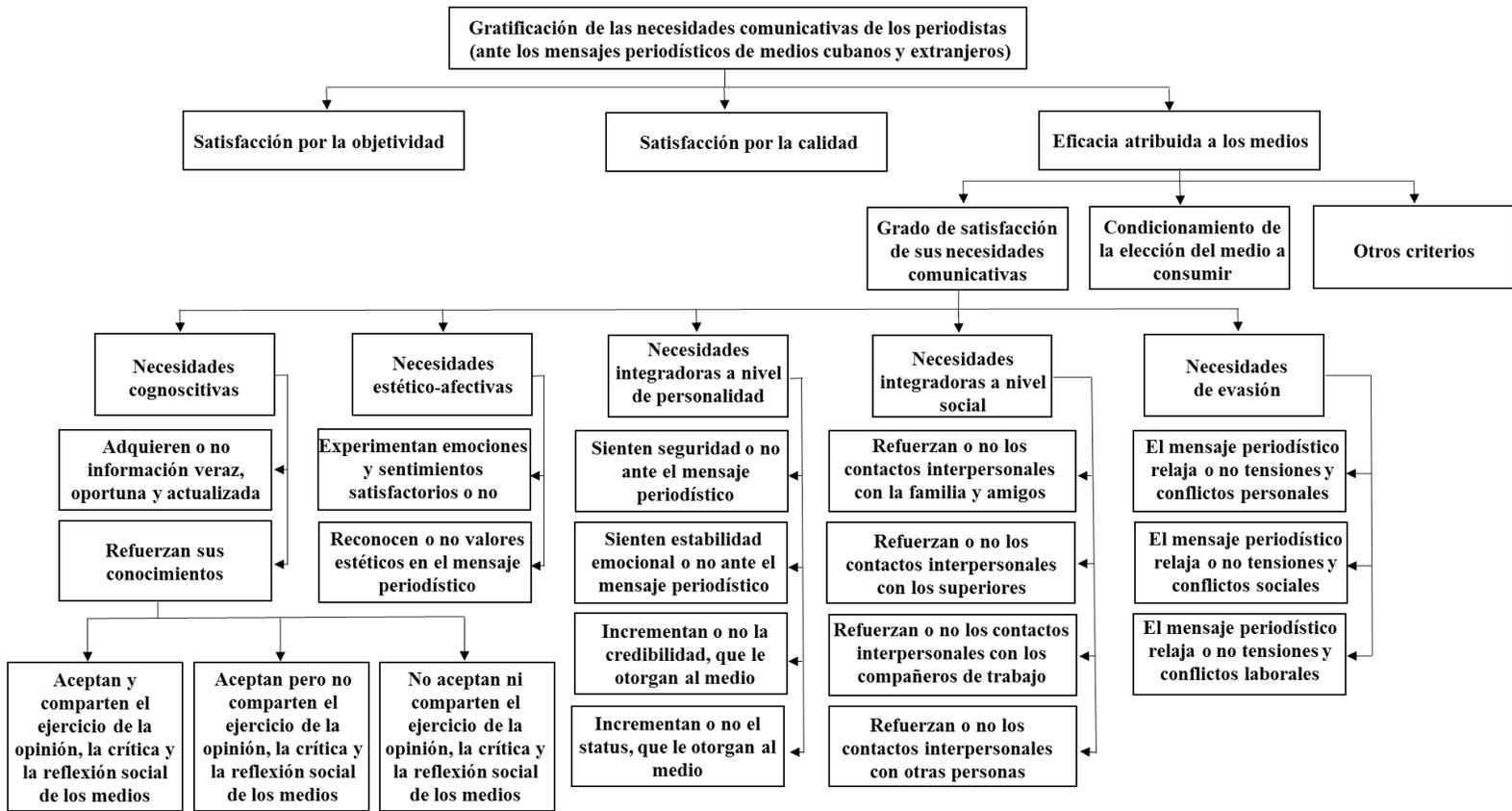
Elaboración de juicios: Evaluación que realizan los sujetos de lo percibido y cuya descripción se materializa verbalmente mediante proposiciones; de modo que el contenido de dichas proposiciones sintetiza o relaciona conceptos objetivos –a partir del conocimiento que el sujeto posea sobre ellos– para compararlos entre sí y establecer si hay o no identidad y conveniencia entre dichos conceptos (Aguilar Morales, 2011; Cerda Gutiérrez, 2003; Pabon, 2013; Pase de Pinto y Briceño de Sánchez, 2015).

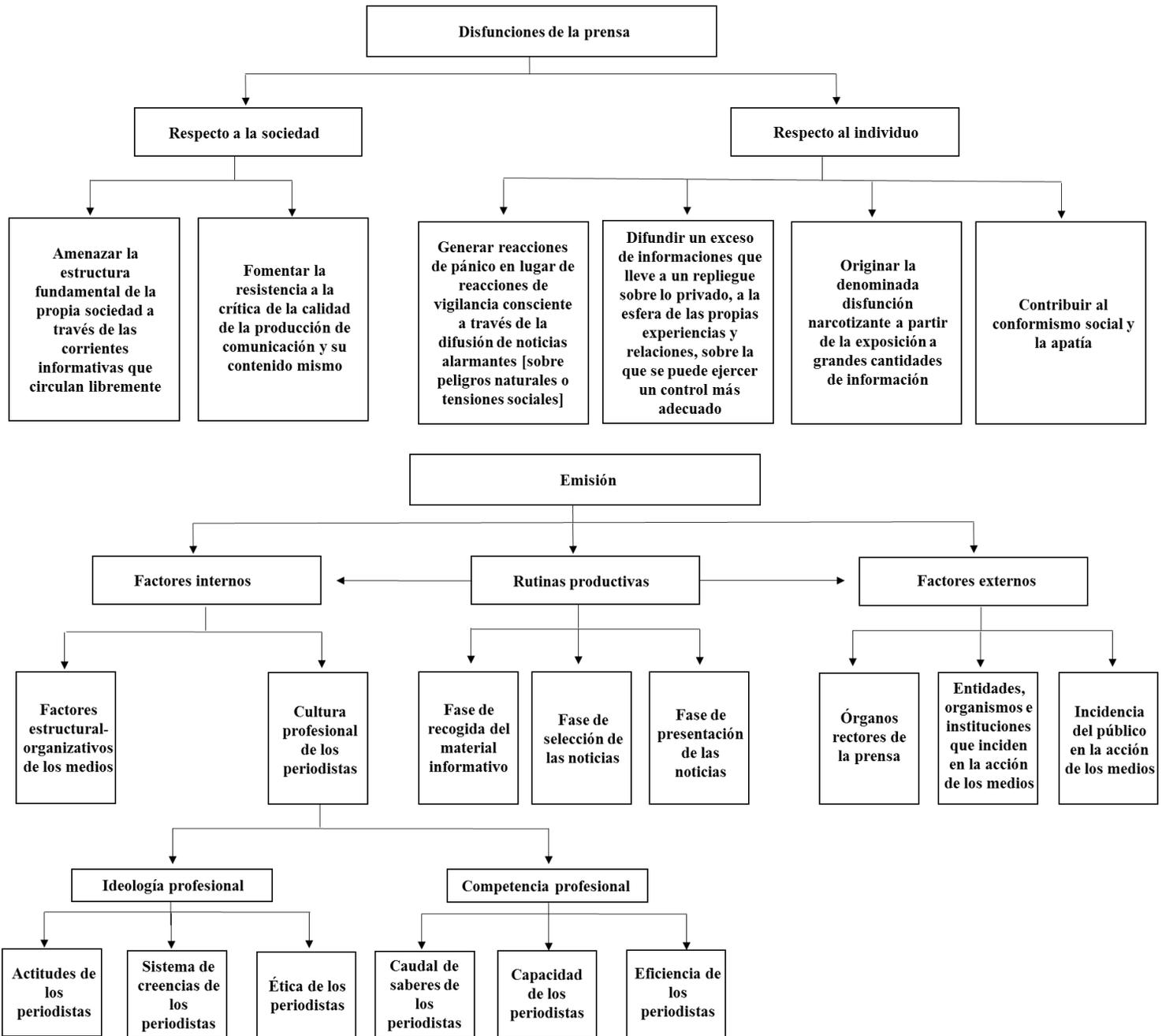
Sistema de prensa: Conjunto organizado de medios de prensa insertos en un contexto específico, que establece relaciones de inter-dependencia (apoyo u oposición) entre sus partes (prensa plana, radio, televisión, agencias de noticias, sitios web...) y que cumple funciones o disfunciones específicas dentro de la sociedad, a partir de la articulación de las diferentes partes del proceso de comunicación (emisión, mensaje, recepción), fuertemente mediado por factores como la institucionalidad, la fuerza de trabajo, la infra-estructura y la organización [Arnold y Osorio, 1998; Luhmann (2007; Ortiz Ocaña, 2016); Martín Serrano, 1982; Von Bertalanffy, 1968].

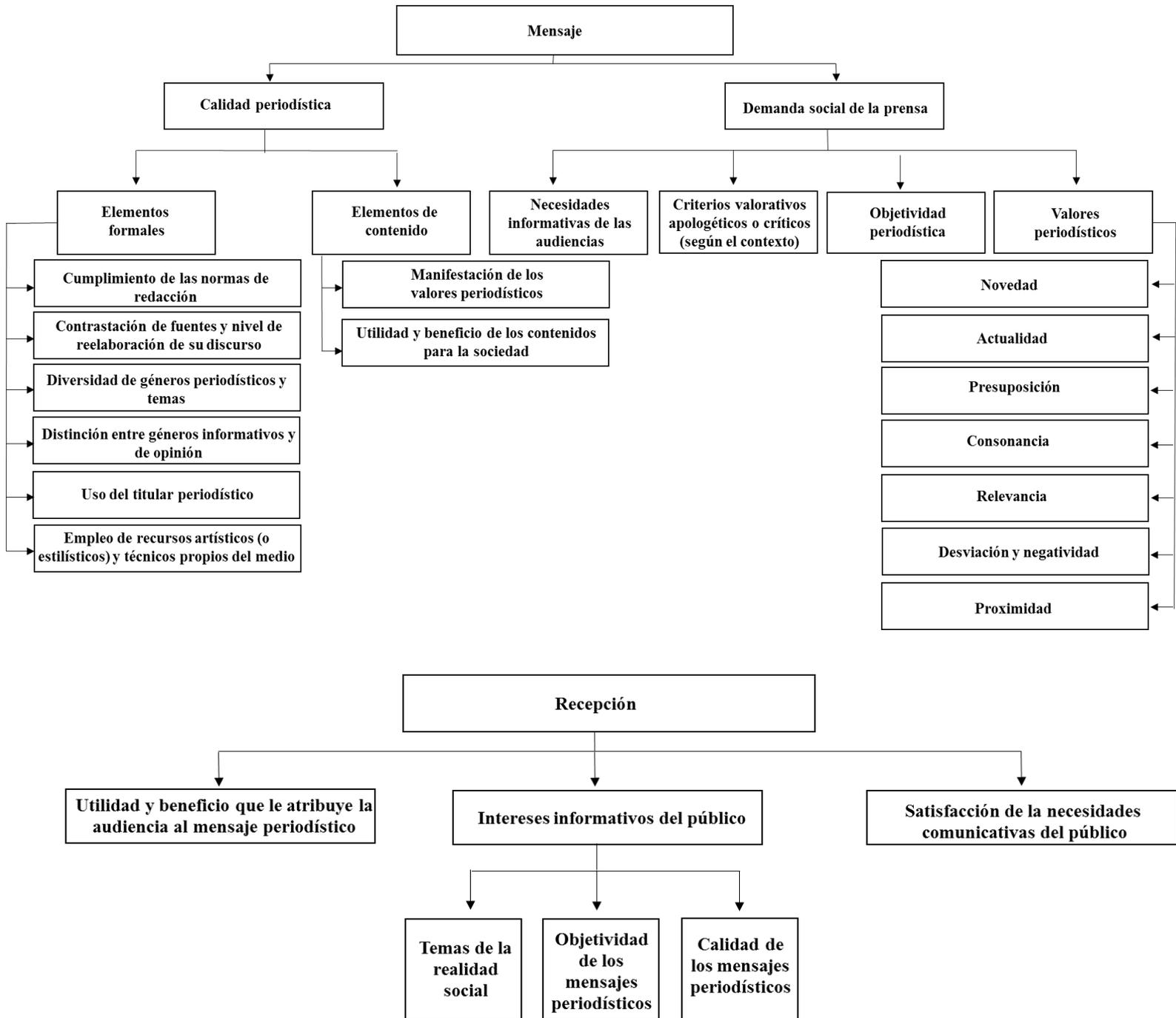
3.3 Definición operacional de las categorías analíticas de la investigación











3.4 Métodos, técnicas y triangulación de la investigación

En materia de enfoques metodológicos empíricos, se emplea el método bibliográfico-documental y su técnica, la revisión bibliográfico-documental (Alonso y Saladrigas, 2006), con el propósito de sustentar teórica y metodológicamente el presente estudio.

Asimismo, se utiliza el método etnográfico para comprender las lógicas de formación perceptual de los periodistas de los medios provinciales villaclareños, como grupo social y profesional. De ahí que se utilicen como técnicas la encuesta¹⁰, la entrevista, la observación participante, las notas de campo y los grupos focales. Para realizar la tabulación correspondiente a las encuestas, se utiliza el procesamiento estadístico de los datos mediante operadores digitales de Excel.

Se encuestan 57 periodistas¹¹, se realizan entrevistas estructuradas a cinco directivos de los medios¹² y a dos representantes de los órganos rectores de la prensa en Villa Clara¹³, y se realizan 17 entrevistas semiestructuradas a periodistas de los cuatro medios provinciales de Villa Clara¹⁴; en función de recopilar información suficiente para contextualizar el objeto de la investigación y dilucidar la interconexión que se establece entre los referentes perceptuales y su actualización a partir del contexto y la gratificación de las necesidades comunicativas. Además, se realizan cuatro grupos focales¹⁵; de modo que la presente investigación queda triangulada metodológicamente.

Por último, se prescinde de criterios para la selección muestral, puesto que la población de la unidad de análisis está integrada solo por 63 periodistas; lo que permite incluirlos a todos en la aplicación de las diferentes técnicas de la investigación para, así, obtener una mayor generalización de los resultados. No obstante, debe aclararse que, en la investigación, solo se tuvieron en cuenta los criterios de 58 periodistas; porque tres de *Vanguardia* y dos de *Telecubanacán* no colaboraron en ninguna de las técnicas de la investigación.

¹⁰ La encuesta realizada a los periodistas de los medios provinciales villaclareños se registra en el anexo # 2.

¹¹ Se encuestan 15 periodistas de *Vanguardia*, cuatro de ACN, 19 de *CMHW* y 19 de *Telecubanacán*. Del total de periodistas a encuestar (63), solo 6 dejaron de llenar la encuesta por libre y espontánea voluntad: tres de *Vanguardia* (incluido el Jefe de Información), uno de *CMHW* y dos de *Telecubanacán*.

¹² Se entrevistan dos directivos de *Vanguardia* (Marelys Concepción Díaz y Ana Margarita Castillo Mollinedo, Directora y Administradora, respectivamente), uno de ACN (Annia Martínez Alcántara, Administradora), uno de *CMHW* (Magalys Alfonso López, Subdirectora del Departamento Informativo) y uno de *Telecubanacán* (Raydamara Chirino Pedroso, Productora del Departamento Informativo). De los restantes directivos a los que se les solicitó ser entrevistados, eludieron la entrevista el Jefe de Información de *Vanguardia*, el Director del Sistema Provincial de la Radio en Villa Clara y la Directora del Sistema Provincial de Televisión en Villa Clara.

¹³ Se entrevistan Rafael Benacho García, Funcionario del Departamento Ideológico del Comité Provincial del PCC en Villa Clara, y Bolivia Tamara Cruz Martínez, Presidenta de la UPEC en Villa Clara.

¹⁴ Se entrevistan seis periodistas de *Vanguardia* (cuatro mujeres y dos hombres; de ellos, dos mayores de 35 años y cuatro menores de 35), uno de ACN, cinco de *CMHW* (tres mujeres y dos hombres; de ellos, cuatro mayores de 35 años y uno menor de 35), y seis en *Telecubanacán* (cinco mujeres y un hombre; de ellos, dos mayores de 35 años y dos menores).

¹⁵ Los grupos focales se estructuran de la siguiente forma: primer grupo focal en *Vanguardia* (siete periodistas: tres hombres y cuatro mujeres; de ellos, dos mayores de 35 años y cinco menores de 35), segundo grupo focal en ACN (tres periodistas de ACN en Villa Clara: dos hombres y una mujer; todos menores de 35 años), tercer grupo focal en *CMHW* (siete periodistas: tres hombres y cuatro mujeres; de ellos, cinco mayores de 35 años y dos menores de 35) y cuarto grupo focal en *Telecubanacán* (ocho periodistas: tres hombres y cinco mujeres; de ellos, dos mayores de 35 años y cinco menores de 35).

CAPÍTULO 4: LA PERCEPCIÓN DE LOS PERIODISTAS DE LOS MEDIOS PROVINCIALES VILLA CLAREÑOS SOBRE EL SISTEMA DE PRENSA CUBANO

4.1 El contexto comunicativo de los periodistas de los medios provinciales villaclareños

Como pudo constatarse durante el período de observación y según consta en las notas de campo, el contexto comunicativo¹⁶ en el que se inserta la práctica profesional de los periodistas de los medios provinciales villaclareños presenta pocas diferencias de un medio a otro. En cada uno de ellos, se observa una considerable insatisfacción, por parte de los profesionales de la prensa con la realidad que circunda su desempeño profesional y, en especial, en lo que respecta a sus relaciones con los sujetos intra-mediáticos y extra-mediáticos.

En cuanto a la relación con los primeros, en las entrevistas realizadas, los periodistas de *Vanguardia*, *CMHW* y *Telecubanacán* afirman sentirse poco satisfechos con la gestión de los directivos de los medios en que laboran, con el clima laboral fijado entre sus compañeros de la redacción y, en menor medida, con el resto del personal del centro de trabajo.

“Todos los medios de prensa son iguales, en su interior todo resulta un caos. Aquí, de manera general, el colectivo es muy unido, pero aun así afloran conflictos laborales, celos profesionales e incomprensiones de los jefes” (Entrevistada 2, *Vanguardia*)¹⁷. “La alta dirección de la emisora siempre beneficia a las intocables «vacas sagradas», bajo la justificación de que esos privilegios vienen «orientados desde arriba»; cuando, en realidad, todos sabemos que la decisión siempre es interna” (Entrevistada 1, *CMHW*). En la televisión todo se agrava, porque la propia rutina obliga a los periodistas a depender de otros profesionales que “trabajan menos, cobran más y ni se buscan problemas si los comparamos con nosotros” (Entrevistada 6, *Telecubanacán*).

Por su parte, los periodistas de la Corresponsalía de la ACN se sienten satisfechos con las relaciones laborales que se establecen hacia el interior del medio; porque, como aseguran, “la agencia resulta el medio donde mejor se trabaja en Villa Clara actualmente. Aquí las relaciones, tanto profesionales como personales, son estables y satisfactorias” (Entrevistada 2, ACN).

En *Vanguardia*, aunque los periodistas tienen una relación muy cercana con su directora, en ocasiones se muestran irrespetuosos para con ella. En este sentido, las notas de campo constatan que, durante la observación en *Vanguardia*, más del 70% de los periodistas cuestionaron la importancia de las reuniones

¹⁶ La incidencia del contexto comunicativo en la actualización de los referentes perceptuales se analiza de forma transversal a lo largo del presente capítulo, por la incidencia que tiene en todas las partes del proceso comunicativo.

¹⁷ Por cuestiones éticas, los criterios de los periodistas que colaboran con el estudio se presentan de forma anónima.

convocadas por la directora; espacios en los que asumen comportamientos inapropiados pues no prestan atención, conversan en voz alta sobre temas ajenos a la reunión, atienden o juegan con el teléfono, entran y salen sin pedir permiso, y todo ello sin el más mínimo cuidado para no interrumpir.

En *CMHW* y en *Telecubanacán* la insatisfacción de los periodistas con sus directivos resulta mayúscula; sobre todo, porque afirman sentirse molestos ante el hecho de que sus directores priorizan al Departamento de Programación por encima del Informativo (Periodista 5, grupo focal *CMHW*; entrevistada 1 de *Telecubanacán*).

Según se pudo observar, los periodistas suelen exonerar sus culpas ante “la mediocridad mediática cubana” (Periodista 2, grupo focal *Telecubanacán*); en tanto buscan, en factores ajenos a ellos mismos, las causas de los problemas de la prensa. De ahí que responsabilicen a sus jefes de las deficiencias de los medios, porque consideran que los directivos impiden el efectivo desempeño profesional del gremio (Entrevistada 1, *Telecubanacán*; Periodista 2, grupo focal *CMHW*).

No obstante, los periodistas de *Vanguardia*, *CMHW* y *Telecubanacán* coinciden en que las relaciones con sus jefes inmediatos (Jefe de Información en *Vanguardia* y Subdirectores de los Departamentos Informativos en *CMHW* y *Telecubanacán*) resultan más satisfactorias; aunque les incomode que, de manera general, quienes ocupan cargos de dirección siempre temen publicar temas que deriven en críticas a las instituciones del Estado o no defienden a los periodistas en caso de conflictos con las fuentes.

“La dirección transgrede los derechos del periodista, incluso mediante posturas poco éticas. A veces, cuando alguna fuente institucional exige al periodista leer el trabajo antes de ser publicado, sucede que la directora se los envía sin el consentimiento del reportero. Y eso no debe ser” (Comentario, registrado en las notas de campo, de la Periodista 5, *Vanguardia*).

Por otra parte, cerca del 40% de los periodistas de la emisora radial siente que “siempre se privilegia a los que tienen mejores relaciones con los jefes” (Comentario, registrado en las notas de campo, de la Periodista 1, *CMHW*); y además, no se le brinda al periodista “un estímulo ni siquiera moral” (Comentario, registrado en las notas de campo, de la Periodista 4, *CMHW*). Mientras que, en *Telecubanacán*, se reconoce que “el problema fundamental de los medios son los jefes. Ninguno tiene el valor para enfrentar los obstáculos y defender al periodista. Incluso, en muchas ocasiones el Partido pide trabajos críticos y los propios directivos ponen trabas al reportero” (Comentario, registrado en las notas de campo, del Periodista 4, *Telecubanacán*).

Sin embargo, durante la observación en los cuatro órganos de prensa, los reporteros muestran apatía hacia los temas críticos. Ellos mismos manifiestan que esto se debe a la desmotivación que causan los bajos salarios, por los que “no vale la pena buscarse problemas” (Periodista 3, grupo focal *Telecubanacán*; Entrevistado 4, *Vanguardia*; Comentario, registrado en las notas de campo, del Periodista 3, *CMHW*).

En el caso de ACN, durante el período de investigación no cuenta con un Corresponsal Jefe. Según se observa en el medio, la administradora ha dirigido durante estos meses a los periodistas, con quienes mantiene una adecuada relación profesional y personal. Sin embargo, la observación en *Vanguardia*, *CMHW* y *Telecubanacán* verifica que las relaciones entre los periodistas resultan bastante tensas, en tanto se evidencian conflictos laborales (relacionados con los turnos de edición, los tiempos de cámara), celos profesionales e incompreensión entre los periodistas de más años de experiencia y los recién graduados.

Varios periodistas coinciden en que los avances en los modos de hacer periodismo y las constantes propuestas de cambio por parte de los jóvenes, muchas veces molestan a los periodistas de mayor experiencia, quienes no desean salir de su zona de confort y no apoyan, generalmente, los proyectos de los jóvenes (Periodista 1, grupo focal *Vanguardia*; Periodista 2, grupo focal *CMHW*; Entrevistada 1, *Telecubanacán*).

Sin embargo, como resultado de la observación, se evidencia que los conflictos intergeneracionales no solo afloran de los periodistas con mayor experiencia; los jóvenes también se muestran predispuestos negativamente ante los criterios de los más experimentados; y asumen, en ocasiones, posturas autosuficientes y poco receptivas.

Por otra parte, todos los periodistas de *Vanguardia* y ACN se sienten muy satisfechos con la relación que establecen con los sujetos intra-mediáticos que no son periodistas. Sin embargo, en *CMHW* y *Telecubanacán* no se alcanza tal grado de satisfacción, debido a que las rutinas productivas de estos medios obligan a depender del personal no periodístico para el resultado final del trabajo. En este proceso surgen conflictos motivados por la insatisfacción con el trabajo de cámara, dificultades en el proceso de edición, poca disposición del transporte para realizar determinadas coberturas...) (Entrevistado 2, *CMHW*; Entrevistado 6, *Telecubanacán*).

Las relaciones con sujetos extra-mediáticos, resultan, sin embargo, más estables. Aun cuando el PCC dirige la política informativa de los medios, los periodistas coinciden en que no tienen contacto directo

con las orientaciones del Departamento Ideológico del Comité Provincial del PCC en Villa Clara, sino que la mayoría de las veces las informaciones les llegan a través de los directores de los medios.

Según se pudo constatar a través de la observación, cerca de la mitad de los periodistas considera que el PCC es el “dueño de los medios” (Entrevistado 1, *Vanguardia*), y esto les favorece (sobre todo, en el apoyo con el transporte y la gestión de coberturas) (Periodista 6, grupo focal *Vanguardia*; Entrevistada 3, *CMHW*; Entrevistada 5, *Telecubanacán*); pero también el PCC les afecta, en tanto impide la publicación de algunos trabajos (Periodista 3, grupo focal ACN) y no suele apoyar a los medios cuando alguna fuente institucional niega información injustificadamente (Entrevistada 2, *Vanguardia*).

Sin embargo, varios periodistas agregan que Villa Clara resulta de las provincias donde el PCC tiene mejores relaciones con la prensa e, incluso, es mucho más permisivo en cuanto a la crítica periodística (Entrevistado 6, *Vanguardia*; Entrevistada 1, ACN; Entrevistada 3, *CMHW*; Periodista 8, grupo focal *Telecubanacán*).

A través de la observación se constata que los periodistas de los cuatro medios provinciales villaclareños están satisfechos con la atención que reciben de la UPEC en el territorio. El hecho de que la presidenta de la UPEC haya salido hace poco de un medio de prensa hace que comprenda las necesidades e insatisfacciones de los miembros de la organización en el territorio y se proyecte positivamente en este sentido (Periodista 6, grupo focal *Vanguardia*; Periodista 2, grupo focal ACN; Periodista 1, grupo focal *CMHW*; Entrevistado 4, *Telecubanacán*).

Por otra parte, los periodistas establecen una doble relación con los organismos e instituciones y con el público, ya que estos devienen fuentes de información y receptores de los trabajos periodísticos.

“El público aún confía en los medios de prensa villaclareños y los busca para contrastar las informaciones que escuchan por la calle. Por ello, las personas llegan hasta las recepciones de los medios y las redacciones periodísticas para dejar sus propuestas y preocupaciones respecto al trabajo de la prensa. También contactan a los periodistas a través de llamadas y mensajes” (Periodista 1, grupo focal *CMHW*).

Con relación a los organismos e instituciones de la administración del Estado, existe una dependencia recíproca. Sin embargo, a decir de la mayoría de los periodistas entrevistados de los cuatro medios, tal reciprocidad a veces no funciona porque las instituciones facilitan u ocultan la información, según su propia conveniencia.

“Todavía las instituciones se cuidan de ofrecer informaciones a la prensa, incluso cuando estas no pondrían en riesgo la estructura política de la sociedad” (Periodista 1, grupo focal ACN); simplemente

porque se teme decir la verdad (Periodista 2, grupo focal *Telecubanacán*). Además, varios periodistas afirman haber sido expulsados de alguna cobertura periodística; ya que, según los organismos implicados, los temas que se abordan no constituyen interés de la prensa, aun cuando se trata de instituciones públicas (Entrevistada 3, *Vanguardia*; Periodista 4, grupo focal *CMHW*).

Así, el contexto comunicativo en el que se inserta la práctica profesional de los periodistas de los medios provinciales villaclareños se caracteriza por la poca satisfacción de estos con los sujetos intra y extra-mediáticos, debido al poco apoyo percibido desde la dirección de cada medio, a los conflictos laborales con los propios colegas, a la incompreensión de los órganos rectores respecto a algunos temas y al secretismo todavía existente en algunas fuentes institucionales.

4.2 El sistema de prensa cubano en la gratificación de las necesidades comunicativas

Según pudo comprobarse a través de las encuestas aplicadas, las principales necesidades comunicativas que buscan satisfacer los periodistas villaclareños en los medios de prensa que consumen son la cognitiva, la afectivo-estética, la integradora a nivel social, la integradora a nivel de personalidad y la evasión, con un marcado énfasis en la primera¹⁸. Todos los periodistas sienten la necesidad de informarse y/o instruirse y más del 90%, de contrastar información recibida por otras vías. Esto se debe a que reconocen, como principal función de la prensa, la informativa.

“Los medios se emplean fundamentalmente para satisfacer necesidades informativas; si tenemos necesidad de experimentar sentimientos o emociones, o de entretenernos resulta más conveniente consumir otros productos comunicativos como series o películas” (Entrevistado 3, *Vanguardia*).

Por su parte, los periodistas que buscan satisfacer necesidades afectivo-estéticas consideran que los medios, independientemente de su función informativa, deben contar con un buen diseño y con contenidos que permitan a los receptores experimentar sensaciones y emociones en el plano personal-espiritual. Así, la búsqueda de esta necesidad en los medios se encuentra fundamentalmente relacionada con el interés por cultivar el gusto estético y no tanto con la intención de despertar emociones y sentimientos.

La necesidad integradora a nivel social se manifiesta por quienes consideran que los medios deben fomentar el intercambio e interacción con otras personas dentro de la sociedad; mientras los reporteros que no buscan satisfacer esta necesidad en la prensa, sustentan su decisión en que los medios no resultan los mecanismos adecuados para fomentar vínculos de interrelación social. El hecho de que solo cerca

¹⁸ En el anexo # 3, se registran las estadísticas generales relativas a la gratificación de las necesidades comunicativas de los periodistas de los medios provinciales villaclareños.

del 30% de los periodistas reconozca querer satisfacer en los medios la necesidad integradora a nivel personal se relaciona con que la mayoría considera que el papel de la prensa está encaminado a sostener principios y paradigmas sociales, y no demandas e ideas individuales.

Por último, los periodistas que buscan satisfacer la necesidad de evasión representan menos del 30%. Este porcentaje considera que los órganos de prensa deben garantizar que sus contenidos, además de informar, entretengan y atraigan a los receptores.

En este sentido, dentro de los medios de prensa que consumen los periodistas de los medios provinciales villaclareños en busca de satisfacer sus necesidades comunicativas, la prensa extranjera representa el 63,63%¹⁹. Sin embargo, los medios más recurrentes en el consumo diario de los periodistas son cubanos: *Granma*, *Cubadebate*, *Sistema Informativo de la Televisión Cubana*, *Vanguardia* y *CMHW*. Esto se debe –según pudo constatarse en las entrevistas y los grupos focales– a las exigencias mismas de las rutinas de trabajo, “porque necesitamos saber lo que resulta tendencia informativa en el país o en la provincia para «no quedarnos atrás»” (Periodista 5, grupo focal *CMHW*).

Los periodistas prefieren los medios internacionales para informarse, sobre todo los jóvenes, por la inmediatez, el modo de abordar los temas y los enfoques variados; pero siempre nos remitimos a medios nacionales porque son los nuestros y porque, como periodistas, debemos contrastar todas las informaciones, no solo en los trabajos que hacemos sino también desde nuestro rol de receptores. Además, lo que publica *Granma* o *Radio Rebelde* se sabe que está bien y, por tanto, podemos decir lo mismo sin temor a ser regañados (Entrevistado 6 de *Vanguardia*).

Los periodistas suelen satisfacer suficientemente la necesidad cognitiva, tanto en medios extranjeros como cubanos; aunque, en *Telecubanacán* solo poco menos del 35% se siente suficientemente satisfecho con los medios internacionales, porque considera que, generalmente, someten los contenidos a demasiada manipulación, por lo que no hay información veraz, aunque sí actualizada (Periodista 3, grupo focal *Telecubanacán*; Entrevistada 5, *Telecubanacán*).

En cuanto al grado de satisfacción de la necesidad afectivo-estética, los periodistas sienten que los mensajes de los medios cubanos, generalmente, no despiertan emociones y sentimientos; sensación que sí logran experimentar con evidente superioridad en medios extranjeros, en los que las temáticas se abordan desde enfoques más humanos, inesperados e, incluso, satíricos. Asimismo, aproximadamente

¹⁹ Los principales medios que consumen los periodistas de los medios provinciales villaclareños son *BBC Mundo*, *Rusia Today*, *El País*, *El Mundo*, *EFE*, *Reuters*, *Sputnik*; *The New York Times*, *The Washintong Post*, *CNN*, *Nuevo Herald*, *The New Yorker*, *ESPN*, *AP*, *Telesur* y *El Clarín*.

la mitad de los periodistas reconocen estar satisfechos (*Vanguardia*, ACN y *Telecubanacán*) o muy satisfechos (*CMHW*) con los valores estéticos de la prensa extranjera, producto a la visualidad tan atractiva que caracteriza su diseño y presentación; mientras que más del 50% de los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara se sienten poco satisfechos con la estética de los medios nacionales. “Los medios cubanos son muy grises, no solo en el diseño sino también en la forma de abordar los temas” (Periodista 1, grupo focal *Vanguardia*). “Predomina el texto cargado de consignas trilladas y frases hechas, con una dramaturgia lineal que agobia” (Entrevistado 2, *CMHW*).

De manera general, los periodistas se sienten satisfechos con la forma en que los medios cumplen con su necesidad integradora a nivel personal. Aproximadamente el 40% y el 60% sienten que los mensajes periodísticos de los medios extranjeros y cubanos, respectivamente, transmiten suficiente seguridad respecto a la realidad social. Además, poco más de la mitad de estos periodistas considera que los medios extranjeros y cubanos resultan suficientemente creíbles; aunque algunos, fundamentalmente de *Telecubanacán*, manifiestan poca satisfacción con el grado de credibilidad de la prensa extranjera, por la tergiversación de algunos datos y temas relacionados sobre todo con la realidad cubana.

En lo relativo a la necesidad integradora a nivel social, los periodistas suficientemente satisfechos se basan en que los mensajes periodísticos (de medios extranjeros y cubanos) les proporcionan temas de conversación con familiares, amigos, con sus superiores, con sus compañeros de trabajo y con otros ciudadanos. Mientras, otros periodistas (fundamentalmente menores de 35 años) expresan que las conversaciones que ellos establecen respecto a los medios cubanos se encuentran encaminadas a la crítica en los modos de hacer, y no tanto a compartir o debatir sobre los temas abordados; por ello, sienten que se satisface poco su necesidad de integración social.

La necesidad de evasión resulta la menos satisfecha por los medios de prensa cubanos; en tanto los periodistas consideran que los mensajes periodísticos de estos medios no les permiten distraerse ni relajar tensiones. En este sentido, la prensa extranjera sí satisface a poco más de la mitad de los encuestados; ya que, incluso, “existen medios que basan el periodismo en la sátira, y eso siempre agrada, distrae, gusta” (Periodista 5, grupo focal *Vanguardia*).

Sin embargo, los criterios se equiparan respecto a la posibilidad que ofrecen los medios de olvidar conflictos personales. En este sentido, los periodistas se sienten poco o nada satisfechos, porque “los medios actualmente abordan tantos problemas, desastres, guerras... que es imposible olvidarse de los problemas propios” (Entrevistado 2, *Telecubanacán*).

A través de las encuestas, las entrevistas y la observación, se pudo constatar que los medios que más satisfacen las necesidades comunicativas de los periodistas de los medios provinciales villaclareños son *Cubadebate*, *BBC Mundo* y *Telesur*, por los temas que tratan y la calidad con que lo hacen. Asimismo, los dos primeros son los que se consideran más creíbles y, junto con *Granma*, los más objetivos.

De manera general, en la búsqueda por satisfacer sus necesidades, los periodistas de *Vanguardia* y ACN prefieren la prensa digital; ya que, además de ser los medios cuya rutina les permite mayor acceso a internet, en ellos predominan los periodistas menores de 35 años, más avezados en las nuevas tecnologías y con un mayor interés por la prensa hipermedia internacional.

Por su parte, los periodistas de *CMHW* prefieren la radio; y los de *Telecubanacán*, la televisión. Esto se debe a que, en estos medios, predominan los periodistas mayores de 35 años, quienes prefieren informarse por medios tradicionales. Por su parte, los periodistas jóvenes de la radio y la televisión provinciales de Villa Clara también se inclinan por el periodismo hipermedia.

En suma, más del 60% los periodistas de los medios provinciales villaclareños se siente más satisfecho con el grado de objetividad y calidad, así como con la forma en que los medios extranjeros gratifican sus necesidades comunicativas. Sin embargo, el medio cubano que ocupa el primer lugar en la satisfacción de los periodistas es *Cubadebate*, puesto que “es el más transgresor” (Periodista 2, grupo focal *Vanguardia*), “con mayor nivel de crítica” (Entrevistada 1, ACN), “con calidad en sus contenidos y enfoques interesantísimos que no aparecen en ningún otro medio cubano” (Entrevistado 2, *CMHW*). “Además, *Cubadebate* sí responde con inmediatez a las necesidades de los públicos” (Periodista 5, grupo focal *Telecubanacán*). De este nivel de satisfacción de necesidades, así como de las condicionantes contextuales que median la práctica profesional, emana la capacidad de los periodistas para valorar el cumplimiento o no de determinadas funciones; así como su manifestación en los medios cubanos.

4.3 Funciones y disfunciones del sistema de prensa cubano

De manera general, a partir de los referentes perceptuales que poseen sobre la prensa los periodistas encuestados, las principales funciones que deben cumplir los medios son informar (94,78%), educar (45,61%), opinar (24,56%), entretener, orientar, instruir, debatir (12,28%), analizar y divulgar (10,52%). La función de divulgar se relaciona por los profesionales con el mantenimiento de la ideología del sistema político imperante.

Además de estas funciones, los periodistas reconocen otras como asumir posturas críticas ante la realidad, servir al pueblo, denunciar los problemas que afectan a la sociedad, proponer soluciones e investigar; todas basadas en los principios de ética, objetividad y veracidad.

Según los referentes perceptuales de los periodistas, la prensa debe cumplir la función de proporcionar la posibilidad de alertar a los ciudadanos frente a amenazas y peligros inesperados, con el objetivo de crear percepción de riesgo a nivel social. Las entrevistas y grupos focales muestran que, para los periodistas de los medios provinciales villaclareños, en la prensa cubana esta función se cumple, fundamentalmente, ante eventos meteorológicos (ciclones, tormentas tropicales, sismos) y en lo concerniente a la salud pública (prevención de enfermedades como el dengue y el cólera).

Sin embargo, “en el plano de la salud todavía existe en los medios nacionales morosidad y secretismo. Por ejemplo, la verdadera magnitud de la situación con el Zika no se pudo divulgar hasta que no se salió de control” (Entrevistada 2, *Vanguardia*). “Todas las dificultades no se deben presentar de una forma brusca, pero esto no significa que la solución sea ocultar las cosas. Desde una postura ética la prensa debe alertar a los ciudadanos sobre todo lo que acontece” (Periodista 1, grupo focal *Vanguardia*).

Asimismo, los periodistas insisten en la necesidad de que las autoridades sean mucho más permisivas en cuanto a la divulgación de situaciones que representen potencial amenaza para la sociedad, de modo que existan los mecanismos pertinentes para que, en caso de peligros, los medios informen inmediatamente a los públicos (Periodistas 1, grupo focal *Vanguardia*; Periodistas 2, grupo focal ACN; Periodistas 4, grupo focal *CMHW*; Periodistas 3, grupo focal *Telecubanacán*).

De igual forma, consideran que, aunque en la prensa cubana se ha desarrollado una paulatina apertura a este tipo de temas, en ocasiones, las cifras se manipulan con el objetivo de suavizar los problemas ante el público y se tratan los temas desde un enfoque demasiado informativo y superficial (Periodista 1, grupo focal *Vanguardia*; Entrevistado 4, *CMHW*).

Por otro lado, expresan que los medios también deberían proporcionar instrumentos para realizar algunas actividades cotidianas institucionalizadas en la sociedad, como los intercambios económicos; pero expresan que en Cuba esta función no se cumple ya que “los medios cubanos actúan como divulgadores y no como gestores de las actividades de la propia sociedad” (Entrevistado 1, *Vanguardia*). Los encuestados y entrevistados coinciden en que el hecho de ser objeto de atención por parte de los medios debe otorgar prestigio a los individuos; lo que no implica desatender la objetividad, desde la que se reflejen los aspectos positivos y negativos de los individuos e instituciones (Periodistas 1 y 2, grupo focal de ACN).

Sin embargo, los redactores-reporteros perciben que, en los medios cubanos, se ponderan demasiado las virtudes de aquellas personas e instituciones protagonistas de los mensajes periodísticos (incluso cuando existen aspectos negativos susceptibles al análisis y la crítica). Esta ponderación exagerada de las

virtudes no aumenta el prestigio de los sujetos protagonistas, sino que atenta contra la credibilidad de los mensajes de los órganos de prensa nacionales (Periodista 3, grupo focal *Vanguardia*; Periodista 2, grupo focal ACN; Entrevistado 1, *CMHW*; Entrevistado 6, *Telecubanacán*).

Asimismo, consideran que la prensa debe fortalecer el prestigio para los que se someten a la necesidad y al valor socialmente difundido de ser ciudadanos bien informados; pero perciben que la poca credibilidad de los medios cubanos provoca que consumirlos no fortalezca el prestigio de quien lo haga, sino todo lo contrario; teniendo en consideración, además, que los propios medios ni siquiera responden a las necesidades de todos los sectores de la sociedad (Entrevistada 3, *Vanguardia*; Periodista 1, grupo focal ACN).

Por último, para los periodistas la prensa cubana es especialmente efectiva en el fortalecimiento de normas sociales, en tanto los temas sociales están entre los más privilegiados en los órganos de prensa nacionales. Sin embargo, poco más de la mitad de los encuestados perciben que los temas sociales se potencian por una cuestión de comodidad de los reporteros (“por no buscarse problemas”), y “generalmente se tratan desde posturas aburridas y reiterativas que no convencen al público” (Periodista 1, grupo focal ACN).

Por otro lado, los periodistas de los medios provinciales villaclareños también poseen referentes sobre las disfunciones de la prensa; aunque, al compararlas con los modelos de prensa internacionales, reconocen que se comportan de forma diferente en la prensa cubana. En primer lugar, reconocen la posibilidad de amenazar la estructura fundamental de la propia sociedad a través de las corrientes informativas que circulan libremente y fomentar la resistencia a la crítica de la calidad de la producción de comunicación y su contenido mismo.

En este sentido, perciben que en el sistema de prensa cubano no existen corrientes informativas de circulación libre; sino que estas corrientes estarían dadas por el sistema de medios privados (presente en el contexto cubano) e internet, de mucho menos acceso para la población. Contradictoriamente, la excesiva regulación sobre la generación de contenidos informativos en los medios públicos, como contrapartida de la apoteosis noticiosa del entorno mediático virtual, alternativo a la prensa oficial cubana, genera rechazo e inconformidad en los públicos, quienes consideran que se les oculta información, y es precisamente esta reacción la que termina afectando la estructura de la sociedad (Entrevistada 3, *Vanguardia*; Entrevistada 3, *CMHW*; Periodista 6, grupo focal *Telecubanacán*).

Asimismo, los periodistas perciben que la prensa cubana fomenta la resistencia a la crítica de la calidad de comunicación, puesto que dicha crítica no alcanzan a la prensa nacional, sino que se enfocan en los

medios extranjeros (Periodista 3, grupo focal ACN; Periodista 4, grupo focal *CMHW*; Entrevistada 3 de *Telecubanacán*).

Los encuestados y entrevistados coinciden en que también resultan disfunciones de la prensa generar reacciones de pánico en lugar de reacciones de vigilancia consciente a través de la difusión de noticias alarmantes [sobre peligros naturales o tensiones sociales]; difundir un exceso de informaciones que lleve a un repliegue sobre lo privado, a la esfera de las propias experiencias y relaciones, sobre la que se puede ejercer un control más adecuado; originar el efecto narcotizante a partir de la exposición a grandes cantidades de información; y contribuir al conformismo social y la apatía.

En este sentido, los periodistas perciben que en el contexto cubano estas disfunciones “se relacionan con el papel de los organismos rectores y de las políticas informativas de los medios, que potencian temas de poco interés social –en muchas ocasiones no tratados con suficiente calidad–; además del secretismo respecto a determinados asuntos” (Entrevistado 1, *Vanguardia*).

Por otro lado, los entrevistados que perciben que los medios cubanos generan reacciones de pánico se basan en que, al ocultar determinados asuntos que afectan a la sociedad, la reacción resulta exagerada cuando se divulga alguno de estos temas. “Cuando algún problema es tratado en la prensa la gente considera que es porque ha llegado a un nivel de gravedad preocupante” (Entrevistado 2, *CMHW*).

Asimismo, los periodistas perciben que en los medios cubanos se difunde exceso de informaciones (muy relacionado con la reiteración) sobre los grandes temas que interesan al sistema social, que provocan en los públicos el llamado efecto *bumerang*, pues terminan rechazando *a priori* cualquier mensaje que simplemente haga alusión a tales asuntos.

Esta reiteración excesiva de informaciones (tratadas muchas veces mediante campañas y consignas inoperantes) sobre un mismo tema y siempre desde el mismo enfoque, sin reconocer las posturas alternativas, hace que muchas veces cuestiones de gran importancia y sensibilidad no lleguen a los públicos o se rechacen del todo. Por ejemplo, con la reforma constitucional se hizo un bombardeo tal que, como ciudadano, no te sentías motivado a votar sí por la Constitución (Periodista 2, grupo focal, *Vanguardia*)²⁰.

Además, los entrevistados consideran que la disfunción narcotizante se experimenta en la prensa cubana, fundamentalmente, con los temas políticos e históricos; porque estos son tan repetitivos y se tratan de formas tan aburridas que las personas creen saber todo sobre ellos y no necesitan más. Sin embargo, con

²⁰ Este criterio fue respaldado por los periodistas 1, 3, 4 y 5 del grupo focal de *Vanguardia*; y también por el periodista 1 del grupo focal de ACN y por el periodista 1 del grupo focal de *Telecubanacán*.

el resto de los temas (fundamentalmente sociales) los receptores sienten la necesidad de buscar más información porque consideran que los medios cubanos no les permiten estar completamente informados (periodistas del grupo focal de *Vanguardia*, periodistas del grupo focal de ACN, periodistas del grupo focal de *CMHW*, periodistas del grupo focal de *Telecubanacán*).

Por último, los periodistas consideran que la prensa cubana contribuye al conformismo y la apatía social y que esto se debe a la desilusión creada por los medios al no tratar problemas fundamentales que afectan al pueblo; aunque, en algunos casos, también se relaciona con la idea errónea de muchas personas de que los periodistas deben resolver los problemas de la sociedad (periodistas del grupo focal de *Vanguardia*).

Estas funciones y disfunciones se manifiestan durante todo el proceso (desde la emisión hasta la recepción de los mensajes periodísticos). Los periodistas de los medios provinciales villaclareños no podrían elaborar juicios sobre ellas, sin tener en cuenta su percepción sobre el desarrollo del propio proceso comunicativo, ya que este garantiza que estas tengan lugar o no en la prensa cubana.

4.4 La emisión de la prensa cubana: del referente al juicio

De manera general, y como se constató en las encuestas y los grupos focales, los periodistas poseen referentes que se corresponden con lo descrito en la teoría para la emisión del discurso periodístico. Poco más de la mitad, específicamente los graduados de Licenciatura en Periodismo, coinciden en que dicho proceso se encuentra determinado por las rutinas productivas y sus fases (recogida, selección y presentación) (Entrevistada 2, *Vanguardia*; Entrevistada 1, ACN; Entrevistada 1, *CMHW*; Entrevistada 3, *Telecubanacán*).

A partir de sus referentes perceptuales sobre las rutinas, los periodistas consideran que, en la fase de recogida del material informativo, los profesionales deben salir en busca de las noticias y contrastar el mayor número de criterios y fuentes para transmitir la realidad lo más objetivamente posible. Sin embargo, en el contexto cubano, “los problemas de transporte hacen que muchas veces los reporteros entrevisten a las fuentes por teléfono. Asimismo, la premura y la falta de recursos puestos en función de la inmediatez hacen que la contrastación de fuentes sea mínima” (Periodista 5, grupo focal *Vanguardia*). De igual forma, coinciden en que la selección de las noticias debe ser un proceso que dependa exclusivamente de los profesionales de la prensa, libre de censura y autocensura, y donde se respeten los principios fundamentales de la sociedad (Periodistas 4, grupo focal *Vanguardia*). Asimismo, confirman que este proceso se encuentra mediado por los organismos rectores de la prensa (PCC, ICRT), por los directivos de los medios (los que tienen temor a tratar determinados temas) y por el cansancio y

desmotivación de los propios periodistas. Estas mediaciones hacen que la selección de las noticias muchas veces no esté en consonancia con el compromiso social de los órganos de prensa (periodistas de los grupos focales de *CMHW* y *Telecubanacán*).

Por último, los entrevistados refieren –sobre la fase de presentación– que en Cuba los trabajos casi siempre tienen seguridad de publicación (aspecto que resulta positivo para periodistas, fundamentalmente, mayores de 35 años) aunque; “en ocasiones, los trabajos se modifican sin el consentimiento de los autores, lo que también está relacionado con despreocupación por parte de los profesionales” (Periodista 7, grupo focal *Vanguardia*).

Asimismo, los entrevistados reconocen la mediación positiva o negativa que ejercen los factores estructural-organizativos en el proceso de producción del mensaje periodístico. En este sentido, identifican como factores que influyen positivamente: la planificación del trabajo semanal, porque permite una mejor organización dentro del órgano de prensa; la superación profesional y deseos de trabajar del personal periodístico; la existencia de determinados recursos materiales y los vínculos laborales, ya que, independientemente de las carencias infraestructurales y los vacíos comunicativos aún persistentes con sus superiores, todavía existen ciertas garantías materiales que facilitan el trabajo; además, de tener acceso directo a todas las personas (administrativas o no) que laboran dentro del medio para establecer vínculos de trabajo.

Sin embargo, para todos los entrevistados, en lo relativo a recursos materiales, todavía predominan las carencias en los medios cubanos, y no solo se refieren a la infraestructura tecnológica del medio sino también, con especial énfasis, al ínfimo salario que reciben los periodistas. Asimismo, destacan como elementos internos negativos el sobredimensionamiento de la agenda política sobre la agenda pública y mediática, la inexistencia de aparato legal para regular la prensa, la censura y la falta de especialización (periodistas de los grupos focales de *Vanguardia*, ACN, *CMHW* y *Telecubanacán*).

Otro elemento fundamental en el proceso de emisión deviene la cultura profesional de los periodistas la que, según los referentes perceptuales de los periodistas de los medios provinciales villaclareños, se expresa mediante la ideología y las competencias profesionales de cada reportero. En este sentido, expresan que la ideología de los periodistas debe reflejarse mediante una actitud crítica respecto a los problemas de la sociedad, un sistema de creencias acordes con los principios del sistema político imperante y con las políticas editoriales de los medios en que laboran; además de responder a las normas éticas propias del sistema mediático al que pertenecen (Periodistas 1 y 7, grupo focal *Vanguardia*; Entrevistada 1, ACN; Periodista 4, grupo focal *CMHW*; Entrevistada 1, *Telecubanacán*).

Asimismo, coinciden en que los periodistas deben tener un amplio bagaje cultural y dominar áreas medulares de su profesión y de la sociedad (géneros periodísticos, redacción periodística, lenguaje propio del medio, política, economía, conflictos sociales, cultura y deporte).

En este sentido, los reporteros entrevistados consideran que los profesionales de la prensa cubanos poseen una actitud crítica ante los problemas de la realidad, pero la mayoría de las veces esta postura no se refleja en los órganos de prensa nacionales por la incidencia de factores externos e internos (el PCC, instituciones y directores de los medios) que, a través la censura, limitan la postura crítica de los periodistas.

Además, perciben que los medios cubanos reproducen la ideología del sistema con una apología desmedida, que crea insatisfacciones no solo en los receptores sino también en los emisores²¹. Esta reproducción de la ideología, desde la percepción de los encuestados, se realiza desde dos posturas fundamentales: unos porque la aceptan y comparten, y otros porque la aceptan pero no la comparten. En el segundo caso, los entrevistados explican que se refieren, específicamente, a la forma en que los medios manifiestan dicha ideología; cuestión que además provoca que los periodistas cubanos se sienten poco identificados con las políticas editoriales y los directivos de los medios de prensa en que laboran.

Los periodistas que trabajan en los medios oficiales sí comparten la ideología de la Revolución; los que no, están trabajando en otros medios o en otros sectores. Lo que no comparten muchos periodistas que laboran en los medios oficiales es la manera en la que se expresa esta ideología, que sería incluso a un nivel más local, porque cuando escuchamos hablar a la máxima dirigencia del país sobre el papel de la prensa, ese discurso no guarda relación con las políticas que se implementan en los órganos de prensa cubanos. Hay una incoherencia entre la política informativa que se dicta a nivel de país y la manera en que se aplica en la base esa política (Periodista 7, grupo focal *Vanguardia*).

Por otra parte, poco más de la mitad de los periodistas entrevistados posee correctos referentes perceptuales en cuanto a la ética periodística (domina el Código de Ética de la UPEC), mientras que el resto se rige –para la elaboración de juicios– por patrones establecidos y aprehendidos socialmente; lo que les permite afirmar –desde su percepción– que en la prensa cubana prevalece el cumplimiento de los principios deontológicos básicos.

²¹ En el anexo # 4, se registran las estadísticas generales relativas a la percepción que tienen los periodistas de los medios provinciales villaclareños sobre los procesos de emisión, mensaje y recepción de los medios cubanos.

En este sentido, coinciden en que los principales valores que rigen el comportamiento ético de los reporteros cubanos son la honestidad, el apego a la verdad, la protección a las fuentes de información y la lealtad a la Revolución cubana. Sin embargo, los encuestados también reconocen que en la prensa nacional, aunque aisladamente, se violan algunos principios éticos, ya que se han manifestado casos de plagio entre colegas, de irrespeto a la dignidad y moral de otros periodistas en espacios públicos, así como de parcialidad y compromisos con las fuentes de información.

Por otro lado, los encuestados perciben que los profesionales de la prensa en Cuba poseen saberes suficientes respecto a diversos temas. Destacan que los periodistas de prensa plana devienen los más preparados, ya que constituyen los más especializados en el tratamiento de los temas. Sin embargo, resulta necesario aclarar, que más del 70% de los propios encuestados reconoce no contar con suficientes referentes teóricos en lo relativo a las agencias, por lo que sus juicios sobre este formato se basan en criterios mucho más subjetivos y poco fundamentados.

En relación con el caudal de saberes, a pesar de considerar que los periodistas cubanos conocen sobre géneros, los entrevistados afirman que no los emplean adecuadamente en su trabajo diario.

Lo que hacemos los periodistas cubanos, aunque queramos, no puede llamarse hibridación²². La premura, la desmotivación, los conflictos con las fuentes provocan que, por cuestiones de comodidad, se hagan trabajos que no se pudieran enmarcar en un género específico, pero no por cuestiones de innovación profesional sino más bien por la mala praxis y la poca exigencia de calidad. Además, casi todos los trabajos que hacemos tienen un enfoque informativo epidérmico, generalmente no buscamos profundidad, por lo que tampoco buscamos géneros que nos obliguen a profundizar (Entrevistado 5, *CMHW*).

Asimismo, los encuestados que perciben que los periodistas cubanos conocen suficientemente las normas de redacción periodística y el lenguaje del medio en que laboran, se basan en que estos reciben una preparación integral que les permite ser competentes en estos aspectos. Sin embargo, coinciden en que cuando esto falla se debe a la falta de preocupación del reportero y poca exigencia del medio.

Por otra parte, los que consideran que el sector periodístico cubano posee actualmente periodistas poco preparados, expresan que esto se debe a la desprofesionalización de la prensa e, incluso, al poco rigor en la formación académica de los profesionales (Entrevistada 3, *Vanguardia*; Periodista 2, grupo focal ACN; Periodista 2, grupo focal *Telecubanacán*).

²² Tendencia estilística a mezclar en un mismo trabajo periodístico características de diferentes géneros.

De igual forma, los encuestados y entrevistados consideran que los periodistas cubanos poseen poco conocimiento respecto a temas políticos, económicos y sociales; lo que se debe fundamentalmente a la falta de especialización de los reporteros en Cuba. En este sentido, “los temas económicos son el talón de Aquiles de la prensa cubana, es de lo que menos saben los periodistas” (Entrevistada 2, *Telecubanacán*). En contraposición, perciben que se encuentran lo suficientemente capacitados para el tratamiento de temas culturales y deportivos, criterio que se basa en la profundidad y calidad de los trabajos relacionados con estas áreas en los espacios informativos nacionales.

Todos estos aspectos influyen en que los periodistas de *Vanguardia*, ACN y *Telecubanacán* perciban que los reporteros cubanos no son eficientes en el cumplimiento de su trabajo, ya que a pesar de poseer las herramientas necesarias para desempeñarse con eficiencia y calidad, “se continúan manifestando en la prensa cubana evidencias de poca preparación y exigencia” (Periodista 3, grupo focal *Telecubanacán*). Sin embargo, los restantes entrevistados consideran que los periodistas cubanos “sí resultan eficientes en su trabajo porque son muy sacrificados” (Periodista 4, grupo focal *CMHW*).

En este sentido, también asocian la eficiencia con la productividad, en términos de cantidad y no calidad de los trabajos (Periodista 3, grupo focal *Telecubanacán*). Mientras, otros entrevistados asumen la eficiencia desde diferentes perspectivas: “Por los conocimientos adquiridos durante mi preparación profesional, yo entiendo por eficiencia aquello que somos capaces de hacer con los recursos que contamos. Considero que, por un salario promedio de \$385, los periodistas cubanos somos muy eficientes” (Periodista 5, grupo focal *Vanguardia*).

Asimismo, los periodistas de los medios provinciales villaclareños reconocen la influencia tanto negativa como positiva de los agentes externos que también median la producción informativa. En este sentido, poco más de la mitad de los encuestados no reconocen factores externos que incidan positivamente en la prensa cubana; mientras el resto identifican, como positivos, el vínculo de los reporteros con algunas fuentes, la presión de los públicos por determinados temas y el apoyo eventual del PCC a la gestión periodística (en el plano infraestructural).

Por otro lado, coinciden en que, la poca cooperación de las fuentes, especialmente institucionales (que brindan información a conveniencia) y la pertenencia al PCC, devienen factores externos de influencia negativa. Sin embargo, más de la mitad de los periodistas considera que la dificultad no se manifiesta en la dependencia al PCC, sino en “la política informativa mal orientada por este o mal aplicada por nuestros directivos que es lo que mayormente pasa; pues, en ocasiones, va en contra de los verdaderos intereses informativos del pueblo” (Entrevistado 5, *Vanguardia*).

El cáncer del periodismo en Cuba es que no se debe al pueblo, sino a los organismos. Ni siquiera es del PCC, porque se supone que el Partido es la organización de la sociedad –la conciencia crítica, que está por encima de intereses personales y sectoriales, observadora, arriesgada, sin compromisos–; pero en la práctica no es así. La prensa revolucionaria tiene que ser del Partido, pero en Cuba el Partido no cumple su función; por eso aquí no hay prensa sino un aparato de divulgación mediado por determinados intereses y compromisos solapados (Periodista 2, grupo focal *Telecubanacán*).

Así, los entrevistados perciben que el desarrollo de las rutinas productivas –mediadas tanto por factores internos y externos como por la cultura profesional de los propios reporteros– posee deficiencias particulares en el contexto cubano, lo que resulta en que el proceso de producción informativa muchas veces no tenga como resultado un mensaje periodístico acorde con los referentes teórico-prácticos de calidad, objetividad y eficiencia de los periodistas villaclareños.

4.5 El mensaje periodístico en la prensa cubana desde la percepción de los periodistas

Para la elaboración de juicios sobre el mensaje de los medios cubanos, los periodistas de los órganos de prensa provinciales en Villa Clara tienen en cuenta sus referentes sobre calidad. Mediante las entrevistas y los grupos focales se constata que, para los periodistas, la calidad periodística depende exclusivamente de una adecuada conjugación entre los elementos formales de la composición periodística y la sustancialidad de los contenidos.

Por tal motivo, a la hora de evaluar un mensaje periodístico, tienen en cuenta criterios como el empleo de normas generales de redacción, la contrastación de fuentes y el nivel de reelaboración de su discurso, el tratamiento de diversos géneros, la distinción entre los géneros informativos y de opinión, el uso del titular periodístico, y el empleo de los recursos estilísticos, gráficos y artísticos propios de cada formato mediático.

La calidad en el empleo de las normas de redacción, según los periodistas de los medios provinciales villaclareños, está dada por la correcta disposición de signos de puntuación, así como de estructuras discursivas propias del lenguaje periodístico. En este sentido, poco más de la mitad de los encuestados coincide en que las normas de redacción se emplean con suficiente calidad en la prensa cubana como resultado de una formación académica que promueve el estudio de la gramática y la redacción. Sin embargo, el resto de los reporteros se encuentra poco satisfecho, producto a los errores de redacción y ortografía que aún persisten en los medios nacionales y que atribuyen a la dejadez profesional y a la falta de exigencia de los superiores.

La propia dinámica y la poca exigencia dentro de los medios permiten a los reporteros descuidar la redacción, e incluso la ortografía. Estas dificultades deberían penalizarse en nuestra prensa con severidad para que los periodistas sientan la necesidad de superarse; más en estos tiempos en que hablamos de profesionales más completos, capaces de ser no solo los reporteros, sino también los fotógrafos, correctores y editores de sus trabajos (Entrevistado 2, *CMHW*).

Por otro lado, los criterios se encuentran divididos en lo relativo a la contrastación de fuentes y al nivel de reelaboración de su discurso; ya que mientras algunos entrevistados consideran que los mensajes periodísticos cubanos presentan este indicador con suficiente calidad, otros perciben que la contrastación es aún limitada, e incluso la asocian con un problema ético de los periodistas cubanos, ya que, “muchas veces evaden su responsabilidad social de divulgar información correctamente contrastada y verificada” (periodistas de los grupos focales de *Vanguardia*, *ACN*, *CMHW* y *Telecubanacán*).

Sobre todo con lo relacionado a las fuentes institucionales, los periodistas se conforman (sin cuestionamiento alguno) con la información que estas les ofrecen; incluso cuando se trata de respuestas poco serias, factor que influye negativamente en la credibilidad del medio de prensa (Periodista 1, grupo focal *ACN*).

Asimismo, aunque algunos encuestados consideran que, de manera general, en los medios cubanos existe suficiente tratamiento de géneros y temas; otros reporteros coinciden en que la televisión nacional, a pesar de la riqueza del lenguaje televisivo, ofrece demasiada prioridad a las informaciones (periodistas de los grupos focales de *Vanguardia*, *ACN*, *CMHW* y *Telecubanacán*).

De igual forma, solo un poco más del 40% de los encuestados reconoce en los medios una clara distinción entre géneros informativos y de opinión. Para ellos, las propias rutinas, desmotivaciones y desprofesionalización del sector periodístico provocan que muchos mensajes presenten una construcción errática, que no tiene nada que ver con la hibridación (periodistas del grupo focal de *ACN*).

En lo relativo a los titulares, los encuestados refieren que se emplea con poca calidad en los medios cubanos, incluso perciben que resulta “uno de los principales problemas que tienen los mensajes periodísticos en Cuba porque, generalmente, lejos de constituir un gancho para el lector, hacen que este no se interese por el trabajo periodístico” (Entrevistada 2, *Telecubanacán*).

Por último, los encuestados perciben que los recursos estilísticos, gráficos y artísticos se reflejan con poca calidad en los medios cubanos. En este sentido, en el formato televisivo persiste el incorrecto empleo de imágenes o la sobresaturación textual. Asimismo, las fotografías en la prensa plana y agencias no siempre tienen calidad periodística y en el periodismo hipermedia se continúa presenciando la

tendencia al volcado (Entrevistada 5, *Vanguardia*; Entrevistado 2, *CMHW*; Entrevistada 1, *Telecubanacán*).

Por otro lado, para los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara, la calidad en el contenido de los trabajos periodísticos resulta medible en cuanto a la manifestación de los valores periodísticos y la utilidad y beneficio, que tienen dichos contenidos, para la sociedad.

“La preponderancia de determinados valores periodísticos sobre otros depende del contexto y la circunstancias del hecho reflejado en el mensaje” (Periodista 4, grupo focal *Vanguardia*). Sin embargo, para los periodistas entrevistados, independientemente de la naturaleza de los hechos, en los medios cubanos prevalece el valor relevancia, la mayoría de las veces enfocado a las personalidades importantes que están en el lugar de los acontecimientos (incluso cuando estas no son las protagonistas del suceso). De igual forma, se potencian otros valores como la presuposición, la consonancia (sobre todo en temas políticos) y la proximidad (en medios provinciales o municipales, ya que en los nacionales este valor no siempre se tiene en cuenta). También perciben que, en los medios nacionales, no resulta frecuente el empleo del valor desviación y negatividad, ya que este puede traer consigo posiciones sensacionalistas e irrespetuosas que se evitan en la prensa cubana (periodistas de los grupos focales de *Vanguardia*, ACN, *CMHW* y *Telecubanacán*).

Este empleo de los valores, según los entrevistados, se encuentra muy relacionado con su percepción sobre la utilidad y beneficio de los contenidos para la sociedad y la demanda social de la prensa. Sobre este aspecto los periodistas entrevistados en *Vanguardia*, ACN, *CMHW* y *Telecubanacán* manifiestan que los contenidos de los medios cubanos no resultan lo suficientemente útiles y beneficiosos para la sociedad, precisamente porque potencian informaciones que no son las de mayor interés social.

A veces en la prensa no se tienen en cuenta valores como la actualidad (relacionado con la inmediatez de los mensajes), ya que temas de necesario conocimiento para población no se tratan en el tiempo ni con la profundidad debidos, como sucedió con el tema Zika (Entrevistado 2, *CMHW*).

En este sentido, para los periodistas villaclareños, la demanda social de la prensa está relacionada con la manifestación en los mensajes de las necesidades informativas de la audiencia, el compromiso de los medios de reflejar de manera crítica o apologética determinados temas en contextos específicos, el compromiso con la objetividad (desde una postura ética) y el empleo de valores periodísticos acordes con los intereses de la sociedad (periodistas de los grupos focales de *Vanguardia*, ACN, *CMHW* y *Telecubanacán*).

Según los periodistas encuestados, los medios cubanos no reflejan las necesidades informativas de la mayor parte de los públicos; sin embargo, el 66,66% percibe que en la prensa están presentes los problemas de la mayoría de los sectores de la sociedad. Esta paradoja se basa en la percepción de los periodistas de que, aunque la prensa trate temas relacionados con gran parte de los sectores poblacionales, no lo hace desde una posición verdaderamente crítica y constructiva, motivo por el cual los públicos aún no se sienten satisfechos.

Los medios cubanos no tienen en cuenta a los receptores, de hecho no existe en Cuba (al menos aparentemente) la estratificación de los públicos; más bien se escribe una información porque alguien decidió que era importante, pero no se tiene en cuenta aquello que la gente espera ver reflejado en la prensa, ni se hacen estudios de audiencia para ver qué es lo que el pueblo de Cuba quiere realmente que se publique en los medios (Periodista 1, grupo focal ACN).

Por otro lado, en relación con el tratamiento de temas nacionales e internacionales, los criterios se encuentran divididos: poco más de la mitad de los periodistas considera que en los medios cubanos se tratan más los problemas de la realidad internacional que los problemas de la realidad nacional [“en Cuba existe la tendencia de decir en los medios que aquí todo está bien mientras en el mundo todo está mal” (periodistas del grupo focal de *CMHW*)]; asimismo, otros encuestados perciben que “últimamente los medios nacionales han experimentado una apertura al tratamiento de diversos temas. En un tiempo se centraban más en los problemas del mundo, pero ahora esta cuestión se encuentra un poco más balanceada y diversos problemas de Cuba están en la prensa cubana” (Periodista 1, grupo focal *CMHW*). En cuanto a la forma en que los medios reflejan los conflictos de la realidad social cubana, los periodistas encuestados asumen tres posturas fundamentales: lo hacen de forma crítica y constructiva, de forma acrítica pero constructiva y de forma acrítica y no constructiva. Estas dos últimas posturas se basan en que “aunque la prensa cubana ha ganado en el ejercicio de la crítica, las posturas exageradamente apologéticas y triunfalistas –que van en detrimento de la calidad y utilidad de los mensajes periodísticos– aún prevalecen en nuestros medios” (periodistas del grupo focal de *Vanguardia*).

Asimismo, respecto a la objetividad, perciben que los mensajes de los medios cubanos son poco objetivos pero abarcadores, porque, aunque se tratan diversos temas, estos se continúan haciendo desde la conveniencia de determinados actores (instituciones, fuentes de información), incluso, en ocasiones, las cifras se edulcoran para no reflejar la realidad tal y como es (periodistas de los grupos focales de *Vanguardia* y ACN).

Por último, los valores periodísticos que se manifiestan en la prensa cubana, según más del 50% de los encuestados y entrevistados, no responden a los verdaderos intereses de la población. Por tal motivo, los periodistas perciben en el público cubano una creciente indiferencia hacia los mensajes que producen los medios de información. Los profesionales de la prensa provincial villaclareña también se han formado –a partir de los referentes que poseen sobre el proceso de recepción– juicios sobre la incidencia de los medios nacionales en los receptores.

4.6 Percepciones sobre el proceso de recepción

La recepción constituye la etapa final del proceso de comunicación, en la que los públicos –en dependencia de la utilidad y beneficio de los contenidos, y de la satisfacción de sus intereses informativos y necesidades comunicativas– le confieren a los mensajes periodísticos verdadero valor y significado (periodistas de *Vanguardia*, ACN, *CMHW* y *Telecubanacán*).

En este sentido, los entrevistados perciben que los mensajes de los órganos de prensa nacionales no se consideran lo suficientemente útiles y beneficiosos por los públicos; porque “no tienen en cuenta a los receptores. Las personas están demasiado ensimismadas en sus problemas como para interesarse en alguien a quien se le entregó una bandera o diploma; y esto es lo que más abunda en los medios cubanos” (Periodista 1, grupo focal ACN). Asimismo, se reconoce que “deben ser muy pocas las personas que consumen los medios nacionales y les creen, porque la gente quiere ver su realidad reflejada en la prensa y esto no está sucediendo” (Periodista 2, grupo focal *Telecubanacán*).

La poca utilidad y beneficio que los públicos atribuyen a los medios cubanos, según los entrevistados, se debe al nivel de satisfacción de las necesidades informativas. En este sentido, los periodistas de los medios provinciales villaclareños consideran que los receptores esperan, fundamentalmente, temas sociales relacionados con la crítica a la realidad que los rodea; pero solo encuentran reflejados en los medios algunos o muy pocos de los temas que les interesan y los problemas que le afectan. Por tal razón, los encuestados también perciben que, para las audiencias, la prensa nacional resultan poco objetiva, porque “consideran que los periodistas son unos mentirosos y las cosas buenas solo se encuentran en los noticieros: sobrecumplimiento del plan de producción, excelente atención médica, glorias de la educación... Eso nos dicen todo el tiempo en la calle” (Periodista 7, grupo focal *Vanguardia*).

De igual forma, poco menos de la mitad de los encuestados considera que, para el público, los medios cubanos son poco creíbles; el resto considera que aún los medios cubanos resultan lo suficientemente creíbles para los receptores porque “en los momentos de confusiones o problemas dentro de la sociedad, las personas continúan buscando nuestros medios para aclararse, aunque lo asumen con cierto recelo.

Hasta que algo no sale en la prensa las audiencias no lo asumen como verdadero” (Periodista 1, grupo focal *CMHW*).

Más del 50% de los periodistas perciben que, para las audiencias, los medios cubanos poseen calidad formal, pero no de contenido; en tanto consideran que la prensa muchas veces se queda a medias en la transmisión de determinadas informaciones, tratan los temas sin profundidad, sin presionar a los directivos para que brinden la información verdadera y porque la tendencia en la prensa cubana actual es a reflejar aquellos contenidos que son más fáciles, menos conflictivos, pero no más necesarios (periodistas del grupo focal de *CMHW*).

Asimismo, perciben que los medios cubanos satisfacen poco las necesidades comunicativas de las audiencias; ya que, para ellos, el público no siente que los medios proporcionen información oportuna y actualizada, ni mensajes que despierten en ellos emociones o les permitan la posibilidad de entretenerse e intercambiar con la sociedad (periodistas de los grupos focales de *Vanguardia*, *ACN*, *CMHW* y *Telecubanacán*).

Fundamentalmente, para los periodistas del grupo focal de la *CMHW*, la insatisfacción del público con los mensajes periodísticos no está relacionada con la capacidad de los profesionales de la prensa, sino con los efectos negativos de las políticas informativas implantadas en los medios y con los discursos de las fuentes institucionales que han adquirido gran descrédito. Además, para más del 70% de los entrevistados, la competencia que genera internet también ha influido en la insatisfacción de los públicos, ya que muchas veces reciben informaciones relativamente tergiversadas, pero más atractivas y no poseen las herramientas para poder dilucidar entre las que resultan ciertas o confiables, o no.

Pero, aunque la plataforma digital se introduce paulatinamente en la sociedad cubana, según los encuestados, la radio continúa siendo el formato mediático que más satisface las necesidades de las audiencias; ya que se trata del medio más abarcador y apegado a las masas dentro del sistema de prensa cubano. En suma, los periodistas perciben que los receptores no se sienten gratificados por el sistema de prensa cubano; en tanto consideran que los medios nacionales resultan poco creíbles, porque no reflejan los principales problemas que afectan al pueblo.

CONCLUSIONES

1. De manera general, los referentes perceptuales que, sobre el proceso de emisión de la prensa como sistema, tienen los periodistas de los medios provinciales villaclareños se articulan en torno a los siguientes criterios: la calidad en la producción periodística depende, fundamentalmente, de las culturas profesionales y competencias de los periodistas; porque los periodistas deben supeditar sus ideologías a las políticas editoriales de los medios donde laboran y a los principios básicos de la sociedad en que viven. Asimismo, creen que las políticas editoriales, los directivos (tanto en el interior como en el exterior de los medios) y otros factores estructural-organizativos no deben coartar el desarrollo eficiente de las rutinas productivas, ni menoscabar el rol activo de los profesionales de la prensa dentro de la sociedad (cumplimiento de las principales funciones de la prensa y su deber con los públicos).
2. En cuanto al mensaje, sus referentes perceptuales asumen que los profesionales de la prensa deben garantizar mensajes de calidad tanto formal como de contenido. Esta última está determinada, fundamentalmente, por el cumplimiento con la demanda social de la prensa y principios básicos de credibilidad, objetividad y utilidad de los mensajes periodísticos. Por último, los referentes perceptuales en torno a la recepción, arrojan que para garantizar la efectividad comunicativa, los mensajes periodísticos deben responder a las principales necesidades comunicativas e informativas de las audiencias, quienes esperan encontrar en la prensa los conflictos de la realidad social que más les afectan.
3. El contexto donde se inserta la práctica profesional de los periodistas de los medios provinciales villaclareños, se caracteriza por la tensa relación profesional al interior de cada medio; debido, fundamentalmente, a la insatisfacción con la gestión y organización del trabajo de los jefes, a los celos profesionales y a los conflictos intergeneracionales entre colegas, así como –en los casos específicos de *CMHW* y *Telecubanacán*– a la dependencia de personal no periodístico para la elaboración y presentación final de los mensajes.
4. Los periodistas villaclareños se sienten poco satisfechos con la aplicación, en la base, de la política informativa dictada por el PCC a nivel de país y con los organismos e instituciones del Estado que, según su conveniencia, median la agenda temática de los órganos de prensa cubano. En contraposición, la relación de los periodistas con la UPEC y con los públicos resulta más satisfactoria y productiva.
5. Los medios de prensa extranjeros satisfacen más que los medios cubanos las necesidades comunicativas de los periodistas de los medios provinciales villaclareños y sus demandas de calidad en el mensaje que consumen; aunque se muestran más satisfechos con respecto a la objetividad de la prensa

cubana. Aun cuando consumen asiduamente mayor cantidad de medios extranjeros por libre y espontánea voluntad, las propias rutinas de trabajo les exigen, de alguna manera, remitirse con frecuencia a medios nacionales; dentro de los cuales, la plataforma digital *Cubadebate* resulta el medio que más satisface sus necesidades comunicativas.

6. El análisis de los juicios que elaboran los periodistas de los medios provinciales de Villa Clara sobre el proceso de emisión de la prensa cubana devela que, desde su percepción, la falta de transporte y otros recursos materiales, así como la organización interna de los medios y el grado de disposición de los reporteros para enfrentar los retos laborales, atentan contra la calidad de los procesos de construcción de la noticia en Cuba. Perciben, además, que los periodistas cubanos son profesionalmente competentes y fieles a los principios del sistema político, aunque descuidan su rol activo y ético dentro de la sociedad; condicionados, sobre todo, por la censura y la autocensura, el secretismo de las fuentes institucionales y los bajos salarios que reciben.

7. Aunque los periodistas villaclareños perciben que los mensajes de la prensa cubana presentan niveles elementales de calidad, consideran que los directivos de los medios cubanos no son suficientemente exigentes con este indicador. Perciben que, en ocasiones, la prensa cubana carece de objetividad, pues se edulcoran datos para mitigar la magnitud real de conflictos sociales, y se desatienden las necesidades de los públicos; quienes, en opinión de los periodistas, no ven reflejados sus problemas en los medios de comunicación ni consideran los mensajes publicados como útiles y beneficiosos. Ello se traduce, a juicio de los periodistas villaclareños, en falta de credibilidad del sistema de prensa cubano, toda vez que se ponderan valores periodísticos sin respaldo informativo, como la relevancia de la personalidad implicada, que no siempre responden a la demanda social de la prensa.

RECOMENDACIONES

1. Extender el estudio de la percepción sobre el sistema de prensa cubano a los restantes gremios profesionales periodísticos del país.
2. Realizar investigaciones enfocadas al estudio de las lógicas que rigen los procesos de recepción y gratificación de las necesidades comunicativas de los periodistas cubanos.
3. Fomentar investigaciones centradas en la percepción que, sobre la formación académica de la Licenciatura en Periodismo, tienen los periodistas y los estudiantes de Periodismo en Cuba.
4. Promover investigaciones que se extiendan al análisis del estado profesional de la prensa cubana.
5. Incentivar investigaciones empíricas y para la producción teórica sobre los indicadores mediante los cuales se deba evaluar la calidad periodística.
6. Presentar y debatir los resultados del presente estudio con los medios de prensa y sus órganos rectores en Villa Clara.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abbagnano, N. (1986). *Historia de la Filosofía*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Aguilar Morales, J. E. (2011). *La evaluación educativa*. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. Recuperado a partir de http://www.conductitlan.net/psicologia_educacion/evaluacion_educativa.pdf
- Alonso, M. (1999). La investigación cualitativa. Características, métodos y técnicas fundamentales. En *Metodología de la investigación cualitativa. Selección de textos*. Cuba: Caminos.
- Alonso, M. M y Saladrigas, H. (2006). *Para investigar en Comunicación Social. Guía Didáctica*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Alsina, M. R. (1989). *La producción de la noticia*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Alsina, M. R. (2001). *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Servei de Publicacions.
- Amaya, J. (2005). El reinado de los impresos. En *Comunicación y Sociedad Cubana. Selección de lecturas*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Arias Robles, F., & García Avilés, J. A. (2018). El destino del enlace periodístico: percepción de los editores y aplicación práctica de la hipertextualidad en los medios españoles. *Palabra Clave*, 275–309.
- Arnheim, R. (1995). *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza.
- Autores varios. (2001). *Ética y deontología*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Ballesteros, S., y García, B. (1996). *Procesos psicológicos básicos*. Madrid: Universitas.
- Banchs, M. A. (1986). *Concepto de Representaciones Sociales: Análisis comparativo*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Berger, P., y Luckman, T. (2006). La construcción social de la realidad: el lenguaje y el conocimiento en la vida cotidiana. *Produceideas*. Recuperado a partir de <http://produceideas.blogspot.com/2006/05/pberger-y-tluckmann-la-construccion.html>
- Bijarro, F. (s.f). *Desarrollo estratégico para la investigación científica*. Ciudad de México: Editorial de Fondos Económicos.
- Broadbent. (2015). Perception and communication. *Pergamond Press*. Recuperado a partir de <http://www.sciencedirect.com/science/article/ni/B9781483200798500025>.
- Cerda Gutiérrez, H. (2003). *La evaluación como experiencia total. Logros, objetivos, procesos, competencias y desempeño*. Colombia: Cooperativa Editorial Magisterio.

- Del Valle Rojas, C., Nitrihual Valdebenito, L., & Mayorga Rojel, A. J. (2012). Elementos de economía política de la comunicación y la cultura: hacia una definición y operacionalización del mercado de los medios. *Palabra Clave*, 15, 82–106.
- Díaz Arias, R. (2008). La representación del mundo en los informativos de televisión. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 363–384.
- Dotti, J. E. (1986). La distinción kantiana entre juicios de percepción y de experiencia. *Revista de Filosofía y Teoría Política*, 239–242.
- Eco, U. (1986). *La estructura ausente: Introducción a la semiótica*. Barcelona: Editorial Lumen.
- Faundes, J. J. (2006). El rol de los periodistas y su marco ético. *Sala de prensa*. Retrieved from <http://www.saladeprensa.org/art656.htm>.
- 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 inédita de licenciatura). Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, Villa Clara.
- Fish, S. (1980). *¿Hay un texto en esta clase?* Cambridge: Cambridge University Press.
- Galañena León, Y. C., Alfonso Lara, R., & Molina Rodríguez, L. (2018). La construcción fotográfica de la realidad internacional en los periódicos nacionales cubanos *Granma* y *Juventud Rebelde*. *Estudios del Mensaje Periodístico*, 1251–1269.
- Galindo Cáceres, L. J. (2008). *Comunicación, ciencia e historia: fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible*. Mac Graw Hill.
- Galindo Cáceres, L. J. (2011). Comunicología posible y su espacio de posibilidad. Hacia una propuesta general. In *Comunicología posible. Hacia una ciencia de la comunicación*. México: UIC Universidad Intercontinental, A.C.
- Garcés Corra, R. (2017). Raúl Garcés: Por un mejor periodismo y un país mejor. *Cubaperiodistas*. Retrieved from <http://www.cubaperiodistas.cu/index.php/2017/03/raul-garces-por-un-mejor-periodismo-y-un-pais-mejor/>
- García-Albea, J. E. (1999). *Algunas notas introductorias al estudio de la percepción*. Barcelona: Editorial Lumen.
- García Luis, J. (2004). *La regulación de la prensa en Cuba: referentes morales y deontológicos* (Tesis doctoral inédita). Universidad de La Habana, La Habana.
- García Luis, J. (2013). *Revolución, Socialismo y Periodismo*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- García Mestres, M., Mateu García, A., & Dominguez Romero, M. (2012). La percepción social de los

- principales divulgadores españoles de la ciencia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 757–767.
- Goldstein, E. B. (1999). *Sensación y Percepción*. Madrid: Debate.
- Gómez Mompart, J. L., Gutierrez Lozano, J. F., & Palau Sampio, D. (2015). La calidad periodística en España según la percepción de los periodistas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13–30.
- González García, L. M. (2014). Prensa en tiempos de cambio. Sobre los medios de comunicación y la actualización socioeconómica en Cuba. *ALCANCE Revista cubana de Información y Comunicación*, 3, 1–21.
- González Reyna, S. (1989). Medios de comunicación y sistemas informativos en México. *Reseñas*, 187–191.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw.
- ICRT. (2019). *¿Quiénes somos?*. Recuperado a partir de <http://www.icrt.cu>
- Jañez, L. (1992). Psicofísica. En *Tratado de Psicología General* (3), 1-44. Madrid: Alhambra Longman.
- Juran, J., & Godfrey, A. (2001). *Manual de Calidad*. Madrid: McGraw-Hill.
- Karam, T. (2007). Notas Introdutorias para el Estudio y la Investigación del Discurso. *Revista Comunicología*. Recuperado a partir de <http://revistacomunicologia.org/index.php>
- Katz, E., Gurevitch, M., y Haas, H. (1973). On the Use of Mass Media for Important Things. *American Sociological Review*, 164-181.
- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Fuction on Communication in Society. *The Cmmunication of Ideas*, 84-99.
- Lesmes, M. (2001). *La prensa y su función social*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Lesmes, M. (2005). *Concepciones de periodistas, pensadores y escritores cubanos sobre la prensa y su función social*. En *Ética Periodística. Selección de Lecturas*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Lilo Jover, J. (1993). *Psicología de la percepción*. Madrid: Debate.
- López, A., & Vaca, C. (1996). Ecuador 96: El perceptor y la cobertura electoral. *Chasqui*, 1996, 25–28.
- Machado Rodríguez, D. L. (2004). *Introducción al análisis ideológico del contenido del discurso*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Maciá Barber, C. (2015). La posibilidad de implantar un estándar ético en la empresa periodística española: percepción de los directivos de los medios. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*,

119--134.

- Marrero, J. (2003). *Dígase de la palabra moral. Rescate de un periodismo digno y veraz*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Marrero, J. (2005). *Dos siglos de periodismo en Cuba: momentos, hechos y rostros*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Marrero, J., Vera, E., y Pavón, R. (s. f.). El periodismo en la Revolución Cubana. Cuando la verdad se resiste a morir. *Cubaperiodistas*. Recuperado a partir de http://www.cubaperiodistas.cu/prensa/periodismo_revolucion.html
- Martín Serrano, M. (1982). El modelo dialéctico de la comunicación. En *Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid: Alberto Corazón.
- Marx, C., y Engels, F. (1970). *Obras Escogidas*. Moscú: Editorial Progreso.
- Maslow, A. H. (1998). *El hombre autorrealizado: Hacia una psicología del ser*. Barcelona: Editorial Kairós.
- Matlin, M., y Foley, H. J. (1996). *Sensación y percepción*. Mexico: Prentice-Hall.
- Merleau-Ponty, M. (1975). *Fenomenología de la percepción*. Barcelona: Península.
- Monserrat, J. (1998). *La percepción visual: La arquitectura del psiquismo desde el enfoque de la percepción visual*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Núñez, I. (2004). Las necesidades de información y formación: perspectivas socio-psicológica e informacional. *Revistas*. Recuperado a partir de http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12_5_04/aci04504.html
- Olivares, M. (2007W). *Autocensura y traducción: análisis de estrategias textuales en un determinado contexto comunicativo*. Alcalá: Universidad de Alcalá.
- Ortiz de Zárate, M. (2005). Juicios y creencias. *Coaching*, 26–28.
- Ortiz Ocaña, A. (2016). *Niklas Luhmann. Teoría emergente de los sistemas sociales*. Colombia: Distribbooks Editores.
- Oviedo, G. L. (2004). La definición del concepto de percepción en Psicología con base en la Teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, 89-96.
- Pabon, G. (2013). El juicio. *Psicología de la Comunicación*. Blog. Retrieved from <http://catedranaranja.com.ar/wp/wp-content/uploads/juicios.pdf>
- Pasek de Pinto, E., & Briceño de Sánchez, R. (2015). Juicios valorativos: elementos y proceso de

- formulación en la evaluación del aprendizaje. *Actualidades Investigativas en Educación*, 1–28.
- Piñuel Raigada, J. L. (1999). Abraham A. Moles (1920-1992) y la Teoría de la Información. *Servicio de Publicaciones UCM*, 157–198.
- Postman, L. (1974). *Percepción y aprendizaje*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Reyes González, A. (2009). *Ver (nos) ante el espejo* (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, Santa Clara.
- Ricardo Luis, R. (2002). Detrás de la fachada. *Mesa de Trabajo*. Retrieved from <http://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110607-detras-de-la-fachada.php>
- Ricardo Luis, R. (2014). Prensa e imagen Cuba ante el espejo de la realidad. *Temas*, 49–55.
- Robyns, C. (1994). *Translation and discursive identity*. Leuven: Cetra.
- Rodríguez Gómez, G., Gil Flores, J. y García Jiménez, E. (2010). *Metodología de la investigación cualitativa*. La Habana: Félix Varela.
- Sánchez-Cabaco. (1999). *Atención y Percepción*. Madrid: Alianza.
- Sandoval, L. (2002). *Nuevos efectos y nuevos acentos en la investigación sobre medios*. La Patagonia: Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.
- Serrahima, C. (311AD). Percepción y conceptos: McDowell y Husserl sobre los contenidos de la experiencia. *Investigaciones Fenomenológicas*, 311–329.
- Thompson, J. (2008). *Ideología y Cultura Moderna*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente y Editorial Félix Varela.
- Tuchman, G. (2008). La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas. En *Comunicación Social. Análisis de Medios* (Vol. II). La Habana: Editorial Félix Varela.
- Tudela, P. (1998). *Psicología Experimental*. Madrid: U.N.E.D.
- UPEC. (2019). Funcionamiento de la UPEC. *Cubaperiodistas*. Retrieved from <http://www.cubaperiodistas.cu/index.php/funcionamiento-de-la-upec/>
- Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós
- Van Dijk, T. A. (1998). *Texto y contexto. Semántica pragmática del discurso*. Madrid: Cátedra.
- Van Dijk, T. A. (1999). *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. A. (2003). El estudio del discurso. En *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso. Una introducción multidisciplinaria* (1). Barcelona: Gedisa.
- Vargas Melgarejo, L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 47-53.

- Vasallo de Lopes, M.I. (2012). La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas. *Diálogos de la Comunicación* (56), 12-27.
- Von Bertalanffy, L. (1968). *Teoría general de los sistemas. Fundamentos, desarrollo y aplicaciones*. México: Fondo de cultura económica.
- Wolf, M. (2005). *La Investigación de la Comunicación de Masas*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Wright, C. R. (1960). Functional Analysis and Mass Communication. *Public Opinion Quarterly*, 605-620.
- Zamora Fernández. (2011). *El juicio del sujeto perceptor espiritual* (Tesis inédita de licenciatura). Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, Santa Clara.

ANEXOS

Anexo # 1**Los valores periodísticos y su expresión en el discurso periodístico, según Teun van Dijk (1990)**

Novedad: “Es fundamental el requisito de que la noticia debe tratar en principio sobre nuevos acontecimientos. Los lectores no deben recibir una información que ya conocen, lo cual es un requisito general para todo acto de habla asertivo. Cognitivamente, esto significa que el modelo desarrollado por un relato debe contener información que aún no se halle presente en los modelos actuales del lector. El resultado es la posible actualización de los modelos presentes” (p. 175).

Actualidad: “No toda información nueva es una posible noticia. Para la noticia periodística, un requisito posterior es que los acontecimientos descritos sean nuevos en sí mismos, es decir, recientes, dentro de un margen de entre uno y algunos días. Puesto que los modelos son representaciones de situaciones y acontecimientos, la actualidad es una importante puesta al día y recuperación de los modelos, verbigracia, mediante sus dimensiones temporales (cosas que han ocurrido ahora precisamente). Asimismo, la actualidad es un importante factor en la atención, el interés y la evocación, tanto para los acontecimientos como para los textos” (p. 176).

Presuposición: “La evaluación de la novedad y de la actualidad presupone un conocimiento y unas creencias existentes. Hemos mostrado con detalle por qué y cómo los acontecimientos y el discurso solo pueden entenderse si nos basamos en grandes cantidades de información pasada. De ahí que la actualización presuponga los modelos previos de una situación. La comprensión también requiere la activación y la aplicación de estructuras y argumentos. Gran parte de esta información puede aparecer implícita en la noticia. Aun así, parte de ella debe expresarse como una señal de lo presupuesto: los periodistas deben suponer que los lectores pueden no haber leído o pueden haber olvidado la información previa. Por ello, la información presupuesta de un cierto tipo, es decir, los modelos previos, puede necesitar la expresión parcial o el resumen como antecedente o contexto de los acontecimientos actuales” (p. 176).

Consonancia: “La noticia debe estar en consonancia con normas, valores y actitudes socialmente compartidos. Este es un caso especial del valor de la presuposición. En lugar del conocimiento y las creencias previas, aquí están implicadas las opiniones y actitudes preexistentes. Resulta más fácil de comprender y, sin duda, más fácil de aceptar (y, por lo tanto, de integrar) aquella noticia que está en consonancia con las actitudes de los periodistas y de los lectores, es decir, con el consenso ideológico de una sociedad o cultura determinada” (pp. 176-177).

Relevancia: “En general, se prefiere la información sobre acontecimientos o acciones que son relevantes para el lector. Esta información proporciona modelos que pueden utilizarse para la interpretación de otro discurso o para la planificación y la ejecución de la acción y la interacción sociales” (p. 177).

Desviación o negatividad: “Generalmente, gran parte del discurso periodístico trata de sucesos negativos, como problemas, escándalos, conflictos, crímenes, guerras o desastres. ¿Por qué? Aunque intuitivamente el hecho de que la gente esté interesada en estas noticias parece ser un fenómeno muy difundido, si no universal, ello no explica la razón. Las explicaciones pueden formularse en términos sociológicos, psicoanalíticos o cognitivos. Psicoanalíticamente, estas diferentes formas de negatividad en las noticias pueden contemplarse como expresiones de nuestros propios temores (...) Los modelos de estos sucesos negativos, pues, están directamente relacionados con el sistema emocional de autodefensa” (p. 178).

Proximidad: “La proximidad ideológica proviene de los criterios generales de consonancia. La proximidad local incluye presuposición de conocimientos y relevancia: sabemos más sobre nuestro propio pueblo, ciudad, país o continente, en parte a través de la experiencia directa y a través de las comunicaciones informales de las experiencias de otros a quienes conocemos. Por ello, los mensajes de los medios sobre acontecimientos cercanos se comprenden mejor debido a que se basan en modelos más completos y más asequibles” (p. 179).

Anexo # 2 Encuesta aplicada a los periodistas de los medios provinciales villaclareños

Fecha: _____

Hola:

La presente encuesta responde a un estudio de la Carrera de Periodismo de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (UCLV) sobre la percepción que, del sistema de prensa cubano, tienen los periodistas de la región central de Cuba. De antemano, agradecemos su colaboración y sus más sinceras respuestas.

I. Datos generales

1. Tipo de medio en el que labora: _____ Prensa plana _____ Radio _____ Televisión _____ Agencia _____ Hipermedia (marcar solo en caso de ser el trabajo fundamental)

2. Cargo que ocupa: _____

3. Otros medios con los que colabora: _____ Prensa plana _____ Radio _____ Televisión _____ Agencia _____ Hipermedia 4. Otros vínculos laborales: _____

5. Sectores que cubre con regularidad: _____

6. Salario mensual promedio: _____ pesos 7. Sexo: _____ F _____ M 8. Edad: _____ años

9. Título de graduado: _____

10. Superación postgraduado: _____

11. Grado científico: _____ Universitario _____ Máster _____ Doctor

II. 1. Mencione tres de las funciones básicas de la prensa: _____

2. Mencione el nombre de los cinco medios de prensa que consume con mayor regularidad (ya sean nacionales o extranjeros)

Nombre del medio de prensa	Formato	Razón por la que lo consume
1.	<input type="checkbox"/> Prensa plana <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Agencia <input type="checkbox"/> Hipermedia	<input type="checkbox"/> Motivación personal <input type="checkbox"/> Rutinas del trabajo diario <input type="checkbox"/> Exigencia de otros <input type="checkbox"/> Sugerencia de otros <input type="checkbox"/> Otras: _____
2.	<input type="checkbox"/> Prensa plana <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Agencia <input type="checkbox"/> Hipermedia	<input type="checkbox"/> Motivación personal <input type="checkbox"/> Rutinas del trabajo diario <input type="checkbox"/> Exigencia de otros <input type="checkbox"/> Sugerencia de otros <input type="checkbox"/> Otras: _____
3.	<input type="checkbox"/> Prensa plana <input type="checkbox"/> Radio	<input type="checkbox"/> Motivación personal <input type="checkbox"/> Rutinas del trabajo diario

	<input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Agencia <input type="checkbox"/> Hipermedia	<input type="checkbox"/> Exigencia de otros <input type="checkbox"/> Sugerencia de otros <input type="checkbox"/> Otras: _____
4.	<input type="checkbox"/> Prensa plana <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Agencia <input type="checkbox"/> Hipermedia	<input type="checkbox"/> Motivación personal <input type="checkbox"/> Rutinas del trabajo diario <input type="checkbox"/> Exigencia de otros <input type="checkbox"/> Sugerencia de otros <input type="checkbox"/> Otras: _____
5.	<input type="checkbox"/> Prensa plana <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Agencia <input type="checkbox"/> Hipermedia	<input type="checkbox"/> Motivación personal <input type="checkbox"/> Rutinas del trabajo diario <input type="checkbox"/> Exigencia de otros <input type="checkbox"/> Sugerencia de otros <input type="checkbox"/> Otras: _____

3. ¿Se siente satisfecho con el grado de objetividad de los medios que consume?

_____ Muy satisfecho _____ Satisfecho _____ Poco satisfecho _____ Insatisfecho

4. Mencione los tres medios de prensa nacionales o extranjeros cuya objetividad más le satisfaga. Organícelos comenzando por el que más le satisfaga:

I. _____ II. _____ III. _____

5. ¿Se siente satisfecho con la calidad de los medios que consume?

_____ Muy satisfecho _____ Satisfecho _____ Poco satisfecho _____ Insatisfecho

6. Mencione los tres medios de prensa nacionales o extranjeros cuya calidad periodística más le satisfaga. Organícelos comenzando por el que más le satisfaga:

I. _____ II. _____ III. _____

7. ¿Siente que los medios que consume satisfacen sus necesidades comunicativas?

_____ Mucho _____ Suficiente _____ Poco _____ Nada

8. Mencione los tres medios de prensa nacionales o extranjeros que más satisfacen sus necesidades comunicativas. Organícelos comenzando por el que más le satisface:

I. _____ II. _____ III. _____

9. Marque con una x las necesidades comunicativas que busca satisfacer en los medios que consume:

_____ Informarse y/o instruirse

_____ Contrastar la información recibida por otras vías

_____ Despertar emociones y sentimientos

_____ Cultivar el gusto estético

_____ Encontrar respaldo a su sistema de creencias personales

_____ Fomentar vínculos de interrelación social

_____ Evadirse o relajar tensiones

_____ Otras: _____

10. Marque con una x, según corresponda, el grado en que los medios satisfacen cada una de sus necesidades comunicativas: (M-mucho; S-suficiente; P-poco; N-ninguno)

Necesidad	Grado de satisfacción							
	Medios extranjeros				Medios cubanos			
	M	S	P	N	M	S	P	N
El mensaje periodístico proporciona información veraz, oportuna y actualizada								
El mensaje periodístico refuerza sus conocimientos								
El mensaje periodístico provoca emociones y sentimientos que le satisfacen								
El mensaje periodístico tiene valores estéticos que le satisfacen								
El mensaje periodístico transmite seguridad con respecto a la realidad social								
El mensaje periodístico incrementa la credibilidad del medio de prensa								
El mensaje periodístico proporciona temas de conversación con familiares y amigos								
El mensaje periodístico proporciona temas de conversación con sus superiores								
El mensaje periodístico proporciona temas de conversación con sus compañeros de trabajo								
El mensaje periodístico proporciona temas de conversación con otras personas (en una cola, en una parada de autobús...)								
El mensaje periodístico le permite distraerse								
El mensaje periodístico le permite, en ocasiones, olvidarse de sus problemas personales								

11. Ordene los medios cubanos según más le satisfagan. Organícelos del 1 al 5 teniendo en cuenta el 1 como el mayor valor de satisfacción, y el 5 como el menor)

___ Prensa Plana ___ Radio ___ Televisión ___ Agencia ___ Hipermedia

III. 1. Mencione hasta tres elementos de la estructura y organización de los medios de prensa cubanos que, según su opinión, incidan positiva o negativamente en la producción periodística:

I. Positivos: _____

II. Negativos: _____

2. Según su opinión cuáles son los agentes externos a los medios de prensa cubanos que más inciden positiva y negativamente en las rutinas productivas de los medios y en la calidad del mensaje periodístico:

I. Positivos: _____

II. Negativos: _____

3. ¿Qué principios básicos usted considera que rigen el comportamiento ético de los periodistas cubanos? _____

4. Marque con una X la (s) opción (es), según su apreciación personal:

Los periodistas cubanos (todos o en su mayoría) reproducen la ideología de la Revolución en el mensaje periodístico porque la aceptan y la comparten

Los periodistas cubanos (todos o en su mayoría) reproducen la ideología de la Revolución en el mensaje periodístico, aunque la aceptan, pero no la comparten

Los periodistas cubanos (todos o en su mayoría) reproducen la ideología de la Revolución en el mensaje periodístico, aunque no la aceptan, ni la comparten

Los periodistas cubanos (todos o en su mayoría) no reproducen la ideología de la Revolución en el mensaje periodístico

Otra: _____

5. Marque con una X la (s) opción (es), según su apreciación personal:

Los periodistas cubanos (todos o en su mayoría) se sienten muy identificados con las políticas editoriales y con la dirección del medio de prensa en que trabajan

Los periodistas cubanos (todos o en su mayoría) se sienten identificados con las políticas editoriales y con la dirección del medio de prensa en que trabajan

Los periodistas (todos o en su mayoría) se sienten poco identificados con las políticas editoriales y con la dirección del medio de prensa en que trabajan

Los periodistas cubanos (todos o en su mayoría) no se sienten identificados con las políticas editoriales y con la dirección del medio de prensa en que trabajan

6. Marque con una X la (s) opción (es), según su apreciación personal:

a) Los medios de prensa cubanos reflejan los conflictos de la realidad social cubana:

De forma crítica y constructiva De forma crítica pero no constructiva

De forma acrítica pero constructiva De forma acrítica y no constructiva

b) Los medios de prensa cubanos se centran:

- Tanto en los problemas de la realidad internacional como en los problemas de la realidad nacional
- Más en los problemas de la realidad internacional que en los problemas de la realidad nacional
- Menos en los problemas de la realidad internacional que en los problemas de la realidad nacional
- Ni en los problemas de la realidad internacional, ni en los problemas de la realidad nacional

c) Los medios de prensa cubanos reflejan la realidad social:

- De modo que se tratan los problemas de todos los sectores de la población
- De modo que se tratan los problemas de la mayoría de los sectores de la población
- De modo que se tratan los problemas de pocos sectores de la población
- De modo que se tratan los problemas de casi ningún sector de la población

d) Con respecto a la realidad social cubana, lo medios de prensa cubanos son:

- Objetivos y abarcadores
- Poco objetivos, pero abarcadores
- Ni objetivos, ni abarcadores

7. Marque con una x la opción que se corresponde con su opinión respecto al conocimiento de los periodistas cubanos (M-mucho; S-Suficiente; P-poco; N-ninguno):

	Caudal de saberes																			
	Prensa Plana				Radio				Televisión				Agencia				Hipermedia			
Dominio	M	S	P	N	M	S	P	N	M	S	P	N	M	S	P	N	M	S	P	N
Géneros periodísticos																				
Redacción periodística																				
Lenguaje propio del medio																				
Política																				
Economía																				
Conflictos sociales																				
Cultura																				
Deporte																				

8. Evalúe la calidad de los mensajes de los medios cubanos atendiendo a los siguientes criterios (M-mucho; S-Suficiente; P-poco; N-ninguno):

	Redacción de los periodistas																			
	Prensa Plana				Radio				Televisión				Agencia				Hipermedia			
Parámetros	M	S	P	N	M	S	P	N	M	S	P	N	M	S	P	N	M	S	P	N

Normas de redacción																		
Contrastación de fuentes y nivel de reelaboración de su discurso																		
Diversidad de géneros periodísticos y temas																		
Distinción entre géneros informativos y de opinión																		
Uso del titular periodístico																		
Empleo de recursos artísticos (o estilísticos) y técnicos propios del medio																		

9. Marque con una X la (s) opción (es), según su apreciación personal:

a) El público cubano cree que los medios de prensa cubanos satisfacen sus necesidades comunicativas:

Mucho Suficiente Poco No las satisfacen

b) El público cubano cree que los medios de prensa cubanos tratan:

Todos los problemas que más le afectan al pueblo

Solo algunos de los problemas que más le afectan al pueblo

Muy pocos (o ninguno) de los problemas que más le afectan al pueblo

c) El público cubano cree que los medios de prensa cubanos son:

Muy creíbles Suficientemente creíbles Poco creíbles Nada creíbles

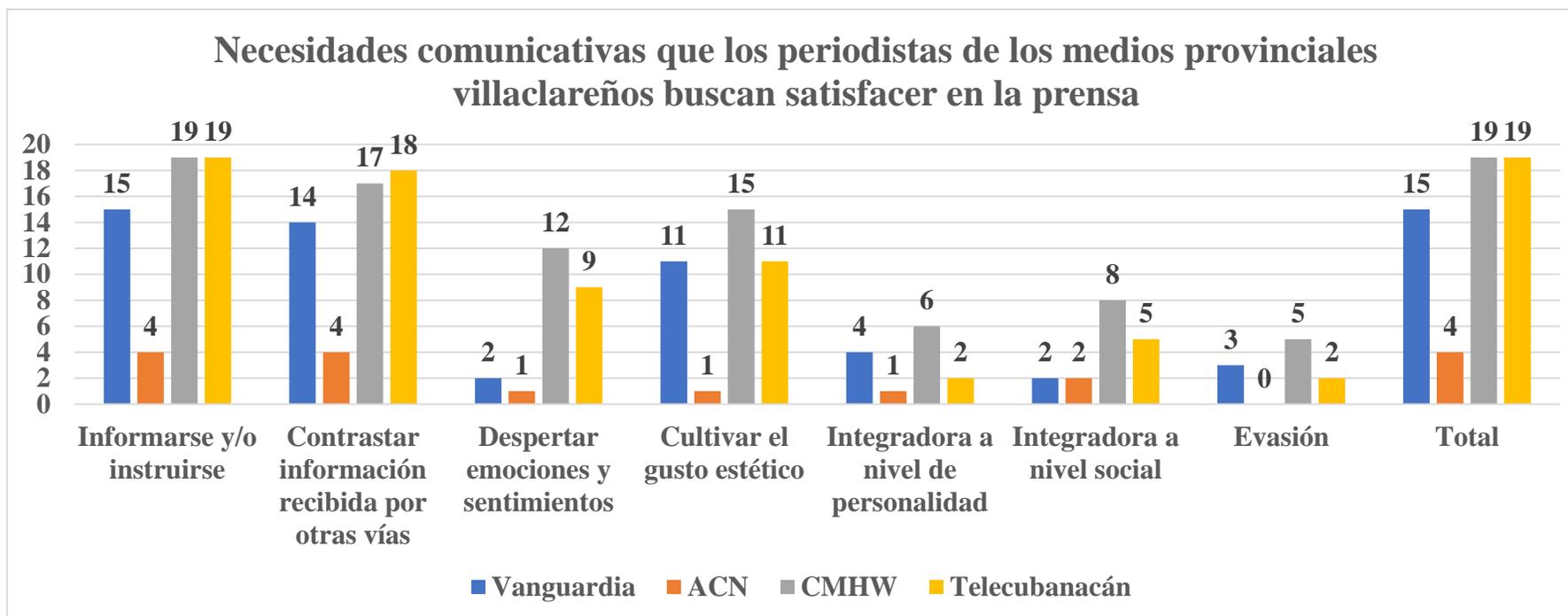
10. Diga en qué orden los medios cubanos satisfacen las necesidades del público. Organícelos del 1 al 5 teniendo en cuenta el 1 como el mayor valor de satisfacción, y el 5 como el menor)

Prensa Plana Radio Televisión Agencia Hipermedia

11. Atendiendo a su opinión personal, mencione hasta tres principios éticos que cumplen los periodistas cubanos: _____

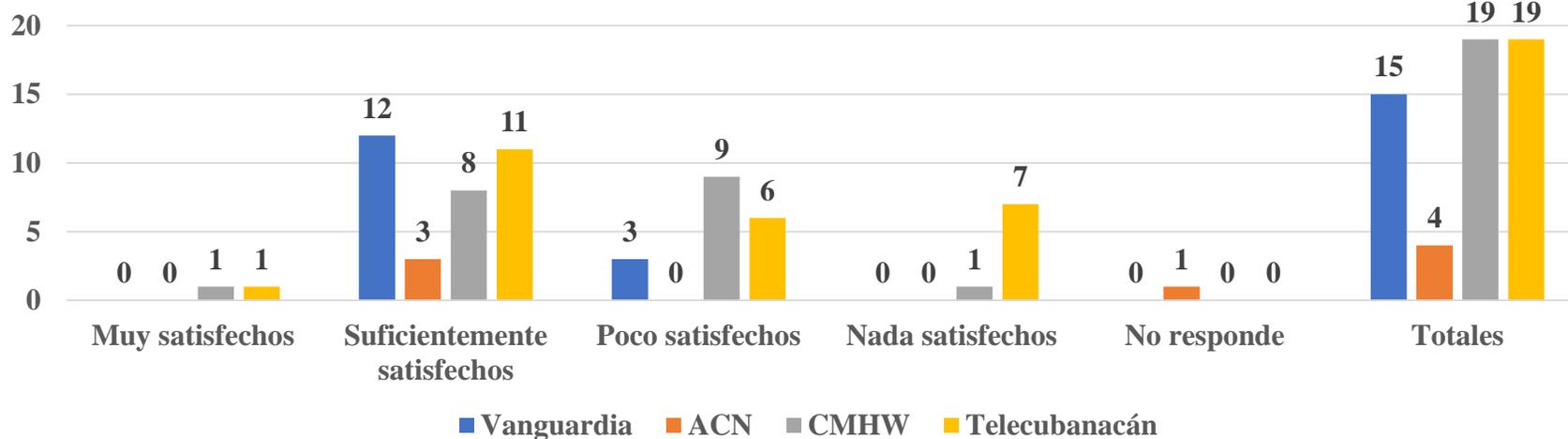
12. Atendiendo a su opinión personal, mencione hasta tres principios éticos que infringen los periodistas cubanos: _____

Anexo # 3: Estadísticas generales relativas a la gratificación de las necesidades comunicativas de los periodistas de los medios provinciales villaclareños

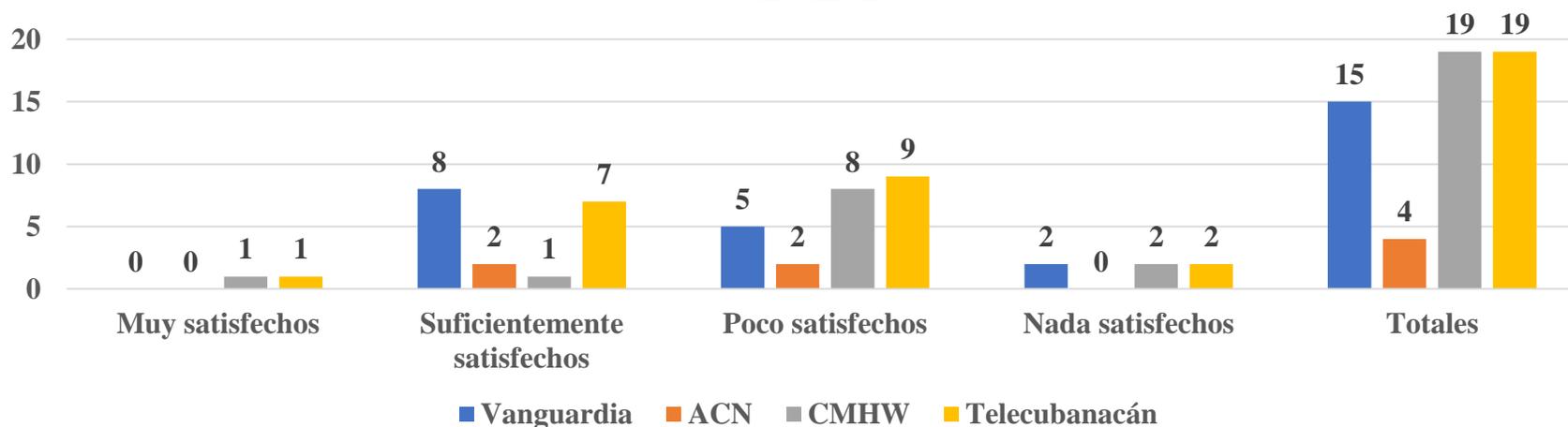


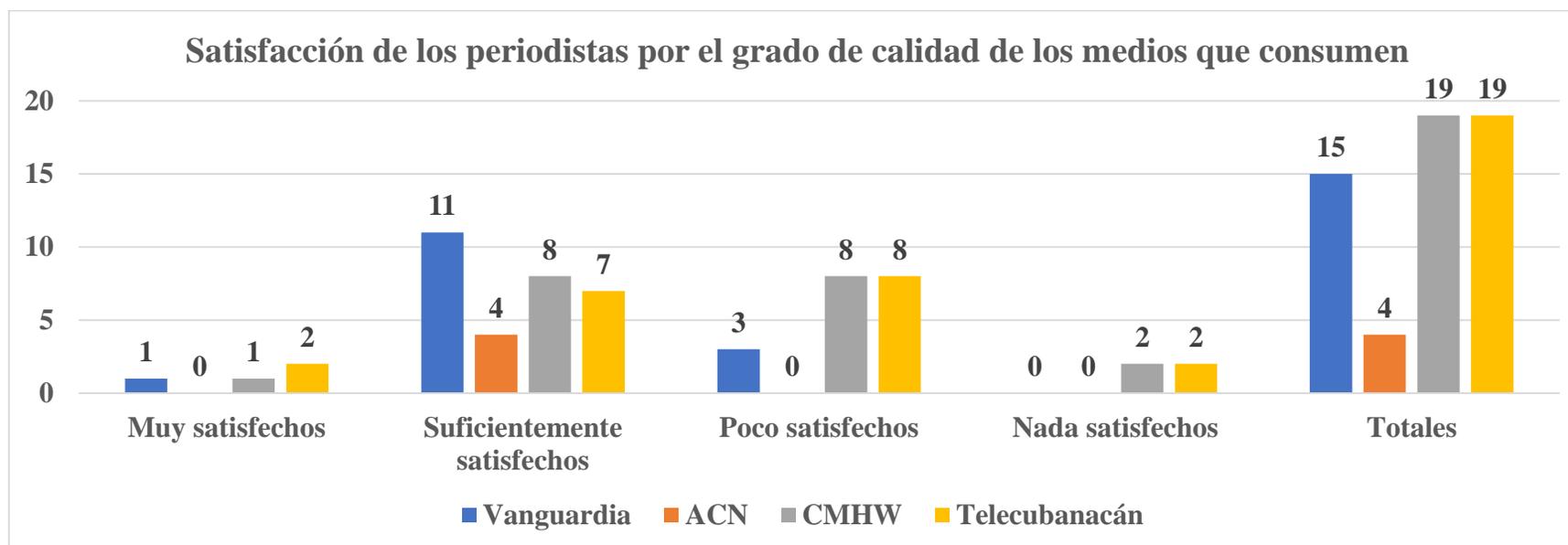
Las necesidades comunicativas son cognitiva, afectivo-estética, integradora a nivel de personalidad, integradora a nivel social y de evasión. La cognitiva comprende dos indicadores: informarse y/o instruirse, y contrastar información recibida por otras vías; y la afectivo-estética otros dos indicadores: despertar emociones o sentimientos, y cultivar el gusto estético. Los números indican la cantidad de periodistas por medio que reconocen buscar la satisfacción a esas necesidades.

Grado de satisfacción de las necesidades comunicativas de los periodistas

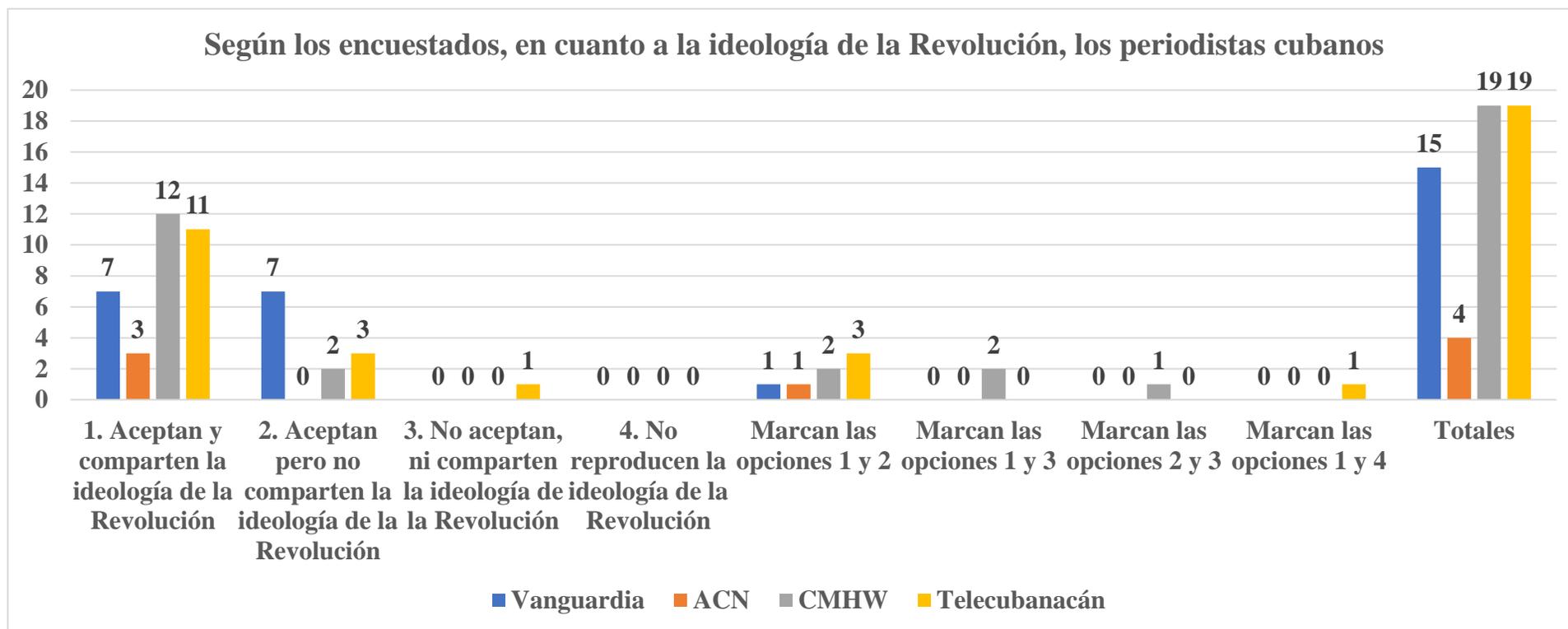


Satisfacción de los periodistas por el grado de objetividad de los medios que consumen

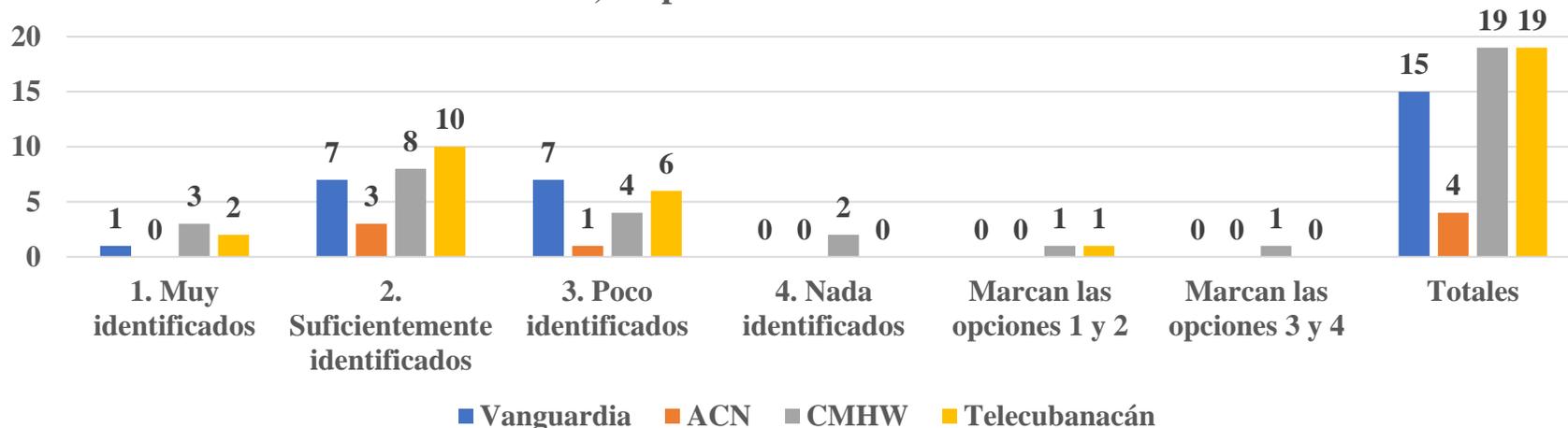




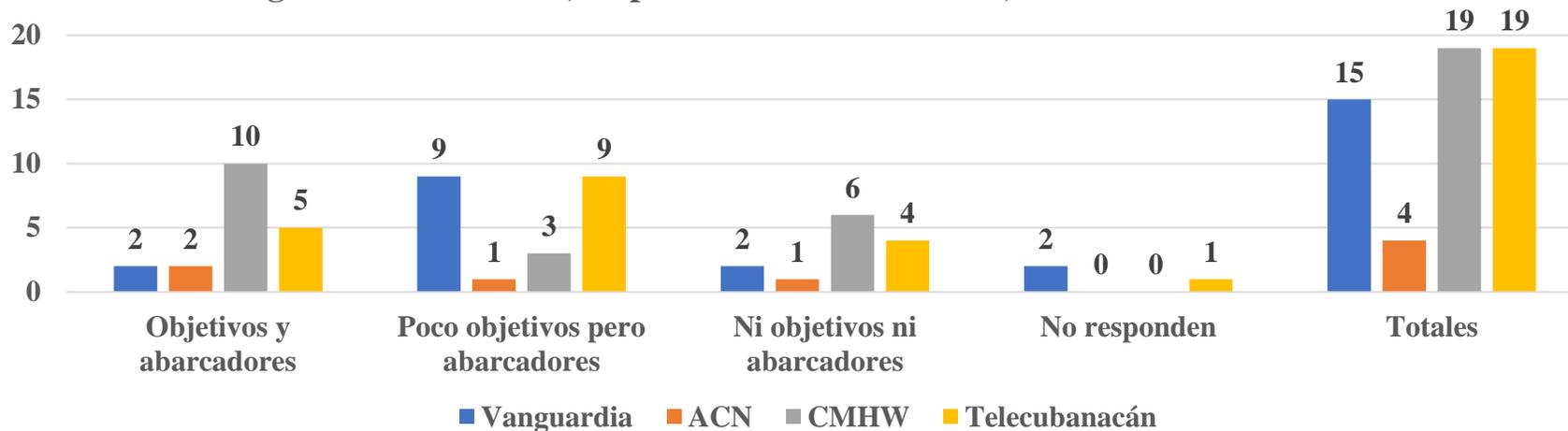
Anexo # 4: Estadísticas generales relativas a la percepción que tienen los periodistas de los medios provinciales villaclareños sobre la emisión, el mensaje y la recepción de los medios cubanos



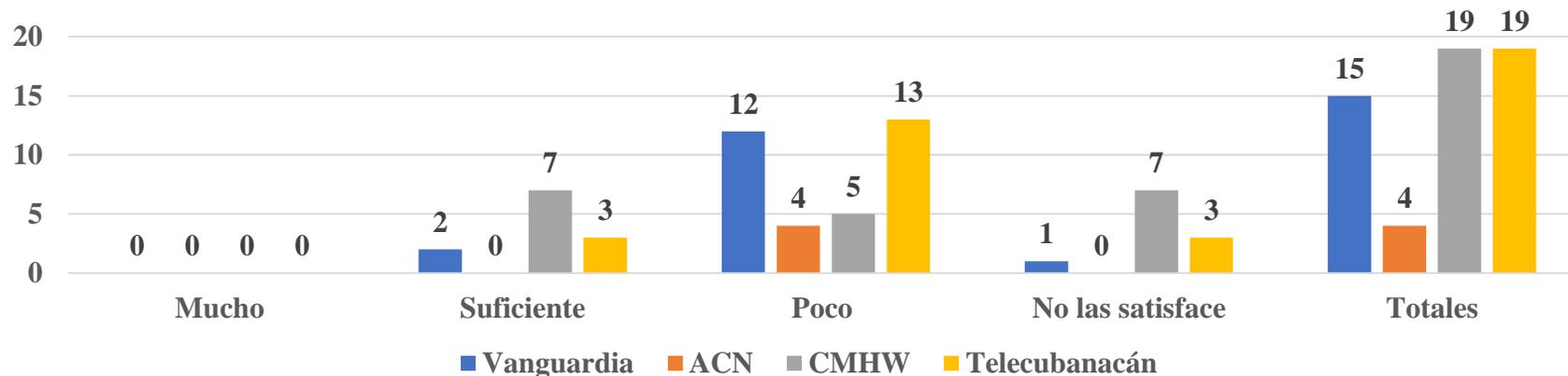
Según los encuestados, respecto a las políticas editoriales y la dirección de los medios, los periodistas cubanos se sienten



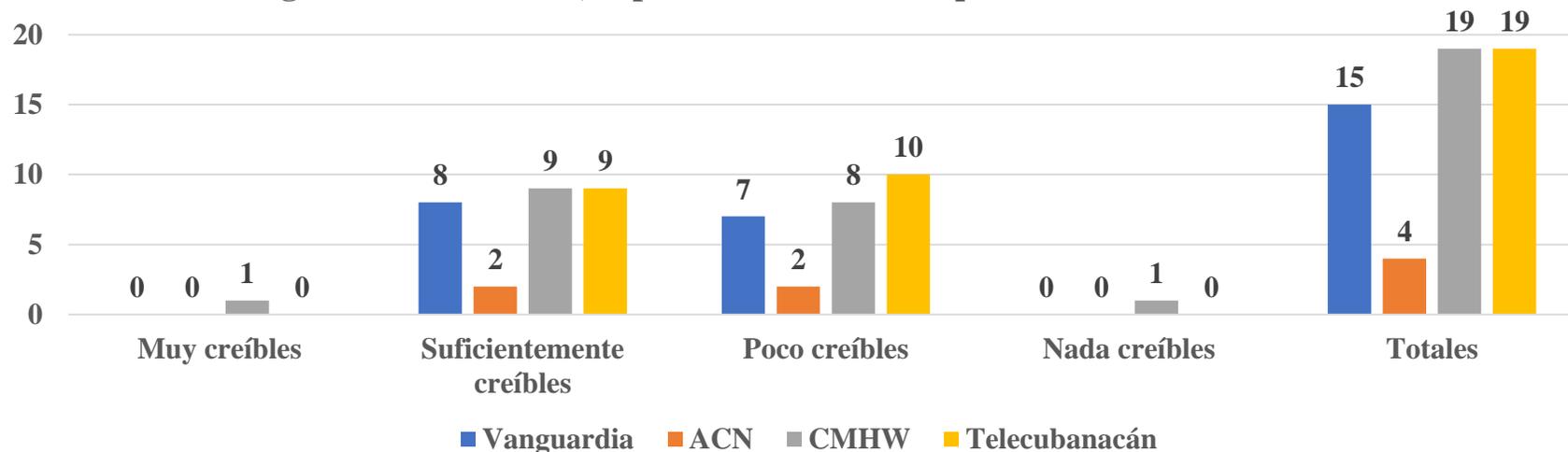
Según los encuestados, respecto a la realidad social, los medios cubanos son



Según los encuestados, el público cubano cree que los medios cubanos satisfacen sus necesidades comunicativas



Según los encuestados, el público cubano cree que los medios cubanos son



Según los encuestados, los medios cubanos reflejan los conflictos de la realidad social de forma

