



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

Facultad de Humanidades
Departamento de Periodismo

Trabajo de Diploma

Conformación de la agenda mediática del *Noticiero Cultural* durante el primer trimestre de 2017

Autora: Laura Liset Valdés González

Tutora: MSc. Grettel Rodríguez Bazán

Santa Clara, 2017

11.^a Promoción

En nuestro concepto, los periódicos y los medios masivos de divulgación pertenecen al pueblo. Y debe existir la más amplia libertad para que el pueblo utilice esos medios en favor de los intereses de la causa, en la crítica dura a todo lo que esté mal hecho. Creo que mientras más crítica exista dentro del socialismo, eso es lo mejor.

Fidel Castro Ruz

DEDICATORIA

Al Caguairán que echa raíces en Santa Ifigenia.

A mi abuelo, por sembrarme dentro la misma semilla de aquel Caguairán. Todo lo demás vino después.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, antítesis y complemento de mi personalidad. A mi padre por el hipercriticismo a deshoras, cuando aún leía con la entonación de *La Colmenita*.
A mi madre, por seguirme a todos lados, por ser la “delegada” cada curso escolar, por saberse el nombre de cada niño de mi aula. La “popularidad” la heredé de ella.
Para Roca, por haberle tocado esta hermana mayor con ansias de protagonismo familiar, porque mi ejemplo no la priva de ser auténtica, aunque nos parecemos más de lo que me gustaría.
A mi abuela, la única que conocí, la que mejor cocina en el país de los nietos caprichosos.
A mi tía, la artista frustrada de la familia.
A Raide, porque además de mi abuela, es al único que le gusta como canto. Porque cada impulso colérico lo frena su temperamento flemático. Porque no le asusta que hable sola o llore declamando poesías, y, sobre todo, porque no tiene esperanzas de que esto cambie ni después de la tesis.
A Danelis, preocupada por cada detalle, porque, aunque nunca se lo diga, le quiero bien.
A mi grupón de la 11.^a Promoción, afectados de “pereza intelectual”.
A Grether, mi secretaria personal, copártcipe de disímiles contingencias periodísticas, la mayoría incontables.
A Anyel, por dejarme decirle Mataguá, porque su alma es tan limpia que, al compararme, me siento mala persona.
Para el Luke, (lugar para cada cosa, cada cosa en su lugar). Porque es tan lindo que me parece un bonsái, porque me duele que no esté en la foto final.
Para el Luisma, más que agradecimientos, ofrezco disculpas. Espero que Mañach y su indagación del choteo te hagan entender mi *bullying* constante, al final sabes que me quieres.
Para Aldenio, por aquel poema del intercambio de regalos. Por tirar la puerta, ¿y qué?
Para Lia, la última en subirse al tren. La etérea que cambió su filosofía francesa feminista por la de una tal “señorita Dayana”.
A los valientes, los que cambiaron falta de cobertura por malecón. A Abe por darle de comer a mi espíritu, a Ivi porque me enseñó que la Habana pule a la gente, pero no las destiñe.
A cada persona que vivió o hizo estancia en el 402B, Lisbeth Moya de Placetas y su constante real maravilloso, la Gabi, por la memoria virtuosa y los peinados, Mariela y su forma de ser, porque nos mueve el arte.
A mis muchachos de F y 3ra, guajiros en la capital.
A los honorables miembros del PP, mermado en sus últimos tiempos, espero que Juan Ariel haga crecimientos a sus filas.
A los telecomunicadores, eternos compañeros de las periodistas. Al Saro, Robe, Giselle, Menéndez y todos los demás.
A Loan Ernesto, por las “iniciativas” en los seminarios, por la crónica de las tres de la mañana. Porque vive como quiere.
A Yenis, por las comunicaciones y las encuestas.
A Yadán, porque si alguna vez tuvimos miedo de tenerlo de oponente, su lapicero alivia del lado de acá.
Porque, aunque se reconoce como un simple comunicador institucional, siempre será profesor y periodista.
A los profesores del Departamento de Periodismo; a Rafael, a mi tutora, por atender cada reclamo sin importar las eventualidades maternas, a María Victoria, por las revisiones y su buen trato. A Marielys, sorteadora de molinos en los tiempos que corren, porque su juventud no cree en expulsiones ni en acreditadores.
A los estudiantes de periodismo de la Universidad Central «Marta Abreu» de las Villas. Porque en cada clase de Metodología de la Investigación, leerán estas páginas personales, antes que los postulados teórico-metodológicos.
Mil gracias.

RESUMEN

La presente investigación, desde una perspectiva comunicológica, caracteriza la conformación de la agenda mediática del *Noticiero Cultural* durante el primer trimestre de 2017. Para ello, se utiliza una propuesta teórica que parte de los estudios de emisores, los presupuestos sobre sociología de la producción de mensajes, así como la teoría de la *agenda setting*. Se asumen los métodos bibliográfico-documental, etnográfico y análisis de contenido, además de las técnicas revisión bibliográfica, observación participante, encuestas y técnica de análisis de contenido; a través de entrevistas semiestructuradas a periodistas, corresponsales y directivos de la unidad de estudio, se valida la estructuración teórico-metodológica del estudio. Como resultado fundamental de la investigación, se reconoce la mediación del Ministerio de Cultura, de conjunto con sus instituciones y medios de comunicación (la UNEAC, la AHS, *La Jiribilla*, *Cubarte*), para determinar los contenidos del *Noticiero Cultural*. En este sentido, la agenda mediática del único noticiero cultural especializado de la televisión cubana representa los intereses de la política cultural del país en el rescate de los verdaderos valores culturales de la Isla.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: CONFORMACIÓN DE LA AGENDA MEDIÁTICA EN LOS NOTICIEROS	
TELEVISIVOS.....	7
1.1 De la sociología de la producción de noticias a los niveles de influencia en la conformación de la agenda mediática	7
1.1.1 El nivel individual en la producción de mensajes	11
1.1.2 El nivel de organización al interior de los medios.....	14
1.1.3 El nivel de procedimiento de los medios: rutinización de las prácticas periodísticas.	16
1.1.4 Factores externos al medio, el nivel extramediático.....	21
1.1.5 La macroestructura: el nivel ideológico	24
CAPÍTULO 2: APUNTES METODOLÓGICOS PARA LA CONFORMACIÓN DE LA AGENDA.....	28
2.1. Definición y operacionalización de las categorías analíticas del estudio.....	28
2.2 Métodos y técnicas	31
CAPÍTULO 3: COORDENADAS REFERENCIALES DEL PERIODISMO CULTURAL EN CUBA....	33
3.1 El perfil cultural en el mundo televisivo	33
3.2 La génesis del Noticiero Cultural	35
CAPÍTULO 4: RESULTADOS INVESTIGATIVOS EN EL <i>NOTICIERO CULTURAL</i>	40
4.1 Los componentes de la individualidad en el periodismo cultural	40
4.2 La dinámica interna del noticiero	45
4.3 Los procedimientos hechos rutinas en el informativo cultural.....	50
4.4 Más allá de los medios	57
4.5 El nivel ideológico al margen de todos los procesos.....	62
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69
ANEXOS	76

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, analizar los *mass media* al interior de sus procesos productivos constituye uno de los principales avances de la investigación en comunicación de masas. Así, los intereses se han desplazado desde el mensaje hasta quién lo produce. Desde finales del siglo XX, el interés por estudiar los emisores asciende al comprender la esencia y función social otorgada a los medios en su papel de construir la realidad social. Distintas interrogantes investigativas se generan a partir de la influencia y confección de la agenda mediática y sus disímiles representaciones en la sociedad.

El proceso de construcción de la agenda mediática resulta complejo, incluso desde la teoría en constante revisión, por los componentes y niveles que posee, y por la trascendencia social de los contenidos que se generan diariamente. Los medios de comunicación determinan lo noticiable, guían la opinión pública, ofrecen temas sobre los que debatir y pensar, informan o desinforman, al limitar en cierto modo la capacidad del receptor para conocer sobre los hechos informativos excluidos de su agenda. La visión parcializada que tenga la audiencia de su contexto se condiciona, además, por la selección temática, jerarquización, supresión o censura, y posterior publicación de contenidos periodísticos.

La era de internet permite que los medios de comunicación no constituyan el único referente informativo de las audiencias. No obstante, teóricos como McCombs y Shaw (1972), Cervantes (1996), Rodríguez (2004), les otorgan mayor importancia a los medios de comunicación masiva en su influencia sobre la opinión pública y reconocen que lo destacado en la agenda de los medios (agenda mediática), se reproduce por la audiencia (agenda pública).

En este sentido, la *agenda setting* constituye una de las teorías con mayor pertinencia para analizar las características de la agenda mediática. Tras más de 40 años de investigaciones, representa un campo teórico aún en evolución dada la pluralidad de críticas y aportes suscitados.

El precepto enarbolado por esta perspectiva de que “solo parece real lo que se legitima mediáticamente, porque el resto de la realidad no existe” (McCombs, 2006, p.45), deviene imperativo ante la necesidad de otorgar legitimidad a los medios mediante el tratamiento de temáticas cercanas a la realidad y los contextos de los públicos. De ahí la importancia de

establecer las agendas de los medios para responder a las necesidades comunicativas de la audiencia.

Los estudios de emisor en Cuba, centran su análisis fundamentalmente en las rutinas productivas, pero no en la conformación de las agendas. Los medios se estudian hacia el interior de sus distintas dinámicas de trabajo, en el proceso productivo que involucra la realización de distintos géneros periodísticos y otras particularidades; no obstante, en ocasiones obvian analizar la conformación de la agenda mediática como un fenómeno en su conjunto.

En los últimos años, en Cuba se han realizado poco más de 20 investigaciones de pregrado sobre agendas mediáticas en el país. Nueve de ellas aluden a la relación entre la agenda mediática y la agenda pública, y otras siete abordan el posicionamiento de temas en la agenda mediática y los factores que median en esa jerarquización, “como una salida al análisis de la construcción de la agenda mediática y la correlación con fuentes políticas” (Muñiz Zúñiga, Fonseca Valido y Castillo Salina, 2015, p. 11).

Los contenidos y mensajes que reciben los receptores, están signados por las dinámicas productivas, las políticas informativas, los valores noticia, las normas deontológicas institucionalizadas, la individualidad, así como elementos internos y externos de cada empresa periodística. Dominar las particularidades de la conformación de las agendas mediáticas permite a los medios analizarse desde adentro y reestructurar prácticas productivas en función de un mayor reflejo de los intereses de la audiencia en correlación con el acontecer mediático.

Para el periodista Roylán Pardo Cabrera (comunicación personal, 14 de abril de 2017), la temática cultural contiene sesgos comunicativos en cuanto a la programación; “el hecho de confundir cultura con farándula o entretenimiento, propicia opiniones dicotómicas en cuanto a su importancia desde el triunfo revolucionario”.

El tratamiento de los temas culturales en espacios informativos especializados constituyó un reclamo de la vanguardia artística de la Isla en varios congresos de la UNEAC. Los contenidos culturales abordados por los medios nacionales carecían de versatilidad y profundidad para la crítica y la educación de las audiencias.

La televisión nacional desde hace varias décadas estaba carente de un espacio dedicado al análisis desde lo cultural, pues las secciones en los noticieros habituales no cubrían

las necesidades informativas de la audiencia ni los niveles de representación de nuestros escritores y artistas (L. Morlote Rivas, comunicación personal, 10 de abril de 2017).

A consideración de Fabio Fernández, director de programación y contenidos de ICRT, específicamente en la temática cultural hay una baja representación de los acontecimientos nacionales en los espacios televisivos, “aunque existen más de 30 programas con perfil cultural, aún existen vacíos informativos” (comunicación personal, 30 de marzo de 2017).

En la actualidad, el consumo cultural de Cuba está mediado, entre otros factores, por el contenido del paquete semanal¹. La investigadora cubana Ailynn Torres (2010), en su tesis de maestría, alerta que la televisión cubana es subalterna y se inserta en un sistema mundial estratificado de relaciones de producción audiovisual que “tiene sus centros productores transnacionales fundamentalmente en Estados Unidos y la Comunidad Europea, salvo en lo que respecta a la producción de telenovelas, sector en que el monopolio brasileño es indiscutible” (p. 14). De ahí el interés por crear un informativo televisivo para orientar a la teleaudiencia cubana en el ámbito de la cultura. Esta idea se materializa en el 2014 con la llegada a las pantallas cubanas del *Noticiero Cultural*², único noticiero del país especializado en esta temática.

La esencia del *Noticiero Cultural*, en opinión de su guionista, consiste en dotar al público cubano de herramientas y conocimientos para discernir entre el buen arte y lo banal, en función de rescatar y potenciar los valores culturales más auténticos de la identidad cubana (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

Determinar cómo se construye la agenda mediática del *Noticiero Cultural*, por constituir el único noticiero informativo presto a la crítica cultural especializada en televisión, constituye una premisa, por el grado de incidencia de los temas subrayados en su agenda como principal referente cultural. A partir del interés por identificar la acción de los

¹El paquete semanal está formado por un compendio de materiales que abarcan desde géneros televisivos y cinematográficos hasta aplicaciones informáticas. Cuenta, además, con proveedores, distribuidores y consumidores (Concepción Llanes, 2016).

² La presente investigación identifica al *Noticiero Cultural*, cuando se refiere a *Noticiero* con mayúscula y cursiva.

distintos niveles de influencia en la agenda mediática de este espacio, el presente trabajo de diploma se plantea el siguiente **problema de investigación**:

¿Cómo se conforma la agenda mediática del *Noticiero Cultural* durante el primer trimestre de 2017?

Para responder la interrogante, se proponen los siguientes objetivos:

Objetivo General:

Caracterizar la conformación de la agenda mediática del *Noticiero Cultural* durante el primer trimestre de 2017.

Objetivos específicos:

1. Caracterizar el nivel individual de los periodistas en la conformación de la agenda mediática del *Noticiero Cultural* durante el primer trimestre de 2017.
2. Describir el nivel de organización interno en la conformación de la agenda mediática del *Noticiero Cultural* durante el primer trimestre de 2017.
3. Caracterizar el nivel de procedimiento de los medios en la conformación de la agenda mediática del *Noticiero Cultural* durante el primer trimestre de 2017.
4. Determinar la mediación del nivel extramedios en la conformación de la agenda mediática del *Noticiero Cultural* durante el primer trimestre de 2017.
5. Identificar los componentes del nivel ideológico que determinan la conformación de la agenda mediática del *Noticiero Cultural* durante el primer trimestre de 2017.

La necesidad de ganar representatividad y credibilidad en los medios cubanos y responder a las necesidades y demandas de sus públicos, obliga a estudiar el proceso de construcción de la agenda mediática desde una perspectiva que englobe los distintos niveles durante su conformación.

Si bien la *agenda setting* constituye la teoría más consolidada para explicar la influencia de la agenda mediática en la opinión pública, no logra integrar todos los elementos mediadores en la construcción del temario de los medios. Por ello, resulta necesario acudir a la sociología de la producción de mensajes para adecuar el modelo propuesto por Shoemaker y Reese (1994) a los estudios sobre agendas.

Aunque la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (UCLV) cuenta con una multiplicidad de estudios de emisor, la presente investigación representa la primera de su

tipo³ en analizar la conformación de la agenda mediática. Por tanto, resulta preciso sistematizar otras investigaciones que sirven de antecedentes para este estudio.

La tesis de licenciatura *Con el catalejo en su lugar. Estudio del proceso de conformación de la agenda mediática sobre el acontecer nacional del SITVC* de Dayana Rosquete Toledo (2010) representa un nexo en la investigación, pues el *Noticiero Cultural* forma parte del *Sistema Informativo de la Televisión Cubana* (SITVC). Este precedente ayuda a conocer las dinámicas productivas y organizacionales de otro espacio informativo con características similares al objeto de estudio.

Asimismo, la tesis de pregrado, *Dramaturgia informativa desde la realidad cultural. Estudio sobre la construcción dramática del “Noticiero Cultural” del Sistema Informativo de la Televisión Cubana durante enero de 2016* de Ana Alicia García Martínez (2016) constituye un primer acercamiento a las características internas del medio, y a modo de recomendación, propone un análisis posterior del proceso constructivo de noticias del *Noticiero Cultural*. Por tanto, la presente investigación continuaría un ciclo investigativo en pos de lograr nuevas propuestas y resultados valiosos para un espacio informativo con escaso tiempo en la parrilla televisiva.

La investigación resulta viable pues se dispone de material bibliográfico y de consulta pertinente para su realización. Además, el colectivo del *Noticiero Cultural* muestra completa disposición para ser estudiado, lo que ayuda en tiempo y recursos al estudio.

El capítulo 1, *Conformación de la agenda mediática en los noticieros televisivos*, respalda conceptualmente las etapas por las que atraviesa el proceso de conformación de la agenda y los factores que median en dicho proceso. Para el capítulo 2, *Apuntes metodológicos para analizar la conformación de la agenda mediática*, se esboza la metodología utilizada, además de la operacionalización de las categorías analíticas y otras particularidades de la investigación. El capítulo 3, *Coordenadas referenciales del periodismo cultural en Cuba*, aborda las principales características del *Noticiero Cultural* desde su surgimiento hasta la actualidad. Por último, el capítulo 4, *Resultados investigativos en el “Noticiero Cultural”*,

³ La tesis de pregrado *¿Qué dice Cuba? Un estudio sobre la construcción simbólica de la opinión pública en Cuba Dice*, de Ailén Martínez Morgado y Leyané Dueñas Carmona (2015), aborda la teoría de la *agenda setting* desde el enfoque teórico, pero se centra en la opinión pública y no en la conformación de la agenda mediática.

esclarece cada uno de los elementos que median en la conformación de la agenda mediática del *Noticiero Cultural* y se declara al Ministerio de Cultura como la influencia más evidente en la producción de contenidos, pues posee toda una estructura para decantar las prioridades informativas a periodistas y corresponsales. Además, respalda las prácticas productivas del espacio con recursos técnicos y organizacionales, lo que establece dependencias más allá de lo informativo. Para completar el ciclo investigativo, el estudio integra conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

CAPÍTULO 1: CONFORMACIÓN DE LA AGENDA MEDIÁTICA EN LOS NOTICIEROS TELEVISIVOS

1.1 De la sociología de la producción de noticias a los niveles de influencia en la conformación de la agenda mediática

El interés por estudiar a los medios de comunicación al interior de sus lógicas productivas y contenidos, sirve de base a una nueva perspectiva, conocida en Estados Unidos como *Media Sociology* e incorporada a las investigaciones hispano-americanas como “sociología de la producción de mensajes” (Lozano Rendón, 1996, p 58).

La sociología de la producción de mensajes o sociología de las noticias encuentra su génesis en las investigaciones de los estadounidenses Robert E. Park (1940) y Walter Lippmann (1922). Sus ideas incipientes sobre la noticia como reconstrucción de la realidad devienen línea matriz para los estudios actuales sobre la producción informativa.

Los teóricos Berger y Luckman (2003), con su libro *La construcción social de la realidad*, y otros estudiosos más contemporáneos como Jesús Martín Barbero (1991), Miguel Rodrigo Alsina (1993) y María Elena Hernández (1995), convergen en el postulado de que los *mass media* construyen la realidad social. Por ello, constituye una preocupación (para las investigaciones inmersas en este campo de estudio) analizar el interior de las empresas periodísticas.

No obstante, Alsina (1993) en su texto *La construcción de la noticia*, considera una falacia que los medios de comunicación construyan la realidad sin tomar en cuenta la interacción con la audiencia. Incluso Hernández (1997) asegura que los mensajes de las empresas periodísticas “no son resultado de voluntades individuales, sino de procesos sociales” (p. 217), entendidos como “las rutinas de producción, los procesos de recolección de la información, los procesos de selección y edición de las noticias, y la relación fuentes reportero” (p. 223).

La tendencia a analizar los procesos productivos de los medios de prensa y sus periodistas, consolidó el desarrollo de una nueva área de estudio vinculada a la sociología de la producción de mensajes. Los teóricos estadounidenses Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972) proponen una de las teorías más representativas de este campo investigativo, aunque

se halle en constante perfeccionamiento y tenga aun limitaciones teóricas: la *agenda setting*⁴ o “establecimiento de la agenda”.

A partir de los criterios de McCombs y Shaw (1972) y Cecilia Cervantes (2001), la presente investigación entiende por agenda mediática la parte de la realidad resaltada por un medio de prensa que genera el índice de contenidos del medio durante un período de tiempo. Desde la teoría de la *agenda setting*, se identifican otros dos componentes vinculados a la agenda mediática: la agenda pública⁵ y la agenda política⁶.

La síntesis de esta primera propuesta teórica de McCombs y Shaw (1972) propone una explicación sobre cómo se conforma la opinión pública o por qué unas informaciones captan más la atención del público que otras. Sin embargo, los enfoques posteriores sobrepasan esta primera significación del papel de la agenda.

A modo de perfeccionamiento, McCombs (1992) enumera las cuatro etapas transitadas por la teoría desde su formación y las compara metafóricamente con las capas de una cebolla. Como superación de la propuesta inicial (primera capa), la *agenda setting* concibe orientar al público respecto a la realidad social (segunda capa), en dependencia de las características personales de la audiencia. Posteriormente, a raíz de un cambio en su dimensión, los *issues*⁷ o temas pasan a ser secundarios y las imágenes construidas sobre dichos temas, destacan en orden de importancia (tercera capa).

La cuarta capa de esta cebolla, propone reformular la pregunta original hecha por los investigadores. En lugar de cuestionarse “quién establece la agenda pública”, la interrogante plantea “quién establece la agenda noticiosa” (McCombs, 1992, p. 816).

Teóricos como Gene Burd (como se citó en Rodríguez, 2004) consideran que lo peor de la teoría resulta el empeño de los investigadores por exagerar el poder de los medios de

⁴ El término agenda se usa en un sentido metafórico para expresar cómo las agendas o temas considerados relevantes por los medios pasan a ser subrayados también en las agendas públicas.

⁵ La agenda pública, a decir de Dearing y Rogers (como se citó en Rodríguez, 2004), constituye “el grado o jerarquía de importancia que da el público a determinados aspectos noticiosos durante un periodo de tiempo” (p. 20).

⁶ La agenda política incluye la influencia de las fuentes externas, principalmente políticas, en el proceso de construcción de la noticia (McCombs y Shaw, 1972).

⁷ Las investigaciones realizadas sobre *agenda setting* contienen un número considerable de anglicismos en su teoría debido a la escasa traducción de términos importantes al español. Los *issues* constituyen temas incluidos en los distintos tipos de agendas, particularmente en la agenda de los medios. Raquel Rodríguez (2004) los define como “temas que forman parte de la agenda, (...) los acontecimientos «de siempre» que más preocupan a la sociedad, tales como la política, sanidad o economía” (p. 30).

comunicación; no obstante, este modelo elaborado por McCombs (1992) resulta incompleto para analizar quién establece realmente la agenda noticiosa, pues excluye dos elementos fundamentales que introducen otros modelos: la ideología y la organización interna. La propuesta de Pamela Shoemaker y Stephen Reese (1994) constituye un modelo integrador para analizar el proceso de establecimiento de la agenda, al tomar en cuenta estos dos factores, además de otros niveles de influencia en la construcción de mensajes.

A decir de Cervantes (2001), el componente ideológico y la organización interna representan los elementos más influyentes en las investigaciones europeas de este campo teórico; por lo que, al excluirlos se descartan elementos definitorios del proceso de producción al interior de las empresas periodísticas, así como los valores y normas deontológicas de sus profesionales.

El presente estudio se adscribe a los cinco niveles esbozados por Shoemaker y Reese (1994), para investigar la conformación de la agenda de los medios⁸. A partir de la definición de agenda mediática y los postulados teóricos expuestos anteriormente, la conformación de la agenda mediática se entiende como un proceso complejo y multidireccional de la producción periodística que está mediado por el nivel individual de los periodistas, la organización interna del medio de prensa, sus procedimientos en la dinámica productiva, los elementos extramediáticos y la macroestructura ideológica que transversaliza todo el proceso. Cada uno de estos niveles aporta características propias al proceso de construcción de mensajes.

El estudio de estos factores como partícipes de los procesos periodísticos no puede hacerse de forma segmentada. El teórico Manuel Martín Serrano (1993), en su libro *La producción social de comunicación*, declara la pertinencia de un enfoque basado en un modelo integrador de todos estos elementos: la teoría de la mediación⁹.

Para dar sustento a dicha teoría, el investigador reconoce dos tipos de mediaciones presentes en los productos comunicativos: la estructural y la cognitiva. La dimensión estructural, a decir de Edda Diz e Hilda Saladrigas (2011), se evidencia en la “utilización de materias

⁸ En el anexo 1, se registra la representación gráfica de los cinco niveles de influencia propuestos por Shoemaker y Reese (1994), desde la micro hasta la macroestructura.

⁹ La presente investigación se adscribe al concepto de mediación dado por Nora Gámez (2007) entendida como “proceso estructurante que resulta de la interrelación de los actores, agentes, procesos y prácticas comunicativas con distintas instancias (estructuras) y procesos sociales (...), dicho encuentro pone en juego constricciones y habilitaciones que condicionan, configuran y otorgan sentido a la comunicación” (pp. 208-209).

primas, un equipamiento, una organización institucional, especialistas competentes y un soporte material para su difusión” (p. 43); mientras que el área cognitiva se manifiesta en la propia función de los *mass media*, los cuales ofrecen información “como relato escrito, verbal, o en imágenes” (p. 43).

Aunque los estudios de Martín Serrano (1993) determinaron una consolidación de la teoría de las mediaciones, Jesús Martín Barbero (1987) ofrece otros significados a este modelo, al proponer una transferencia de importancia (de los medios a las mediaciones y de la comunicación a la cultura). No obstante, el teórico español deja vagamente definido su concepto de mediaciones, solo lo referencia como el sitio de donde “proviene las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión” (p. 233).

El investigador Enrique Sánchez (1991) identifica mediaciones políticas, económicas, culturales, burocráticas; no obstante, Shoemaker y Reese (1994) logran una explicación más abarcadora para analizar cuáles son los elementos que median en la conformación de la agenda mediática.

En el nivel individual se reconocen aspectos relativos a los valores, experiencias personales, motivaciones y otros componentes afines al subconsciente del sujeto emisor. Para los procedimientos productivos, el modelo toma en cuenta particularidades de la dinámica periodística como los valores noticiosos, la recogida y selección informativa, así como la estandarización de esas prácticas.

El nivel de organización interna comprende las políticas informativas, estructuras de mando, la relación entre periodistas y trabajadores de la técnica, mecanismos de control, y el extramedios incluye el vínculo con las fuentes, las instituciones y el público, el aspecto económico, la competencia con otros medios. Como nivel superior, el ideológico se relaciona con el poder, la hegemonía y las propias ideologías (Shoemaker y Reese, 1994).

No obstante, cabe señalar una limitación de esta teoría, pues reconocen la influencia de las concepciones éticas y las prácticas profesionales en los contenidos y niegan el influjo de los valores y creencias periodísticas. Obviar la distorsión a la que se someten los contenidos por las influencias individuales, representa dar un paso atrás en la teoría y defender los postulados burgueses que propugnan un modelo de periodista imparcial e independiente.

Más allá de la objetividad periodística, el modelo de influencias constituye un referente para analizar la interrelación de los niveles individuales, de organización interna, el procedimiento de los medios, externos e ideológicos en la conformación de la agenda mediática. Particularmente el nivel individual, contiene elementos teóricos suficientes para reconocer la influencia de los valores, motivaciones, actitudes en los mensajes de los medios.

1.1.1 El nivel individual en la producción de mensajes

El primer nivel dentro del modelo propuesto por Shoemaker y Reese (1994) centra su génesis en una propuesta anterior realizada por Hirsh (1980), quien incluía en este nivel a las creencias, actitudes, valores y formación de los periodistas.

La continuidad de este postulado suma otros elementos presentes en el proceso de producción noticiosa como la educación de los periodistas, la orientación profesional, la ética periodística, los hábitos. Como consecuencia, el nivel individual se compone de experiencias personales y profesionales de los comunicadores, actitudes, valores, motivaciones, ética y prácticas profesionales (Shoemaker y Reese, 1994).

Para la autora Marta Rizo (s/f), estudiar cada uno de estos componentes resulta vital en la comunicación pues “el individuo es capaz de una experiencia singular, única, que su historia vivida traduce, y está sometido al mismo tiempo a las fuerzas de la nivelación y la homogeneización de los comportamientos” (p. 4).

Desde la psicología social y la sociología, el interaccionismo simbólico otorga sustento teórico a dicho modelo al analizar las diversidades o diferencias individuales y su incidencia en la producción y consumo de los mensajes. Cada sujeto de la comunicación incorpora desde sus experiencias y sus valores, los elementos necesarios para entablar interacciones en la sociedad. En dependencia de sus prácticas ejerce influencias en los demás individuos y establece una posición en la “escala de prestigio” (Goffman, 1959).

Desde las relaciones sociales, este modo de actuar se identifica como ritual, pues mediante interacciones como el desafío, el ofrecimiento, la aceptación y el agradecimiento, quedan expresadas las reglas de etiqueta social y los atributos de las personas, tales como el orgullo, el honor, la dignidad y, en general, la posición social.

El periodista, vinculado a la tecnología, redefine su rol de comunicador social en correspondencia con sus valores, motivaciones y aptitudes. Según Grossi (como se citó en

Ricardo Luis, 2006), de este modo se legitima su rol social al interior de las redacciones periodísticas para construir la realidad social en cuanto realidad pública y socialmente relevante.

Autores como Galindo (2008) identifican otros modos de interacción social basados en las relaciones humanas que inciden en el proceso comunicativo como la atracción, el amor y el vínculo. “En cada tipo de relación interpersonal se dan diferentes grados de influencia social o poder, y la relación puede tener como telón de fondo situaciones diversas: desde aquellas en las que las personas no se conocen hasta aquellas basadas en un vínculo previamente establecido” (p. 306).

Desde el contexto de los medios de comunicación, estas interacciones humanas se pueden tornar dependencias en el proceso de producción de mensajes. Cuando se le da cabida a los sentimientos y otras cuestiones de índole personal queda en tela de juicio la objetividad como factor clave de la profesión periodística. Según Berger y Luckman (2003), la influencia social tiene un papel determinante como argumento para ejercer el poder. De ahí que en la psicología de los grupos se establezca cuatro áreas de interés para medir el poder: estructura, comunicación, liderazgo y cohesión.

La estructura se refiere a la forma de organización del grupo y la toma de decisión en cuanto a las normas del comportamiento de sus miembros. Por su parte, la comunicación al interior se trabaja en cuanto a redes de relaciones de cada uno de los integrantes. Mediante el liderazgo se identifican reglas que rigen la toma de decisiones y poder de influencia del líder del grupo en sus demás miembros y la cohesión refiere el sentido de grupalidad, a todas las fuerzas que posibilitan a los individuos permanecer en el grupo (Galindo, 2008).

En las empresas periodísticas la presencia de un líder en los procesos productivos constituye una premisa para establecer jerarquías informativas, aglutinar a cada uno de los profesionales y lograr un ambiente armónico al interior de las redacciones. De igual forma, como afirma Julio García Luis (2004), las normas de comportamiento de los grupos de trabajo (en cuanto a actitudes y conductas) contribuyen a mejorar los procesos de emisión y recepción de la comunicación.

Además de lo que pueda lograr un líder al interior del medio de prensa, existen otros factores incidentes en los procesos de la comunicación interpersonal como la percepción, la motivación y la persuasión. Un profesional motivado con su salario, sus condiciones de

trabajo, conforme con su función social, tiene mayor rendimiento productivo y se integra a la mayoría de los procesos gestados al interior de su grupo.

La noción de grupo aquí planteada presenta en todo momento la tensión entre lo minoritario y lo mayoritario. Es decir, un grupo se construye con respecto a otros grupos, y con base a juicios de valor hacia sí mismo y hacia los otros, con lo cual se producen los efectos de identificación y diferenciación (Galindo, 2008, p. 307).

Respecto a las instituciones mediáticas, este elemento se relaciona estrechamente con el nivel extramediático. Los elementos externos a la empresa periodística constituyen un referente cercano, tanto para captar aspectos positivos como para no repetirse en cuanto a mensajes. Lograr esta diferenciación en cualquier proceso comunicativo requiere competencias cognitivas por parte de los participantes.

Alsina (1993) señala que la profesionalidad periodística “se caracteriza sobre todo por el rol social de competencia comunicativa que se les atribuye a los periodistas en la producción de imágenes de realidad colectiva” (p. 149). De ahí la necesidad de dominar ciertas pautas en el ejercicio reporteril y poner en práctica normas, hábitos y actitudes.

Pese a que los medios de comunicación se reconozcan como instituciones sociales mediadoras con la misión de establecer una afectación entre lo que cambia en el entorno y lo que se transforma en la conciencia social (Serrano, 2008), los periodistas deben asirse a los principios de la objetividad para construir noticias y escapar de cuestionamientos personales o vínculos de dependencia establecidos.

Desarrollar habilidades para recolectar y seleccionar noticias tributa al dominio de las competencias profesionales. Estas ayudan a realizar productos comunicativos a partir de valores y convenciones, así como “aptitudes y creatividad, (...) preparación profesional y el rigor técnico que se les exija” (Barreda, Segura y Nápoles, 1991, p. 19).

Los juicios personales, las experiencias, y los modos distintos de decodificar un mensaje conducen a interpretaciones distintas de la realidad objetiva, por lo que constituye una premisa elevar el nivel profesional de los periodistas para armarlos contra los estereotipos en la construcción noticiosa.

1.1.2 El nivel de organización al interior de los medios

Los medios de comunicación, al interior de sus organizaciones, articulan estrategias para ajustar el flujo informativo y el quehacer de los periodistas. Desde el inicio hasta el final del proceso productivo establecen instancias administrativas y organizacionales para lograr una estabilidad en el sistema.

Para Pérez (como se citó en Villegas, Vargas, Paz, Hernández y Ramos, 2014), la organización es un sistema virtual construido de sentidos en el que los miembros de la entidad se relacionan consistentemente no con la organización real, viva, sino con el constructor virtual que está mediado por estructuras de lenguaje, además de otras mediaciones históricas y culturales.

El estudio de Shoemaker y Reese (1994) dedica un apartado a la organización de los medios en el procesamiento de la información. Estos investigadores plantean que al igual que las personas, las organizaciones desarrollan modelos, hábitos y formas de hacer las cosas. De ahí la importancia de que los medios encuentren maneras de recolección y evaluación de su materia prima.

Por la importancia que reviste instaurar ritmos y modos de trabajo en el tratamiento de la realidad periodística, la presente investigación se suma a la perspectiva teórica de Shoemaker y Reese (1994) y entiende al nivel de organización interna como la estructura organizativa y administrativa gestada al interior de las empresas periodísticas para regular los recursos técnicos, humanos y el flujo productivo del medio¹⁰.

Uno de los instrumentos de las empresas periodísticas para obtener una estructuración se conoce como manual de estilo. Gaye Tuchman (1983) señala que este ayuda a conformar las rutinas profesionales y de organización pues representa “una convención y una guía para la escritura de noticias que fija la identidad del medio y que, dado su carácter de norma básica, tiene un claro componente de obligatoriedad” (p. 163).

¹⁰ La investigación asume semejanzas entre definiciones de distintos niveles del modelo de agenda mediática y las conceptualizaciones de rutinas productivas, teniendo en cuenta que tanto “rutinas productivas” como “procedimientos de los medios” se refieren a procesos de construcción dentro de los medios de comunicación, con prácticas que se rutinizan y donde influyen factores de diversa índole.

Otro elemento estructurador dentro del entramado de mediaciones al interior de los procesos productivos lo constituye la política editorial de los medios de prensa. Ricardo Luis (2006) reconoce a este rasgo como un:

cuerpo normativo de obligado referente para la labor periodística en que se plasman los puntos de vistas institucionales respecto al entorno, doctrina, creencia e intereses políticos, económicos y sociales que dice representar y de lo cual se infiere, obviamente, la influencia que ejercen los procesos de la regulación externa (párr. 31).

Respecto a la validez de la política editorial, el profesor cubano García Luis (2004) declara que formalmente no resulta necesaria la existencia de un documento, modelo, o acontecimiento como punto de referencia para fijar la política informativa, pues este debe ser resultado de la práctica y las estrategias rutinarias. “Existe una estrategia informativa planteada en grandes líneas, pero la experiencia y creatividad profesional de periodistas y directivos en decisiones unilaterales o conjuntas, indican cómo debe ser el seguimiento de cualquiera de estos tópicos” (p. 32).

La inserción de un documento regulador con estas características, remarca las disfunciones reconocidas por el propio García Luis (2004), discursos plagados de repeticiones, monotonía, similitudes de lenguaje, y asociados por la audiencia a políticas oficiales sobre hechos trascendentes. De ahí la necesidad de que “la integración de individuos a un cierto tipo de *habitus* no se realice a partir de la imposición de normas, sino espontáneamente y sin orden aparente” (Cervantes, 1995, p. 106).

Más allá de los aspectos organizativos, las condiciones de trabajo alcanzadas en los medios resultan determinantes en el proceso productivo. De este contexto deriva la importancia de medir la estructura íntegra de las redacciones más allá de sus salas. Regular la distribución del personal disponible, los recursos técnicos y logísticos, tributa a un engranaje mayor: el proceso productivo de noticias.

Si bien las rutinas son el ambiente más inmediato dentro del cual funciona el periodista, el nivel organizacional considera las necesidades que dan lugar a esas rutinas y la manera en que los individuos se ven obligados a relacionarse con otros en el seno de una estructura formal más extensa (Reese, 1999, p. 61).

Los factores estructurales y organizativos dependen de las características de los medios de prensa y sus flujos productivos. Los noticiarios de televisión, según Shoemaker y Reese

(1994), tienen menor personal y, por ello, están sometidos a una presión mayor para conseguir noticias diarias.

Por su parte, Ivor Yorke (como se citó en *Sexto Ciclo Periodismo*, 2013) reconoce la división en dos grupos de la organización del trabajo en un noticiero. En un primer grupo incluye reporteros y corresponsales, camarógrafos, técnicos y todo el personal que interviene en la obtención de noticias. Los miembros de la segunda sección intervienen en selección y procesamiento de noticias, así como de la presentación final. Estos ocupan los cargos de editores, productores, diseñadores gráficos y demás personal técnico.

La relación de los periodistas con sus superiores constituye igualmente un punto importante en la dinámica productiva, pues en dependencia del clima al interior de la organización se desarrolla el proceso de construcción noticiosa. Para Estrada Portales (1996), la comunicación entre periodistas y sus superiores “aunque en apariencias fluye normalmente, en el fondo está plagada de tensiones” (p. 14). Esto deriva en la necesidad de establecer “mecanismos que incitan a la agilidad informativa, la calidad técnica y profesional a través de formas de pago, estímulos morales y materiales, relaciones entre periodistas, y entre estos y sus jefes” (Barreda et al., 1991, p. 18).

Otra estructuración necesaria en las redacciones periodísticas para agilizar la producción y garantizar la variedad de contenidos en los productos comunicativos, resulta la designación de reporteros en función de los acontecimientos o la temática. Incluso fijan corresponsales en dependencia del área geográfica, pues a decir de Tuchman (1983) dicha “red informativa impone un orden al mundo social porque hace posible que los acontecimientos informativos ocurran en algunas zonas pero no en otras” (p. 39).

Además de los elementos ya analizados, las dinámicas productivas al interior de la organización se imbrican hasta conformar toda una maquinaria en el proceso de construcción de mensajes.

1.1.3 El nivel de procedimiento de los medios: rutinización de las prácticas periodísticas.

Según los postulados esgrimidos por la sociología de la producción de mensajes, para analizar el contenido de estos en la concepción periodística del mundo, resulta preciso analizar la mediación de los procesos productivos en la construcción de las noticias.

Cervantes (1995) plantea que los periodistas realizan sus actividades de acuerdo con un método común, con una práctica que se sustenta en la rutinización de la cobertura.

Par Ricardo Luis (2006), las rutinas productivas representan un conjunto de acciones y normas que parten de la dinámica productivo-editorial-tecnológica de los medios de comunicación y de las distintas mediaciones en cada una de sus fases. En este sentido, la presente investigación asume como procedimientos de los medios a las “prácticas y formas repetidas, modeladas y hechas rutina, que los trabajadores de los medios utilizan para realizar su actividad” (Shoemaker y Reese, 1994, p. 102).

En el proceso productivo, la teoría identifica fases o etapas para estudiar las rutinas profesionales. El criterio más generalizado sobre las etapas de la producción noticiosa lo sistematiza Mauro Wolf (1997), al declarar la recogida, la selección y la presentación de la información¹¹.

La recogida de información constituye el primer elemento a tomar en cuenta para que un acontecimiento se convierta en noticia. Según los teóricos Tuchman (1983) y Alsina (1993), al determinar qué acontecimiento se incluye en la agenda del medio interviene una negociación, una especie de burocracia compleja diseñada para controlar la red de noticias. Por su parte, Stella Martini (2000) sustituye esos procesos negociadores en el periodismo por una triangulación que incluye al medio, al público y a las fuentes facilitadoras del acontecimiento.

El uso de fuentes estables¹², entendidas por la investigadora cubana Livia Reyes (2006) como “todo objeto o sujeto que genere, contenga, suministre o transfiera información” (p. 8), constituye un elemento distintivo en esta fase, pues los periodistas necesitan de ellas para dar credibilidad al hecho noticioso. El presente estudio se ajusta a la clasificación de Reyes

¹¹ Este estudio solo toma en cuenta las fases de recogida y selección del material noticiable para analizar la conformación de la agenda mediática. Se obvia la fase de presentación pues desde las etapas anteriores se conforma el guion del *Noticiero* y quedan plasmados todos los acontecimientos a transmitir. El hecho de ser un programa grabado evita que se introduzcan noticias de último minuto.

¹² La autora cubana, secciona las fuentes documentales en primarias y secundarias, y las cataloga como aquellas que contienen información textual tanto en soporte impreso, audiovisual o digital. En cambio, las no documentales reciben la categoría de personales e institucionales. Las fuentes documentales, específicamente las imágenes, tienen un alto peso en el proceso productivo de los noticieros de televisión pues son capaces de ofrecer un mensaje fiel, perfectamente estructurado y comprensible para la audiencia.

(2006) y reconoce a las fuentes institucionales¹³ como un elemento de peso en la conformación de mensajes por establecer un mayor vínculo con la prensa.

En el caso específico de la televisión, los hechos seleccionados tienen una planificación anticipada debido a la pluralidad de recursos técnicos y humanos requeridos. Esta previsión de los acontecimientos deviene elemento esencial en el proceso de construcción de la noticia pues la vorágine televisiva admite mejor los acontecimientos planificados de antemano que los imprevistos. Al determinar con anterioridad los sucesos que iniciarán el ciclo de producción informativa, se evitan sesgos en los contenidos del medio. Estos elementos propician la construcción del dietario, el cual está conformado por:

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

Respecto al establecimiento del dietario, Ricardo Luis (2006) señala la capacidad de esta planificación para limitar las acciones de otros seleccionando los temas de su interés de forma favorable a sus intereses. Por ello, lo considera “un ejercicio de selección y jerarquización entre diferentes cuestiones que distintos grupos pretenden promover como temas políticos y noticiosos” (párr. 44).

Para medir los tipos de selección, el investigador español Alsina (1993) asume en sus postulados tres grados de clasificación. En primer lugar, identifica el derecho de entrada de un acontecimiento al circuito informativo, el segundo depende de la jerarquización respecto a orden de importancia que porta el acontecimiento y por último la tematización, que consiste en la organización de la información en grupos temáticos, después de seleccionada dos veces.

El presente estudio toma como criterio más acabado de selección informativa el dado por Jorge Legaña (2007) en su tesis de licenciatura, al definirla como:

Los actos de distinción, opinión o preferencia que se establecen sobre el material informativo durante el proceso de producción. Se inicia con la asimilación consciente

¹³ La relación de los periodistas con las fuentes se analiza a profundidad en el epígrafe referente a los factores externos al medio.

por parte de la organización informativa de determinados acontecimientos con carácter noticioso para convertirlos en noticia (p. 32).

Específicamente en el medio televisivo, la selección sobrepasa los límites de las redacciones informativas. Desde que un tema resulta seleccionado en el dietario y se incluye o no en la emisión del noticiero, entran en vigor los criterios de noticiabilidad y tradiciones profesionales asumidas por el medio.

El grado de noticiabilidad de un acontecimiento toma en cuenta los valores noticia estandarizados por la empresa periodística, pues lo “noticiable” no está en los acontecimientos, sino “en el sentido que los periodistas le otorgan a los acontecimientos a partir de una serie compleja de negociaciones y consensos que tienen que ver directamente con la institucionalización de las prácticas periodísticas” (De León, 2003, p. 77).

Cervantes (1995) reconoce cuatro valores determinantes con los que coincide De León (2003). Estos aspectos son la dimensión, pues a mayor alcance de hecho, aumenta la probabilidad de convertirlo en noticia; la claridad, para evitar el surgimiento de ambigüedad en las informaciones; la temporalidad y el espacio, pues los hechos con cierta proximidad cultural son mejor identificados por el receptor.

La noticia televisiva está presionada por los efectos de la inmediatez, y de la transmisión en directo. Para Salas, Cordero y Márquez (2014) la noticia en televisión es también el presente de lo que está sucediendo. En consecuencia, la temporalidad es acelerada producto a la lógica del sistema, pues lo que es nuevo un día lo deja de ser al siguiente.

La presente investigación se suma a las perspectivas teóricas de Iraida Calzadilla (2005) y Stella Martini (2000) y se enfoca en aspectos de mayor notoriedad como: veracidad, actualidad e interés colectivo, novedad, originalidad, imprevisibilidad e ineditismo, evolución futura de los acontecimientos, importancia y gravedad, proximidad geográfica del hecho a la sociedad, magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados, y jerarquía de personajes implicados.

En todo programa televisivo, la relevancia de la noticia también está supeditada al lugar que ocupa dentro del guion. Además, los niveles de expectativa creados desde los titulares informativos y los adelantos, ofrecen marcas para jerarquizar los acontecimientos en orden de importancia.

(...) su función es llamar la atención y en televisión, además, crear niveles de expectativa lo suficientemente altos para que el receptor sienta la necesidad de ver la emisión noticiosa completa, hasta tanto no se le despejen las incógnitas que se le abrieron. El trabajo puede tener mucha importancia para el emisor y no para el receptor. La simple anunciación del contenido, conspira contra la necesidad de que sea visto y comprendido por el receptor (Flores, 2005, p. 29).

Según el *Manual del Sexto Ciclo de Periodismo* (2013) “la noticia de mayor trascendencia es la que se muestra primero y la que requiere mayor desarrollo, pero (...) generalmente son presentadas en forma breve, concisa y van directamente al asunto” (p. 2). Este aspecto es fundamental, pues a decir de Flores (2005), muchas veces emiten informaciones para cumplir con las políticas editoriales, aunque no sean de interés al receptor, lo que produce que bajen los niveles de expectativas y se corre el riesgo de que el receptor se desconecte del resto del noticiero.

Los criterios de jerarquización se hacen vigentes en la estructuración del guion del noticiero, compuesto a su vez por dos elementos diferenciados: la imagen y el sonido. Sin embargo, en el caso específico de los noticieros televisivos, la escaleta resulta un tipo de guion más funcional. En ella aparecen todos los pasos a seguir, pero se excluyen los textos literales de la presentación (Obach, 2001).

Al ubicar las noticias en la emisión televisiva, se toman en cuenta elementos como el orden, el tiempo en pantalla y a la vez su relación con las demás informaciones dentro de la dramaturgia televisiva. Para la ecuatoriana Gabriela Brito (2010), el guion debe ser distinto en cada emisión y a la vez guardar una estructura similar. A esto se suma la necesidad de cuidar la variedad temática y el balance de emociones.

En síntesis, la selección y jerarquización de la información constituye un elemento invaluable para las rutinas productivas. Respecto a las peculiaridades de los noticieros televisivos, estos criterios de selección se ven mediados por actores de la propia dinámica productiva pero también por elementos externos. En su conjunto, representan una influencia directa para la conformación de la agenda de un medio de prensa.

1.1.4 Factores externos al medio, el nivel extramediático

En el contexto de la producción informativa median instituciones, fuentes, presiones políticas, creencias e incluso otras empresas periodísticas. Como consecuencia, el proceso de construcción de la realidad resulta influenciado por el entramado social.

Estas mediaciones que influyen en las prioridades de la agenda mediática son precisadas como regulaciones externas o factores externos. Alonso y Saladrigas (2006) los identifican como “entidades, instancias, organismos o personas pertenecientes a diversas esferas de la vida social, política, económica e ideológica, las cuales pueden llegar a tener una incidencia notable durante el proceso productivo” (p. 130).

El profesor Ricardo Luis (2006) define a las entidades, organizaciones y directivos como aquellas influencias, controles o presiones que reciben los medios de comunicación por parte de agentes ajenos a su estructura organizativa.

El afán de los agentes externos a los medios por participar en los procesos de elaboración del mensaje pasa por la necesidad de mantener la observación sobre los contenidos en función de garantizar la presencia de intereses que atañen a percepciones ideológicas dominantes, estrategias políticas, económicas, fundamentalmente (Ricardo Luis, 2006, párr. 30).

Para García Luis (2004), “los sistemas de medios forman parte del sistema político de la sociedad y contribuyen en modo directo a su legitimación” (p. 46). Esto determina que las dinámicas productivas de los medios de comunicación se establezcan a partir de presupuestos externos al medio.

Sin embargo, se debe evitar el control excesivo pues en ocasiones, a decir del propio García Luis (2004), se evidencia un intercambio de roles entre periodistas y fuentes. “Los contenidos más importantes son elaborados fuera del medio, con técnicas no periodísticas. Ese es el caso de las notas oficiales” (p. 85). La relación medios-fuentes institucionales establece una fina línea en cuanto a los roles de cada quien como actores del proceso comunicativo. Quien facilita la información transmite su ideología política dominante e incluso puede tomar el papel de censor en la construcción del mensaje.

El reportero asignado a una fuente desarrolla un grupo alternativo de referencia con el que empieza a identificarse, al menos en parte. Aun el reportero que conscientemente se resiste a los compromisos que debe desarrollar en el curso de dicha interacción social

continuada, es forzado a realizar alguna negociación implícita al menos con algunos de sus informantes más importantes (Roshco, 1975; como se citó en Cervantes, 1995, p. 111).

Además de ese vínculo meramente informativo entre reporteros y fuentes, se establecen otras dependencias y mediaciones. Para Fishman (1983) y Gaye Tuchman (1983), el organizar las coberturas con apoyo en boletines, conferencias de prensa, reuniones de *background*, conlleva a que el reportero reproduzca esquemas a partir de las interpretaciones de los acontecimientos del informante.

En este sentido, Fontcuberta (1993) reconoce el acomodamiento de los periodistas respecto a su relación con las fuentes institucionales. Las declaraciones no requieren de contraste con otras fuentes pues los informantes presumen de alta credibilidad y el periodista tampoco va en busca de la información, sino que los gabinetes de comunicación se la suministran.

En los gabinetes de comunicación, Txema Ramírez (s/f) advierte un intercambio de roles, pues estos desempeñan habitualmente el papel que corresponde al emisor dentro del proceso comunicativo. Para el investigador vasco, la selección de la noticia ya no es un mecanismo exclusivo únicamente de las organizaciones informativas pues las fuentes tienen la capacidad de condicionar dicho proceso.

Los gabinetes de comunicación se han convertido además, en algo habitual en las tertulias periodísticas. A diario llegan a los medios de comunicación decenas de comunicados, informes y convocatorias de ruedas de prensa. Muchas de estas notas llegan incluso sin previo aviso (Ramírez, s/f, p. 1).

Esta compenetración con las fuentes puede resultar adversa, a decir de Alonso y Saladrigas (2006). Las autoras declaran poca representación de las fuentes no institucionales, un número limitado de fuentes y siempre del mismo tipo, así como la imposibilidad de interpretaciones diversas. Como consecuencia, se simplifica el trabajo de los periodistas y el espectro de informaciones se reduce.

Este contexto, en estrecho vínculo con los gabinetes de comunicación, constituye un peligro en cuanto a la relación de los periodistas con sus fuentes. Lo anterior no significa que los factores externos medien solo en los actores comunicativos, Manuel Martín Serrano (2008) reconoce otros componentes que se ven afectados como los instrumentos de la comunicación (apropiación de medios por personas o entidades públicas, estatales o privadas), las

expresiones de la comunicación (silenciamiento y censura), y en las representaciones de la comunicación (deformación ideológica de la realidad, manipulación y falseamiento).

El poder de dar forma a los contenidos no procede únicamente de los medios, sino que está compartido por una serie de instituciones de la sociedad, es decir, el gobierno, los anunciantes, las relaciones públicas, las fuentes de información, los grupos de presión, e incluso otras organizaciones mediáticas (Reese, 1999, p. 62).

En tal sentido, Shoemaker y Reese (1994) establecen criterios valiosos sobre la incidencia de la tecnología y la competencia entre medios. Estos teóricos aseveran que cada organización informativa actúa como una fuente para los demás. “Los periodistas leen, miran y escuchan las noticias de su propia organización y de la competencia, y cuando una nota se divulga primero en un medio, puede ser obtenida rápidamente por los demás” (p. 194).

El contexto anterior genera un clima de competencia entre los medios. Aquí interviene la labor de los editores con el fin de crear propuestas diferentes a las de la competencia y de este modo aumentar la diversidad de informaciones disponible para la audiencia (Shoemaker y Reese, 1994).

A decir de Reese (1999), los medios funcionan relacionados estructuralmente con otras instituciones encargadas de influir en el contenido de los medios. Esas relaciones pueden ser coercitivas, pero mayormente de común acuerdo. La mayor preocupación de este contexto radica en la autonomía de la prensa, pues los medios deben evitar dependencias de otras instituciones sociales.

Asimismo, la tecnología también constituye un factor mediador. El contenido de los medios puede verse afectado por la adquisición de avances tecnológicos en la agilización de las prácticas periodísticas, así como la relación de los emisores de noticias con sus públicos.

La manera en que el sistema social establece normas de ordenamiento que regulan a los sujetos involucrados en la comunicación resulta estricta. Para Ricardo Luis (2006), los actos de control, que a la vez resultan relaciones de intercambio, pasan por tres tipos de regulaciones: la interna, la externa y la autorregulación.

Con el fin de lograr un correcto engranaje en las empresas periodísticas, García Luis (2004) señala la pertinencia de correlacionar la regulación con la autorregulación, esta última con mayores posibilidades para lograr calidad y eficacia en los mensajes. A su vez, estas deben distinguirse de la censura y la autocensura.

Si la censura cabalga sobre el poder coercitivo de limitar o cercenar las acciones socialmente legitimadas del ejercicio periodístico, la autocensura hunde sus raíces en la censura continua; es decir, cuando los periodistas van descubriendo los derroteros por los cuales su trabajo profesional se hace menos susceptible a la censura y con ello soslayar aquellos asuntos que, a partir de ciertos criterios evaluativos externos, son acuñados como polémicos, escabrosos, peligrosos, inoportunos, complicados, inaceptables y, por tanto, no publicables (Ricardo Luis, 2006, párr. 35).

Los medios de prensa se someten diariamente a una diversidad de regulaciones internas y externas, censuras y autocensuras marcadas por las dependencias económicas, políticas, tecnológicas que se generan al interior de sus organizaciones. El papel de los periodistas como plenos responsables del proceso de construcción noticiosa debe marcar pautas en las relaciones medio-fuentes institucionales para evitar un intercambio de roles en la comunicación.

En su conjunto, los niveles analizados hasta el momento: individual, de organización interno, procedimiento de los medios y extramediático, constituyen una mediación directa para las dinámicas productivas en cada una de sus fases. Estos, además, reciben la influencia de la macroestructura ideológica y moldean los contenidos de los medios de comunicación en su función de emisores.

1.1.5 La macroestructura: el nivel ideológico

Desde la sociología de la producción de noticias, los componentes de la ideología son abarcados por la cultura profesional y constituyen una mediación directa en la producción de los contenidos de los medios de comunicación. Para Barreda, et al. (1991), la cultura profesional incluye lo profesional, lo intelectual, las ideologías y competencias, así como valores compartidos sobre la función de los medios y los periodistas en la sociedad.

Definir tal concepto, requiere un análisis centrado en los aspectos profesionales de los periodistas. Ricardo Luis (2006) delimita estos componentes como

Un conjunto de saberes explícitos e implícitos que conforman el ejercicio de la profesión: códigos, símbolos, rutinas, estereotipos, representaciones, sistema de conocimientos, entre otros aspectos relativos a los periodistas y los medios de lo cual se desprende la influencia que tiene en los actos de autorregulación a lo interno de las redacciones (párr. 26).

Con una perspectiva más lingüística, Teun van Dijk (1996) reconoce a las ideologías como “representaciones sociales que definen la identidad social de un grupo, es decir, sus creencias compartidas acerca de sus condiciones fundamentales y sus modos de existencia y reproducción” (p. 12). Por su parte, Raymond Williams (como se citó en Shoemaker y Reese, 1994) la precisa como un sistema articulado y formal de significados, valores y creencias de una especie que se puede abstraer de la visión del mundo.

Como balance entre uno y otro criterio, la presente investigación se ciñe al concepto dado por Shoemaker y Reese (1994), al adaptarlo a las características de su modelo de influencias. La conciben como un fenómeno a nivel social que incluye los demás niveles¹⁴ pues pertenece a lo macro y difiere de los anteriores porque los procesos que tienen lugar al interior de este “dependen del patrón ideológicamente tratado de los mensajes y están a favor de los centros de mayor poder en la sociedad” (p. 223).

Para García Canclini (1995), la ideología representa un componente medular en la reproducción material y simbólica de las sociedades pues establece el consenso y la cohesión social. Al interior de las organizaciones este consenso se logra, a decir de Legañoa (2007), por una “socialización de carácter dialéctico en la que los periodistas adquieren el sentido de pertenencia a su organización y a la institución de los *mass media* y, además, hacen suyos todos los valores compartidos por el resto de los periodistas” (p. 33).

Entre estos valores compartidos se evidencian los criterios de noticiabilidad asumidos por los medios de prensa en correlación con su entorno y la formación profesional pues la ideología se adquiere a través de la práctica cotidiana. Con la rutinización de los procedimientos periodísticos se aprehenden convenciones, normas deontológicas al interior de los medios. No obstante, para lograr que en los medios se institucionalicen ciertas prácticas, resulta indispensable organizar cada una de las estructuras mediáticas. Los factores estructural-organizativos constituyen un elemento crucial en este proceso.

La contratación de periodistas, sus actitudes, sus rutinas, su política organizacional y las posturas de esas organizaciones en una estructura social más grande, actúan para apoyar su *status quo*, reducir la amplitud del discurso social y convertir los medios en agencias de control de la sociedad (Reese, 1999, p. 63).

¹⁴ El nivel individual, el de organización interna, el nivel de procedimiento de los medios y el extramediático.

Por lo general los trabajadores producen contenido de manera rutinaria, sin embargo, Shoemaker y Reese (1994) reconocen que “cuando existe el riesgo de desviaciones ideológicas, los que están a cargo pasan por encima del profesionalismo y de los procedimientos normados” (p. 260)¹⁵.

El profesor García Luis (2004) refiere la influencia de una ideología hegemónica respecto a las funciones del Sistema Comunicativo, el que responde, sobre todo, al sistema-político-jurídico dominante. Esto lo determina el poder manejado a través de los medios y su habilidad para controlar acontecimientos.

Los valores hegemónicos son más eficaces para penetrar en el sentido común porque están hechos para asumirlos de manera natural, no mediante la coacción. Mediante los procedimientos de trabajo, otras instituciones y centros de poder, a los medios se le otorga una autonomía relativa, lo que proporciona mayor legitimidad que si estuvieran controlados directamente (Shoemaker y Reese, 1994).

A partir de las definiciones anteriores, el presente estudio entiende por nivel ideológico al proceso “constituido por procedimientos institucionales, ocupacionales y culturales que integran los medios masivos (...) consecuencia natural de la forma en que el sistema opera como fenómeno social a nivel macro” (Shoemaker y Reese, 1994, p. 248).

Este nivel de influencia ideológica planteado por Shoemaker y Reese (1994) encuentra complemento en lo planteado por Martín Serrano (1993) sobre la mediación cognitiva. Los postulados de cada planteamiento coinciden en que tanto la mediación cognitiva como el nivel ideológico transitan todo el proceso de construcción del mensaje, desde la selección hasta su publicación.

Afín a las dos perspectivas, la ideología se reconoce como un mecanismo integrador en la sociedad. Los preceptos de John B. Thompson (2008) la reafirman como las formas simbólicas que se interceptan con las relaciones de poder y los individuos y grupos que ejercen el control.

¹⁵ El ejercicio normal de la hegemonía se caracteriza por la combinación de la fuerza y del consenso que se equilibran diversamente, sin que la fuerza domine demasiado al consenso, incluso tratando de obtener que la fuerza parezca apoyada en el consenso de la mayoría, expresado por los llamados órganos de la opinión pública, periódicos y asociaciones- los cuales, por lo tanto, en ciertas situaciones, son multiplicados artificialmente (Gramsci, 1999, p. 81).

Cada uno de los niveles analizados constituye una influencia directa en la producción de los mensajes mediáticos. De forma multidireccional las características individuales de los periodistas, la organización al interior del medio, sus procedimientos rutinarios y factores externos a las dinámicas productivas inciden en los criterios de selección y jerarquización para construir informaciones.

No obstante, la sociología de los emisores y el sustento teórico sistematizado, reconoce al nivel ideológico como la macroestructura determinante en el contenido de los medios y en el proceso de construcción de su agenda. Los estudios sobre establecimiento de las agendas mediáticas encuentran en cada uno de los niveles estudiados las respuestas teórico-metodológicas necesarias para arribar a conclusiones certeras.

CAPÍTULO 2: APUNTES METODOLÓGICOS PARA LA CONFORMACIÓN DE LA AGENDA

La presente investigación, inscrita dentro de los estudios de emisores, responde a la **perspectiva cualitativa**, que permite obtener información para interpretar y comprender la conformación de la agenda mediática en el *Noticiero Cultural* de la televisión cubana. Este enfoque permite, además, estudiar la realidad en su contexto habitual e interpretar los fenómenos en relación con las personas implicadas.

Desde la variante comunicológica, se trata de un **estudio de emisor con carácter descriptivo**, debido al interés por caracterizar la conformación de la agenda mediática del espacio televisivo seleccionado, a partir de cada uno de los niveles que intervienen en su construcción. Constituye este el primer acercamiento para determinar cómo se establece la agenda mediática del único noticiero informativo-cultural de la televisión cubana.

Para caracterizar la dinámica productiva del *Noticiero Cultural*, se selecciona un muestreo de observación que comprende desde el 3 de enero hasta el 30 de marzo de 2017. Vale aclarar que —tal y como recomienda Mauro Wolf (2005) para los estudios de rutinas productivas— se descartan los primeros días del año, en los que la dinámica productiva sufre alteraciones no regulares.

2.1. Definición y operacionalización de las categorías analíticas del estudio

En correspondencia con el problema de investigación y los objetivos del estudio, se asume como categoría analítica la conformación de la agenda mediática.

La agenda mediática, a partir de los criterios de McCombs y Shaw (1972) y Cecilia Cervantes (2001), se define como la parte de la realidad resaltada por un medio de prensa que genera el índice de contenidos del medio durante un período de tiempo. Teniendo en cuenta este postulado y los niveles de influencia en la conformación del mensaje propuestos por Shoemaker y Reese (1994), el presente estudio asume la **conformación de la agenda mediática** como un proceso complejo y multidireccional de producción periodística que está mediado por el nivel individual de los periodistas, la organización interna del medio de prensa, sus procedimientos en la dinámica productiva, los elementos extramediáticos y la macroestructura ideológica que transversaliza todo el proceso.

Para comprender esta definición, resulta necesario conceptualizar, además, las siguientes subcategorías desde los criterios de Shoemaker y Reese (1994) y Alonso y Saladrigas (2006):

Nivel individual: Nivel compuesto por experiencias personales y profesionales de los comunicadores, actitudes, valores, motivaciones, ética y prácticas profesionales.

Nivel de organización interno: Estructura organizativa y administrativa gestada al interior de las empresas periodísticas para regular los recursos técnicos, humanos y el flujo productivo del medio.

Nivel de procedimientos de los medios: Prácticas y formas repetidas, modeladas y hechas rutina, que los trabajadores de los medios utilizan para realizar su actividad.

Nivel extramediático: Conformado por entidades, instancias, organismos o personas que pueden llegar a tener una incidencia notable en el proceso productivo.

Nivel ideológico: Constituido por procedimientos institucionales, ocupacionales y culturales que integran los medios masivos como consecuencia natural de la forma en que el sistema opera como fenómeno social a nivel macro.

A partir de las definiciones conceptuales precedentes, la categoría y las subcategorías se operacionalizan de la siguiente forma:

1. Conformación de la agenda mediática:

1.1 Nivel individual:

- 1.1.1 Formación académica, empírica o cultural
- 1.1.2 Experiencias personales y profesionales de los comunicadores
- 1.1.3 Motivaciones profesionales
- 1.1.4 Conocimiento y dominio sobre las técnicas periodísticas
- 1.1.5 Actividades y espacios de superación
- 1.1.6 Principios éticos que median las relaciones en el medio

1.2 Nivel de organización interna:

- 1.2.1 Perfil editorial
- 1.2.2 Estructura organizativa del programa
- 1.2.3 Organización del flujo productivo del medio
- 1.2.4 Disponibilidad de recursos técnicos y humanos para cubrir acontecimientos dentro y fuera del dietario
- 1.2.5 Relación con las corresponsalías
- 1.2.6 Relaciones profesionales

1.3 Nivel de procedimiento de los medios:

1.3.1 Recogida de información:

1.3.1.1 Fuentes

1.3.1.2 Dietario:

1.3.1.2.1 Tiempo de antelación con que se prevén los acontecimientos

1.3.1.2.2 Inserción de noticias de último momento

1.3.2 Selección de la información:

1.3.2.1 Aplicación de los valores noticia:

1.3.2.1.1 Inmediatez

1.3.2.1.2 Temporalidad

1.3.2.1.3 Espectacularidad

1.3.2.1.4 Imprevisibilidad

1.3.2.1.5 Ineditismo

1.3.2.1.6 Veracidad

1.3.2.1.7 Interés colectivo

1.3.2.1.8 Evolución futura de los acontecimientos

1.3.2.1.9 Importancia y gravedad

1.3.2.1.10 Proximidad geográfica del hecho a la sociedad

1.3.2.1.11 Magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados

1.3.2.1.12 Jerarquía de personajes implicados

1.3.2.2 Conformación del guion:

1.3.2.2.1 Estructura para crear niveles de expectativas

1.3.2.2.2 Titulares

1.3.2.2.3 Adelantos

1.3.2.2.4 Orden de las informaciones

1.3.2.2.5 Tiempo en pantalla

1.3.2.2.6 Variedad temática

1.4 Nivel extramediático:

1.4.1 Nivel de acceso a los periodistas

1.4.2 Relación con las fuentes institucionales

1.4.3 Temas de interés del Ministerio de Cultura

1.4.4 Avances tecnológicos

- 1.4.5 Instituciones que interfieren en la publicación de contenidos
- 1.4.6 Censura
- 1.4.7 Competencia con otros medios
- 1.4.8 Retroalimentación con los públicos

1.5 Nivel ideológico:

- 1.5.1 Vínculo con las estructuras de poder
- 1.5.2 Discurso a favor de los centros de poder
- 1.5.3 Ideología hegemónica
- 1.5.4 Representación de la ideología política en la agenda mediática

2.2 Métodos y técnicas

El presente estudio desarrolla varios métodos y técnicas que permiten procesar la información recogida durante el proceso de investigación.

En la elaboración del corpus teórico del estudio, se recurre al método **bibliográfico-documental**, con su técnica, la revisión bibliográfica para recapitular los principales aciertos y desaciertos de la *agenda setting*, además de determinar los factores mediadores en la conformación de la agenda mediática. Los presupuestos teóricos sistematizados a partir del empleo del método bibliográfico-documental confieren mayor veracidad y solidez a los resultados del estudio.

Como soporte fundamental para la obtención de los resultados de la investigación, se aplicó el método **etnográfico**, con la utilización de elementos descriptivos, lo que resulta provechoso para el trabajo del investigador. Mediante la implementación de sus técnicas se conoce el modo de vida de una unidad social, en este caso, el equipo de realización del *Noticiero Cultural*.

Con la etnografía se persigue la descripción analítica de la cultura y composición del espacio estudiado. Al decir de Sandoval (2002), el investigador se transforma en un agente activo para el proceso de cambio, contribuye a la crítica y mantiene la actitud de aprender en la situación del proceso investigativo. La pertinencia de este método para la presente tesis radica en integrar al investigador a la unidad de estudio, el *Noticiero Cultural*. De este modo se logran percibir las dinámicas productivas del medio comunicativo, así como los factores mediadores en su proceso de construcción de la agenda mediática.

De las técnicas del método etnográfico se recurre a la observación participante con el fin de obtener interioridades del medio comunicativo desde las prácticas habituales de los propios periodistas. La vorágine informativa cultural de la Isla le exige a las redacciones una inmediatez en sus rutinas periodísticas, por lo que la inserción en la unidad de estudio permite conocer a fondo las peculiaridades del *Noticiero*. Asimismo, las entrevistas semiestructuradas al director del espacio, Luis Morlote Rivas, su guionista, Roylán Pardo Cabrera, su jefe de información, Yuris Nórido Cabrera, y las periodistas Magda Resik y Danelis Hernández, permiten describir las prácticas cotidianas ético-laborales de los sujetos en que se centra la investigación.

Además, para lograr una mayor representatividad de opiniones, el estudio contiene entrevistas semiestructuradas y encuestas a otros miembros del equipo de realización del noticiero, como corresponsales de cada región del país para medir conocimientos específicos sobre las técnicas periodísticas, normas de comportamiento, grado de motivación. A su vez, se aplicó como técnica el análisis de contenido cualitativo a los guiones de los noticieros transmitidos entre enero y marzo de 2017. Su empleo permitió tener evidencia de los procesos de selección y jerarquización llevados a cabo a partir de los titulares, adelantos y composición dramática en cada emisión, así como la representatividad alcanzada por cada territorio del país y manifestación artística.

De este modo se esclarecen también los factores que más inciden en el temario del *Noticiero Cultural*, pues el guion constituye el producto final en conformación de la agenda. Los métodos y técnicas anteriores, permitieron **triangular el estudio metodológicamente** y validar los resultados de acuerdo con el problema de investigación y los objetivos trazados.

CAPÍTULO 3: COORDENADAS REFERENCIALES DEL PERIODISMO CULTURAL EN CUBA**3.1 El perfil cultural en el mundo televisivo**

Antes de 1959, la televisión en Cuba estaba signada por el empleo de publicidad y propaganda como copia del modelo televisivo comercial. Con el desarrollo del novedoso medio de comunicación en la etapa se potenciaron intereses económicos y políticos, pues en las pantallas cubanas se enarbolaba un soporte comercial presto a negociar con la imagen y el sonido.

El cambio en el contexto político tras el triunfo del primero de enero tuvo un fuerte impacto en el sector de las comunicaciones y transformó el panorama cultural de la Isla. Desde los primeros meses de 1961 se transfirieron al Ministerio de Comunicaciones las propiedades de aquellas empresas vinculadas a los medios audiovisuales. Como resultado del proceso de Nacionalización se crea, en junio de ese año, la Oficina de Orientación y Coordinación de la Radiodifusión.

Todas las responsabilidades de esta oficina, a su vez, pasaron a manos del Instituto Cubano de Radiodifusión en mayo de 1962. En 1976 este organismo adopta las siglas del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) (nombre que conserva hasta la actualidad) y pasa a ser atendido por el Consejo de Ministros. Con esta acción se pone fin al proceso de institucionalización de la radio y la televisión cubanas.

Luego de todas las reestructuraciones, así como el éxodo de varias compañías de comunicación y personal calificado, solo se mantuvieron dos canales en la programación televisiva, el CMBF-TV Revolución y CMQ. De estos canales, solo el CMQ llegaba a todo el territorio nacional, por lo que se decide ubicar una segunda señal en Santiago de Cuba para que el servicio se extendiera por todo el país. Así surge Tele Rebelde, el 22 de julio de 1968, el que de conjunto con Cubavisión (anteriormente el canal 6) asumen una programación diferenciada en cuanto a contenidos.

Tele Rebelde desarrolló desde sus inicios un perfil más deportivo, además de dar cabida a espacios informativos y variados. Por su parte, Cubavisión tuvo un perfil más generalista, por el abordaje de temas culturales y de entretenimiento como los programas dramatizados. Con el surgimiento de estos dos canales la visibilidad del acontecer provincial aumentó en los medios nacionales por el envío de coberturas informativas desde disímiles lugares de la Isla a cada espacio de la televisión nacional.

De forma gradual la cultura alcanzó un mayor prestigio en la sociedad, no obstante, el periodismo cultural queda un poco rezagado en correspondencia con otros perfiles informativos. En entrevista personal con Conchy Pérez Fernández, la periodista del SITVC reconoce la existencia de muchos prejuicios en cuanto a lo cultural. “La experiencia del periodismo cultural en la televisión no ha corrido la misma suerte de otras formas de producción cultural del medio como dramatizados y otro tipo de programas, mucho menos la trascendencia alcanzada por la prensa plana” (comunicación personal, 24 de marzo de 2017).

Desde la variante sociológica, la cultura se asume como un proceso social creador con énfasis en la producción material de la sociedad. Para los investigadores Basail Rodríguez y Álvarez Durán (2004) las prácticas culturales se expresan en tradiciones, mentalidades, prácticas, en los modos en que piensan los sujetos y se representan a sí mismos, a su contexto social y al mundo que los rodea.

De ahí que el contexto político y social de la Isla, posicionara al periodismo cultural en un peldaño superior y se establecieran en la programación varios programas y secciones de este perfil. Uno de estos espacios fue *Panorama*, primer informativo cultural que reflejó el acontecer cultural nacional e internacional. Desde la década del 70 y hasta los años 80 constituyó un apéndice del *Noticiero de Televisión* y posteriormente lo sustituyó el suplemento dominical con media hora dedicada al quehacer artístico de la Isla.

De forma intermitente se materializaron ideas diversas en torno a la cultura, pero nada la insertaba dentro de los contenidos jerarquizados por los noticieros televisivos. Para hablar de términos culturales, las informaciones debían relacionarse con el espectáculo y el mundo del entretenimiento.

La cultura no era considerada como un área noticiable. Las informaciones culturales aparecían en los noticieros cuando se trataba de acontecimientos o eventos muy relevantes, aunque diluidas en el contenido del programa y sin un espacio fijo diario ni un presentador específico (C. Serrano, comunicación personal, 3 de abril de 2017).

Un momento importante para legitimar el periodismo cultural en la Isla fue la creación de la Redacción Cultural como parte del SITVC, en 1998, en vísperas del VI Congreso de la UNEAC y como reclamo de una vanguardia artística con necesidad de reconocerse en los medios de comunicación.

Aunque esta decisión constituía un paso de avance, los periodistas y artistas se sumaban a un reclamo mayor: formar un noticiero meramente cultural. A decir de Pérez Fernández, no se conformaban con que sus trabajos ocuparan solo la sección de un programa, querían tener un espacio propio, con más tiempo y recursos (comunicación personal, 24 de marzo de 2017).

Desde ese momento y hasta el 2016, el Sistema Informativo de la Televisión Cubana (SITVC) se encargó de dirigir y producir todos los espacios informativos de las cinco redacciones que lo componen: cultural, deportiva, internacionales, corresponsalía y reporteros. En la actualidad esta dependencia varió dada la intención de ICRT de crear una estructura similar a la de la cadena *Telesur*, en la que cada programa tribute al canal de noticias pero que responda individualmente a su colectivo. Ya no existe un jefe de redacción cultural o deportivo, sino jefes de contenido que evalúan lo que se produce. De este modo, al interior de cada equipo de producción se deciden las políticas de cada espacio.

3.2 La génesis del *Noticiero Cultural*

En respuesta a los reclamos de periodistas, artistas e intelectuales cubanos, el surgimiento del *Noticiero Cultural* se materializa previo al VIII Congreso de la UNEAC. A partir de una revisión de los acuerdos realizados en citas de esta índole, así como en otras reuniones de la Asociación de Hermanos Saíz (AHS), el primer programa sale al aire el 7 de abril del año 2014.

A decir de su director general, Luis Morlote Rivas, el *Noticiero* surge como una necesidad de la sociedad en su generalidad.

Existían revistas culturales, espacios como *Sitio del Arte*, *Paréntesis*, *Diálogo Abierto*, que defienden este perfil, sin embargo, no existía un noticiero especializado en este tema como actualidad informativa. Incluso el reclamo se extendía a muchos escritores y artistas que contraponían la no existencia de un noticiero cultural a la existencia de uno deportivo (comunicación personal, 10 de abril de 2017).

La poca representación en los medios del ámbito cultural de la Isla, se demuestra por el escaso tiempo que emplean los noticieros a la información cultural. El SITVC destina 18 minutos diarios la temática de la cultura, distribuidos en tres noticieros y la revista *Buenos Días*. De igual forma, el segmento cultural del *Dominical* le dedica 30 minutos, no

obstante, el espacio presto al debate y a la crítica cultural resultaba escaso antes de la llegada del *Noticiero*.

Dado este referente, una de las pretensiones del espacio televisivo consiste en dar cobertura a los principales acontecimientos culturales del país. Para ello traza objetivos bien definidos como evitar centrarse solo en la capital, e ir más a lo que acontece en el interior del país para aumentar el espectro informativo. De igual forma, el tratamiento de los sucesos culturales debe establecer el diálogo, la reflexión y escapar de informaciones que parezcan más una cartelera o la descripción de la actividad cultural.

El *Noticiero Cultural* está dirigido por el Ministerio de Cultura en colaboración con la Asociación Hermanos Saíz, la Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba y el Sistema Informativo de la Televisión Cubana. De conjunto con el departamento Crearte¹⁶, se gestiona toda la infraestructura para la salida al aire del espacio.

La diferencia más plausible de este programa con otros espacios culturales es la imagen, por ser más contemporánea, más directa y atractiva y la empatía total con las mejores políticas relacionadas con la cultura en el país. Este *Noticiero* está muy conectado con la vanguardia artística e intelectual del país, ávida de participar en los medios con propuestas diferentes. Otra de las ganancias es su novedad, además del ejercicio del criterio, pero de una manera modesta, dialogando armónicamente (M. Resik, comunicación personal, 9 de enero de 2017).

La estructura inicial del *Noticiero* se mantiene en la actualidad; una conductora femenina¹⁷, una contrapartida¹⁸ en la sección *Revista de Prensa*, spots, promociones, pero en cuanto a contenidos sí se evidencian variaciones. Para su guionista Pardo Cabrera, el diseño actual del programa tiene poco que ver con la idea inicial pues en un primer momento fue pensado solo para 27 minutos, tres días a la semana y ahora se transmite de lunes a viernes. (comunicación personal, 14 de abril de 2017).

Según su director general, el *Noticiero* empezó con una entrevista a la semana, no tenían la sección de la *Cartelera*, pero el 30 de junio del 2015 varía su salida al aire por la acogida

¹⁶Este departamento constituye un apéndice del Ministerio de Cultura para apoyar tecnológicamente sus proyectos.

¹⁷La conducción del espacio desde la primera emisión corre a cargo de la periodista Indira Román.

¹⁸El conductor masculino de esta sección es el periodista Diuber Farías Aúcar.

del público. Actualmente tiene su frecuencia en el horario de las seis y treinta por Cubavisión, con retransmisión a las ocho y treinta de la noche por el canal educativo-2, lo que motivó una reestructuración al interior del programa.

Las entrevistas de las personalidades aumentaron por el gusto popular, pues tenían menos emisiones. El propio *Contrapunteo* ha calado en el público. Esta sección varió sus salidas al aire. En enero de este año comenzó a transmitirse cinco días de la semana por la cantidad de personas que opinaban sobre el tema en cuestión, pues el análisis y la crítica cultural estaban obsoletos en la televisión (L. Morlote Rivas, comunicación personal, 10 de abril de 2017).

En cuanto a la dramaturgia informativa mantiene tres bloques de noticias. En el primero de siete minutos se abordan las informaciones más importantes y lo destacado por los medios de prensa. Para un segundo momento se desarrollan sucesos de la cultura y la entrevista de personalidad con la sección *En Primera Persona*¹⁹. Por último el tercer bloque incluye el espacio de la crítica, para ello se creó *Contrapunteo*²⁰, un espacio donde cada semana se escoge un tema y se analiza desde distintas aristas, no solo para ejercer la crítica negativa, sino en sentido de orientar y formar públicos.

En la sección *Contrapunteo* del lunes corresponde el reportaje y se presenta al televidente la temática en cuestión. Para el martes sigue un comentario sobre algún crítico o conocedor del tema que esboza su opinión y el miércoles se realiza un balance de los principales criterios de la teleaudiencia. Al día siguiente invitan al estudio a representantes de instituciones implicadas en el tema para dar frente al asunto y el viernes el periodista Yuris Nórido realiza el comentario editorial que resume el fenómeno desde la óptica del *Noticiero*.

Este sistema de trabajo refuerza su papel de formadores de opinión en el público. Para Magda Resik, el ejercicio de la crítica es vital, porque la televisión adolece de ese espíritu acrílico.

Necesitamos que los medios nos reflejen en nuestra verdadera naturaleza porque el cubano es polemista. No podemos llegar a las artes con el mismo rasero que a todos los

¹⁹Desde sus inicios la periodista y directora de Habana Radio, Magda Resik dirige la sección.

²⁰Yuris Nórido es el periodista especializado en el tema de la crítica.

productos, tenemos que, en ese camino de jerarquizar los verdaderos valores, proponer una reflexión crítica al televidente, para ofrecer un recurso reflexivo que desarrolle el pensamiento lógico. ¿De qué se trata, de comunicarnos o de incomunicarnos? (comunicación personal, 9 de enero de 2017).

A los tres años de creado, existen divergencias en cuanto al sentido de pertenencia del SITVC con el *Noticiero Cultural*. Aun cuando el programa mantiene una articulación con el sistema de corresponsalías, así como el equipo de producción y el estudio donde se graba cada emisión, Morlote Rivas reconoce que priorizan otros programas. Más allá de los cambios gestados al interior del ICRT tras la aparición del *Canal Caribe*, el *Noticiero Cultural* depende en mayor medida del Ministerio de Cultura (comunicación personal, 10 de abril de 2017).

El SITVC no le garantiza transporte para ninguna de sus coberturas, ni una cámara o material alternativo. Por parte del departamento *Crearte*, les facilitan la cámara y personal competente para su manejo. Así mismo la periodista Dianelis Hernández reconoce que la tecnología obsoleta de las máquinas Betacam²¹ constituye una limitante para el proceso productivo, pues resulta indispensable realizar transferencias para editar y no todos los cubículos pueden asumir técnicas tan diferentes (comunicación personal, 12 de abril de 2017).

En el año 2016, al colectivo le asignaron un departamento en el ICRT para separarse de la redacción cultural. Actualmente cuentan con tres computadoras, una de ellas rota, pero cubre la dinámica productiva pues son pocos los implicados en la realización del *Noticiero*; la fuerza mayor se encuentra en las corresponsalías. Entre estas pocas personas está su director general, Luis Morlote Rivas; el director informativo, Yuris Nórido Cabrera, como guionista, Roylán Pardo Cabrera; la jefa de redacción es Conchy Pérez Fernández y las periodistas Dianelis Hernández y Magda Resik.

Existen varios colaboradores como Hamlet Fernández, Joel del Río, Frank Padrón, Yenís Laura Prieto, Pedro de la Hoz, cada uno especializado en una temática cultural. Según Morlote Rivas “este debe ser el noticiero que menos personas tiene trabajando en cada

²¹ Familia de formatos de videocintas profesionales.

emisión, un grupo pequeñito, solo cinco personas” (comunicación personal, 10 de abril de 2017).

Entre los retos futuros del espacio figura la incorporación de una brevísima sección sobre efemérides culturales, así como fortalecer la *Revista de Prensa*, pues en opinión de su director, hoy muchos medios lo hacen mejor que el *Noticiero Cultural*. Reinventarse cada día constituye una premisa para el colectivo del espacio.

Este *Noticiero*, más que un espacio en televisión debe ser un proyecto cultural, debe tener un espacio físico fuera del ICRT que nos sirva para crear una peña cultural, lecturas semanales, grandes conciertos, para establecer un diálogo más cercano con los artistas y de esta forma moldear a un público que se interese por un tipo determinado de cultura y que tenga un gancho para seguir el programa (Y. Nórico Cabrera, comunicación personal, 7 de abril de 2017).

Todas las emisiones del programa se encuentran en el canal de *Youtube*, y tienen múltiples seguidores de sus cuentas en *Twitter* y *Facebook*. Tienen un equipo de redes sociales creado a inicios del 2017 por jóvenes interesados en la cultura desde distintas aristas con el fin de promover temas sin imponer contenidos, que los televidentes lleguen con un interés particular y luego descubran otros.

No obstante, Morlote Rivas afirma concentrarse mucho en sacar la emisión diaria y olvidarse de promocionar el *Noticiero*.

Es necesario un soporte promocional que incluya nuestro sello, en guayaberas, jarras, pullovers, como lo hizo el proyecto *Sonando en Cuba*²², para obsequiarlas a personalidades de la cultura. Necesitamos que la gente nos identifique, tener una identidad propia (comunicación personal, 10 de abril de 2017).

La evolución alcanzada por el periodismo cultural contribuye a formar un público instruido, presto a la crítica y al análisis de lo más valioso en materia de cultura. Con este fin, cada medio de comunicación legitima la producción nacional y universal de los mejores valores artísticos en contraposición a los modelos culturales hegemónicos. La creación de un *Noticiero Cultural*, da muestra del trascendental avance.

²²Programa competitivo de talento artístico.

CAPÍTULO 4: RESULTADOS INVESTIGATIVOS EN EL *NOTICIERO CULTURAL*

El *Noticiero Cultural* de la televisión cubana presenta características peculiares respecto a otros espacios informativos. Para comprender las prácticas periodísticas de este programa, resulta indispensable insertar al investigador en el medio de comunicación y hacerlo partícipe de la vorágine noticiosa.

Unos meses en la sala de redacción del *Noticiero Cultural* permiten captar cómo se construye la agenda mediática del espacio. Los periodistas, corresponsales y directivos, imbrican sus funciones para conformar los contenidos del único informativo cultural especializado del país. Las relaciones sociales y profesionales, los modos de organizar las dinámicas productivas, la selección y jerarquización de las informaciones, así como los elementos que sobrepasan los límites del medio, inciden en el establecimiento de las temáticas culturales, mediados siempre por la macroestructura ideológica como gestor de todos los procesos.

4.1 Los componentes de la individualidad en el periodismo cultural

Al decir de Fabio Fernández, director de programación y contenidos de ICRT (comunicación personal, 30 de marzo de 2017), “el colectivo de trabajo del *Noticiero Cultural* posee una alta preparación; no solo porque los reporteros de la capital son graduados de periodismo, sino también porque casi todos tienen ya varios años de experiencia”. Asimismo, el guionista del programa, Roylan Pardo Cabrera (comunicación personal, 14 de abril de 2017), asegura tener 15 años en el ejercicio periodístico, por lo que “acumulo ya alguna experiencia como redactor y director de informativos”.

Como se constató durante la observación participante, casi todos miembros del equipo de trabajo del *Noticiero Cultural*, son capaces de resolver las contingencias que surgen durante la producción del espacio informativo, incluso cuando tienen que asumir roles en la dinámica productiva que normalmente no les están asignados.

Yuris Nórido “constituye una de las voces autorizadas en materia cultural por su grado de especialización en la fotografía y el ballet, hasta integrar el jurado de importantes certámenes de las artes escénicas” (L. Morlote Rivas, comunicación personal, 10 de abril de 2017); mientras que la periodista más joven de colectivo, aunque solo tiene dos años de graduada, ha logrado vincularse a otras instituciones como parte de proyectos personales

que han facilitado relacionarse en el ámbito cultural y con sus protagonistas (C. Pérez Fernández, comunicación personal, 24 de marzo de 2017).

Los corresponsales de provincia poseen diversa formación. Mediante las encuestas²³ realizadas se comprobó que, además de periodistas y comunicadores, provienen de especialidades como Enfermería, Letras, Sociología y carreras pedagógicas. La mayoría de los encuestados acumulan más de 15 años de experiencia en la televisión, lo que implica un conocimiento empírico más que académico.

Las competencias profesionales inciden directamente en las rutinas productivas del medio; y, en el caso de *Noticiero Cultural*, como se evidenció durante la observación participante, cualquier miembro del personal asume la tarea que resulte necesaria en la consecución eficiente del programa.

Cada miembro del equipo puede ocupar en algún momento el rol de guionista, de reportero, de jefe de información. Incluso la conductora del espacio es graduada de periodismo, lo que aporta mayor intencionalidad a los contenidos (D. Hernández, comunicación personal, abril 12, 2017).

En la dirección del espacio también existe un elevado profesionalismo, aunque no desde el perfil periodístico. El director de espacio, Luis Morlote, es Licenciado en Letras; no obstante, ha dirigido espacios informativos en otros medios de comunicación como la radio. La periodista Dianelis Hernández reconoce que las relaciones profesionales influyen positivamente en las personales gracias a que la dirección del programa está integrada por personas competentes (comunicación personal, 12 de abril de 2017). Durante la inserción en el medio, se apreciaron situaciones de conflicto entre Morlote Rivas y los periodistas, motivadas por la falta de rigor en los trabajos. El tacto del director para dirigirse a sus subordinados y la manera de persuadir sobre lo incorrecto, evitó discrepancias posteriores. La totalidad de los periodistas encuestados otorga mayor importancia a los vínculos personales que a los profesionales. El colectivo se reconoce como una gran familia, incluso en su relación con los corresponsales. “La comunicación constante ha propiciado que nos unan lazos más allá de la profesión, y cuando hablamos por teléfono nos preocupamos por

²³ El anexo # 2, representa el modelo de encuesta aplicado a los corresponsales provinciales del espacio.

los problemas del corresponsal de Holguín o por el niño de la corresponsal de Camagüey” (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

Este contexto incide directamente en la conformación de la agenda mediática del espacio. Pues desde la teoría se reconoce que las personas que se sienten parte de un grupo, responden mejor a las estructuras de poder y a las dinámicas institucionales.

Las relaciones afectivas al interior del colectivo propician un ambiente armónico en pos de las prácticas productivas. “El vínculo creado con el sistema de corresponsalías no obliga a los periodistas de las provincias a colaborar con el espacio” (Y. Fleites, comunicación personal, 23 de mayo de 2017); no obstante, el total de los encuestados manifestó sentirse motivado para enviar reportes desde sus provincias.

A decir de Danelis Hernández, la principal motivación para formar parte del *Noticiero* se fundamenta en sentirlo como un proyecto de autor. El hecho de integrar el único informativo especializado en la cultura hace que la vanguardia artística del país valore cada emisión, por lo que el reconocimiento social tiene más peso para los periodistas del espacio que la remuneración económica. “Con lo que gano por el *Noticiero* solo puedo pagar las máquinas que cojo para llegar a las coberturas. Trabajo aquí porque forma parte de una realización personal, el sustento económico lo busco con otros proyectos” (comunicación personal, 12 de abril de 2017).

El sistema de pago del *Noticiero Cultural* resulta un tanto complejo. Los trabajadores de la técnica (camarógrafos, editores, asesores, luminotécnicos) reciben un salario por el ICRT, al igual que los corresponsales. Por su parte, los periodistas de la capital y su director pertenecen al Ministerio de Cultura y cobran según las normas de ese organismo. Estas diferencias influyen en el sentido de pertenencia del personal técnico.

La observación participante en la unidad de estudio evidenció que el Ministerio de Cultura fortalece, desde distintas áreas, los estados motivacionales del grupo de trabajo del *Noticiero*. Como sus periodistas deben salir en pantalla de manera habitual, el *Fondo Cubano de Bienes Culturales* confecciona piezas para el personal que trabaja ante las cámaras, bajo los diseños de reconocidos creadores. Esto potencia las ganas de hacer en el colectivo, pues en cambio, el Sistema Informativo no garantiza vestuario para sus trabajadores.

El interés por realizar productos comunicativos desde la satisfacción personal establece normas, hábitos de comportamiento, para que no medien en la profesión demasiadas subjetividades incorporadas a las prácticas periodísticas. El conocimiento y dominio de las técnicas de redacción devienen ritual estratégico para asirse a los principios de objetividad. Como se constató a través de las encuestas, los corresponsales presentan dificultades para identificar los valores noticia en la selección de los acontecimientos. Este desconocimiento parcial decanta en la insatisfacción por parte del guionista y el director del *Noticiero* con algunos trabajos enviados desde provincia. “Regularmente estos no alcanzan el rigor informativo deseado para un noticiero especializado; pero, como el espacio depende de las colaboraciones, las informaciones se transmiten” (Y. Nórido Cabrera, comunicación personal, 7 de abril de 2017). Aquí intervienen las competencias cognitivas de los periodistas en función de lograr un contraste respecto a los contenidos dirigidos al Sistema Informativo.

La interacción de los reporteros con bailarines, actores, músicos, conlleva a que las relaciones humanas ejerzan influencias de poder. Este contexto preocupa sobre todo en un programa como el *Noticiero Cultural*, en el que los contenidos priorizados constituyen el principal referente para un público expectante de opinión especializada.

La vilipendiada objetividad en el panorama cultural adquiere una importancia mayor por el hábito de confundir información con publicidad. “No puedo decir que no somos amigos de los artistas, pero en este sentido hemos sido éticos. No es igual llevar a una persona al estudio que cubrir su presentación. Hemos tratado de establecer distancias” (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

Según Morlote Rivas, siempre van a existir simpatías hacia determinadas estéticas a partir del gusto personal. Para evitar que prime lo subjetivo, se debe determinar lo noticioso desde el pensamiento colectivo. Reconoce que en la cultura hay hechos que son consensuados, y aunque no tengan mucho público poseen una notable importancia (comunicación personal, abril 10, 2017).

La agenda mediática de espacio, sufre variaciones en sus contenidos producto a relaciones personales y compromisos de trabajo, como se constató durante la inserción en las prácticas periodísticas del medio. En un cierre de emisión, una llamada de último minuto orientó incluir en el espacio de *La Cartelera* la presentación de Raúl Paz en el Pabellón Cuba. Esta

sección ya estaba confeccionada, situación que contrarió a la periodista encargada de la sección, pues debió suprimir una información del Septeto Santiaguero. Posteriormente, a través del guionista del programa Pardo Cabrera (comunicación personal, 14 de abril de 2017), se supo que el cambio estaba motivado por decisión personal del director.

Para conocer a fondo elementos tan intrínsecos del ser humano como los valores y la ética, resultan insuficientes las entrevistas²⁴ y encuestas realizadas; deviene imperativo insertarse en la rutina de los periodistas, conocer juicios personales, vínculos familiares. Aunque el tiempo de la investigación podría ser escaso para medir cada uno de estos componentes, se lograron identificar algunos rasgos de comportamiento.

Los periodistas de la capital tienen un alto sentido de pertenencia con el espacio, esto determina que las relaciones laborales se extiendan a lo personal. En diálogos informales se comprobó que la calidad humana, la solidaridad, el respeto y la naturalidad, predominan en el colectivo. Las relaciones llevaderas confluyen para que no exista competitividad en el grupo, al contrario, colaboran juntos en otros proyectos culturales. Esto incide en que la producción de contenidos sea algo fluido y no impuesto.

No obstante, se pudo apreciar una carencia de espacios de debate organizados por el colectivo del *Noticiero*. El vínculo con las corresponsalías debe extenderse a estos espacios de socialización y no enmarcarse solo a la realidad virtual de las redes sociales. En las encuestas realizadas, se reflejó inconformidad respecto a los encuentros de corresponsales. “En los tres años del programa al aire, la dirección solo se ha reunido una vez con los periodistas de cada territorio. Esto incide en que no se ejecuten proyectos para la superación de sus corresponsales” (H. Godines, comunicación personal, 2 de mayo de 2017).

“El diarismo noticioso impide que los periodistas se dediquen a estudiar con conocimiento de causa los fenómenos de la cultura; por tanto, debe tener mayor prioridad la preparación de los productores de contenido en el espacio” (M Resik, comunicación personal, 9 de enero de 2017). Los cursos de superación, las conferencias y los encuentros de intercambio

²⁴ El anexo # 3 representa la guía para las entrevistas semiestructuradas realizadas al colectivo del programa.

constituyen vías para estar a tono con las tendencias actuales del periodismo cultural y alcanzar una variedad temática en la agenda del medio.

Las experiencias personales, valores y los distintos modos de decodificar la realidad cultural median en la conformación de la agenda del *Noticiero*. En pos de lograr una mayor representación de la cultura cubana, resulta preciso elevar la profesionalidad periodística.

4.2 La dinámica interna del noticiero

Al interior del *Noticiero Cultural*, existe un flujo informativo moldeado por la organización estructural e interna del colectivo del programa. A partir de esta sincronía, los procesos productivos se integran como una unidad funcional con el fin común de producir mensajes. Resulta menos engorroso distribuir tareas al interior del grupo de trabajo, pues cada una de las personas implicadas en el proceso comunicativo incorpora a sus prácticas las rutinas productivas.

El programa tiene características peculiares respecto a otros informativos televisivos. Pese a grabarse en los estudios del ICRT y tener allí su espacio físico, el *Noticiero* pertenece estrictamente al Ministerio de Cultura. Esto incide en que el MINCULT, asociado a otras instituciones, pautе los contenidos informativos del espacio.

“Nuestra política informativa se basa en el cumplimiento del ejercicio de la política cultural. Nuestras prioridades son las que define el Ministerio de Cultura con sus instituciones. No es una ruta fácil para trabajar, pero sí bastante clara” (L. Morlote Rivas, 10 de abril de 2017).

La permanencia en la unidad de estudio permitió conocer la estructura de mando implementada por el *Noticiero Cultural*, la cual parte del Ministerio de Cultura, bajo la figura de su viceministro, Fernando Rojas. En cuanto a la organización reporteril del espacio, desarrollan una escala jerárquica que va desde el director general, la directora de emisión, jefe de información y jefa de redacción hasta los periodistas. Esta estructura se fusiona además con el sistema de corresponsalías, quienes desde las provincias tributan al espacio.

Somos un colectivo muy pequeño. Tenemos un equipo gestor que nos acompaña en todo el proceso productivo, pero el equipo de producción de contenidos lo componen solo cinco personas, cuando normalmente un noticiero lo hacen más de veinte. Esto no es voluntad propia del espacio, solo que no hemos logrado crear una

infraestructura para ello (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

El *Noticiero* se sostiene en la relación con las corresponsalías. A decir del jefe de información su principal interés resulta lograr una representatividad nacional, para que las informaciones no representen solo el fenómeno cultural de la capital (Y. Nórico Cabrera, comunicación personal, 7 de abril de 2017).

Según el corresponsal de Ciego de Ávila, Henry Godines (comunicación personal, 2 de mayo de 2017), el vínculo con los corresponsales se basa en la buena comunicación, por lo que resulta mayor el cúmulo de trabajos enviados desde las provincias. En el análisis a los guiones de la semana del 20 al 24 de febrero, se constató este criterio por el protagonismo de las corresponsalías respecto a la capital. Las provincias de Guantánamo, Sancti Spíritus, Villa Clara y, en menor medida, Camagüey y Holguín, pautaron los contenidos informativos más frecuentes de las jornadas.

A inicios de su salida en pantalla, la sala de redacción del *Noticiero* coincidía con la de otros espacios informativos como la revista *Buenos Días* y el *Noticiero Nacional*, pero actualmente cuentan con un departamento propio. La inserción en la dinámica productiva del medio demuestra que, de este modo, desarrollan un mejor ambiente productivo al aislarse de la vorágine que representa una redacción abarrotada.

Los recursos materiales y humanos desempeñan un rol protagónico dado el momento de cubrir acontecimientos dentro y fuera del dietario. En particular, las condiciones de trabajo del *Noticiero Cultural* dificultan el cumplimiento del plan de coberturas. Mediante la observación participante, se constata que carecen de un vínculo definido por el programa y el ICRT para satisfacer las necesidades materiales del espacio.

No obstante, el director del *Noticiero* niega un divorcio con el ICRT al afirmar en entrevista que “este programa es hijo del Sistema Informativo, y a pesar del cambio en su estructura mantenemos el vínculo con las corresponsalías, y estas pertenecen a él” (L. Morlote Rivas, comunicación personal, 10 de abril de 2017).

En entrevista al director de programación y contenidos de ICRT, declara que este espacio llega a la televisión no por el interés del propio Instituto, sino del Ministerio de Cultura, por lo que su horario y frecuencia responde a lo solicitado por ellos. “En la parrilla de la televisión cubana semanalmente clasifican 30 espacios como culturales, por lo que insertar

uno más debiera estar muy justificado” (F. Fernández, comunicación personal, 30 de marzo de 2017).

Pese a que todo el equipo técnico constituye plantilla del ICRT, al igual que los estudios y cabinas de edición, el *Noticiero Cultural* no representa una prioridad informativa. Para dar cobertura a los acontecimientos, deben acudir a otras instituciones, pues el Sistema Informativo no les garantiza la cámara ni el camarógrafo.

En los tres años que llevamos al aire, hemos ganado en el apoyo de instituciones como la Asociación Hermanos Saíz, quien nos facilita una cámara con el auspicio del Ministerio de Cultura. El ICRT nos garantiza apenas los cubículos de edición, el estudio de grabación, el personal que trabaja la técnica; pero, de manera general, no nos apoya. Siempre hemos estado abiertos a que los periodistas que abordan la temática cultural en La Habana colaboren con el espacio, pero existe una ruptura (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

A partir de la observación participante, se comprobó que en conferencia de prensa con motivo del *Festival Internacional de Cine de Gibara*, Roylán Pardo, en función de reportero, se asistió de una cámara y un camarógrafo proporcionados por el Departamento Create. En la misma conferencia, se encontraba una cámara del Sistema Informativo para las periodistas Dianik Flores y Claudia Álvarez. La información de estas periodistas fue transmitida en la sección cultural de los tres noticieros y Cubavisión Internacional. “La política del Sistema Informativo indica que no resulta indispensable la cobertura del *Noticiero Cultural*, si la información se conoce en otros espacios” (D. Hernández, comunicación personal, 12 de abril de 2017).

De igual forma, los periodistas no cuentan con un medio de transporte²⁵ para llegar a sus coberturas, lo que entorpece el ritmo de trabajo. Esto repercute en que existan pocos reportes de La Habana, pues “resulta difícil llegar a tiempo a los lugares por medios propios, en una ciudad en la que todo queda distante” (D. Hernández, comunicación personal, 12 de abril de 2017).

²⁵ En el mes de abril, el Ministerio de Cultura dispuso un medio de transporte para el *Noticiero Cultural*, pero faltaba contratar a un chofer.

La introducción en el medio permitió comprobar que la mayoría de las coberturas con cita en la capital, se realizan en el carro que la UNEAC pone a disposición de Morlote Rivas como su vicepresidente. Ante la inexistencia de un contacto previo con el camarógrafo (el departamento *Crearte* facilita un medio para transportar la cámara), se obvia un trabajo de mesa o conversación previa sobre lo que quiere el periodista para el reporte, pues el tiempo apremia en cada cobertura.

No obstante, Danelis Hernández asegura que siempre buscan alternativas. “Pasamos mucho trabajo porque la tecnología no es de punta, la imagen no tiene el máximo de calidad, hay problemas con las luces en el estudio. Pero la capacidad de querer hacer es lo que hace que superemos todo eso” (comunicación personal, 12 de abril de 2017).

Desde las corresponsalías, el transporte también constituye un problema. En la encuesta realizada a la periodista Yenis Fleites reconoce que esto incide en la representación de cada municipio de la provincia. La mayoría de los trabajos enviados al *Noticiero* se desarrollan en el municipio cabecera pues se dificulta el traslado hacia otros territorios.

Las encuestas aplicadas a los corresponsales develan que el contenido de sus reportes y la agilización con que los envían se ven obstaculizados por la tecnología. El total de los encuestados reconoce la tecnología obsoleta con la que todavía tienen que trabajar, respecto a los adelantos de la técnica que ya se conocen.

A decir de Yenis Fleites, corresponsal de Sancti Spíritus, la conexión con la carpeta del ftp del Sistema Informativo resulta muy sencilla, porque ahí suben sus trabajos y son recibidos por el equipo en La Habana. Lo complicado radica en la disponibilidad de cámaras y transporte, pues la cultura es una arista más dentro de la información provincial. “En el caso de Sancti Spíritus, el telecentro contaba con muy pocas cámaras para las coberturas, pero hace unos meses entraron cuatro muy modernas, lo que facilitó el trabajo” (comunicación personal, 24 de mayo de 2017).

Respecto a los horarios de quienes laboran en el programa, existe bastante flexibilidad. Esto determina que el colectivo sea heterogéneo, y laboren en otros centros e instituciones. El director general del espacio, Morlote Rivas, comparte esta actividad con la de vicepresidente nacional de la UNEAC, esto propicia una mayor independencia de los recursos materiales del Sistema Informativo.

El periodista Yuris Nórido, Jefe de Información, pertenece a la plantilla del periódico *Trabajadores*; mientras que Magda Resik, además de conducir *En primera persona*, ocupa el cargo de Directora de *Habana Radio*. Por su parte, el guionista Roylan Pardo se desempeña como periodista de la AHS, al igual que Danelis Hernández.

El hecho de que varios de los implicados en el proceso de construcción de la agenda pertenezcan a otras instancias, conlleva a crear una estructura para ser sustituidos en su labor ante cualquier circunstancia, dado el escaso personal.

Lo anterior halla evidencia en la semana del 27 al 31 de marzo con motivo del *Festival Internacional del Danzón Miguel Failde in memoriam*. El guionista del espacio, para realizar una cobertura especial, se trasladó a la ciudad de Matanzas, por lo que la realización del guión se encargó a otra persona. La escogida fue Danelis Hernández, quien asumió la tarea sin contratiempos.

Este intercambio de roles presupone la necesidad de que todos los implicados en el proceso de construcción de la agenda del *Noticiero*, dominen el manual de estilo del medio, con el fin de organizar el flujo comunicativo y a la vez establecer límites con los demás informativos. Mediante la técnica de análisis de contenido²⁶ a los guiones de los programas transmitidos de enero a marzo de 2017, se evidencia un desconocimiento parcial de los requerimientos planteados en el manual de estilo por parte de periodistas y corresponsales. Los corresponsales en provincia no dominan las exigencias estilísticas del *Noticiero*. En la encuesta realizada les resultó imposible mencionar al menos un rasgo del manual.

Esto se corresponde con lo apreciado en la observación participante. Muchas informaciones, se extendían del tiempo establecido o violentaban la dramaturgia requerida para los reportajes y entrevistas. En el trabajo enviado desde Mayabeque, transmitido el día 27 de marzo por el inicio de la Feria Internacional del Libro, se repite la misma lógica informativa que la publicada el 15 de marzo desde Ciego de Ávila, “lo que va en contra de uno de las directrices estilísticas del espacio” (C. Pérez Fernández, comunicación personal, 24 de marzo de 2017).

En el período de tiempo analizado se pudo conocer la dinámica profesional de cada uno de los implicados en la realización del *Noticiero*. Las prácticas cotidianas demostraron el

²⁶ En el anexo # 4 se referencia la guía para el análisis de contenido a los guiones de enero a marzo de 2017.

estado de relaciones profesionales al interior de estas estructuras. El ser un colectivo pequeño, con una dinámica de trabajo compleja pues la frecuencia del programa es diaria, conduce a que el vínculo profesional se extienda hasta lo personal.

Dianelis Hernández y Roylán Pardo coinciden en que el colectivo concibe al *Noticiero* como un proyecto personal, y esto estrecha el nexo. “La dinámica del diarismo absorbe bastante tiempo, no obstante, esta rutina funciona porque el colectivo se siente comprometido con su trabajo. Hacemos equipo e incluso una familia” (D. Hernández, comunicación personal, 12 de abril de 2017).

Las relaciones llevaderas se evidencian, incluso, entre subordinados y jefes. El director del espacio logra un sistema de trabajo integrado que funciona incluso en su ausencia. Por cuestiones personales, Morlote Rivas estuvo fuera del país en el mes de marzo. En este tiempo revisó cada guion del espacio antes de salir al aire y mantuvo un vínculo cordial con los miembros del equipo mediante las redes sociales, para comprobar el funcionamiento del programa.

Mediante la técnica de entrevista semiestructurada, se reconoce como vital “la capacidad del director del *Noticiero* de aunar fuerzas, al hacer equipos de trabajo y de confluencias, no desde la imposición ni el mandato, sino desde el diálogo” (D. Hernández, comunicación personal, 12 de abril de 2017). La organización interna del programa, así como las relaciones sociales al interior del colectivo, influyen decisivamente en las prácticas periodísticas, y como consecuencia, en los contenidos publicados.

4.3 Los procedimientos hechos rutinas en el informativo cultural

La conformación de la agenda del *Noticiero Cultural* tiene características peculiares respecto a otros informativos televisivos. Habitualmente en los noticieros, todas las normas de comportamiento, valores noticia, criterios jerarquizantes, se deben a una instancia superior: el Partido Comunista de Cuba. En el caso particular del espacio, su órgano rector es el Ministerio de Cultura, lo que trastoca las rutinas productivas de periodistas y personal técnico.

La temática cultural escapa de cuestionamientos políticos que atañen en mayor medida a sectores definitorios en la infraestructura del país como la salud, la economía, las Fuerzas Armadas. No obstante, la conformación de la agenda mediática del programa circula por un filtro ideológico para decidir los acontecimientos que se vuelven noticia.

La rutina del *Noticiero Cultural* comienza en el Ministerio de Cultura. La fase de recogida de información para los periodistas que laboran en la capital se reduce a los temas propuestos por el MINCULT para darle cobertura. La dependencia total del *Noticiero* para definir su agenda le confiere al flujo comunicativo un carácter descendente, que parte de una reunión de coordinación mensual el tercer viernes de cada mes con las instituciones y la dirección de programación que orienta sobre el acontecer de las provincias para identificar lo más importante.

Los conocimientos sobre agenda mediática por parte de los corresponsales, coinciden en cierta medida con lo trazado en los postulados teóricos, lo que contribuye a una acción consciente de la construcción de la agenda del medio al dominar sus componentes. En la encuesta aplicada, Henry Godines reconoce como agenda mediática el “derecho que se acreditan los medios de comunicación masiva para escoger o seleccionar los temas que tratan en sus diferentes espacios, se correspondan o no con los intereses de los públicos”.

La entrevista realizada al guionista del programa permitió esclarecer el sistema de trabajo del colectivo, el cual participa en otra reunión cada lunes con los demás medios reconocidos e instituciones del Ministerio de Cultura. “Posteriormente se realizan colectivos de programa, donde establecemos prioridades y hacemos solicitudes a los corresponsales. Aunque esto puede variar pues en la cultura se trazan prioridades a partir de la inmediatez, de la entrega de un premio, de alguna exposición” (L. Morlote Rivas, comunicación personal, 10 de abril de 2017).

Para los corresponsales, la rutinización periodística parte de otras prácticas. Mediante la técnica de las encuestas, los periodistas declararon que la vía principal para cubrir acontecimientos llega a partir de las propuestas de la dirección del *Noticiero*. Niegan la influencia del Partido, instituciones culturales, e incluso su propio telecentro para definir las temáticas. A decir de Yuselín Suárez, sus coberturas dependen fundamentalmente de la actualidad informativa cultural de la provincia (comunicación personal, 15 de mayo de 2017).

Mediante la observación participante se constató que existe una planificación en el espacio para determinar las temáticas a las que dar seguimiento. Desde el lunes ya se está pensando la emisión del viernes y los posibles reportes de las provincias, todo en función de los tres bloques temáticos del espacio.

Para intencionar cada una de las emisiones, nosotros no llegamos a la redacción sin tener una idea de lo que queremos, de antemano mantenemos la comunicación con los corresponsales. Tampoco presentamos la información fríamente, sino que hacemos bloques temáticos para darle seguimiento a una temática puntual (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

Estos bloques temáticos tienen tres momentos definidos en la emisión. A partir del análisis de contenido a los guiones, se confirmó que el primer bloque oscila entre los siete minutos de duración y aborda las noticias más importantes del día, mediante un recorrido por lo que trae la prensa. El segundo bloque tematiza sobre un grupo de sucesos que ocurren en el país e incluye la entrevista de personalidad. Por último, se abre paso a la opinión especializada desde la crítica a una situación polémica y se aborda un tema novedoso con el género del reportaje o la crónica para dar el cierre.

Para Morlote Rivas, resulta indispensable transmitir información en todo momento. Incluso utiliza a los spots de promoción ubicados entre bloques temáticos como una herramienta para difundir una mayor variedad de eventos culturales. En entrevista declaró que así evita que el espacio se convierta en un noticiero de cartelera por sus contenidos, pues dedican los 27 minutos al verdadero ejercicio de la crítica y el periodismo cultural, no a la promoción (comunicación personal, 10 de abril de 2017).

Esta dinámica resta mucho tiempo a los implicados en el proceso productivo, sobre todo a los corresponsales de provincia, quienes envían en ocasiones más de dos trabajos en la semana al *Noticiero*, sin dejar de suplir los reclamos de sus telecentros y del propio Sistema Informativo. Igualmente, en la capital se torna compleja la labor de informar; pues, mediante la inserción en el medio, se comprobó que resulta escaso el personal para cubrir la multiplicidad de eventos en La Habana.

Los periodistas Dianelis Hernández y Roylán Pardo comparten las “salidas a la calle”²⁷ cada semana. Para Pardo Cabrera resultan menos las coberturas pues la confección del guion le impide ausentarse del ICRT. Conchy Pérez, en ocasiones, realiza trabajos sobre temáticas puntuales como ballet, pero tampoco se vincula totalmente a las prácticas productivas por su cargo de jefa de redacción.

²⁷ En el argot periodístico se entiende como coberturas.

Independientemente de las interrelaciones generadas entre el programa y el sistema de corresponsalías, las colaboraciones en la capital no funcionan de manera natural. “Los periodistas que laboran en las secciones culturales de otros informativos nacionales evitan trabajar con el espacio, pues existe cierta competencia, lo que frena la vorágine productiva” (Y. Nórico Cabrera, comunicación personal, 7 de abril de 2017). Para Danelis Hernández, hoy las rutinas funcionan porque el colectivo se siente comprometido con su trabajo, aunque confiesa que el diarismo la hace trabajar a medias (comunicación personal, 12 de abril de 2017).

La observación a la unidad de estudio indicó que el escaso tiempo, unido a las limitaciones materiales y de personal, retardan la grabación del *Noticiero*. En una emisión se esperó hasta el último minuto la entrevista de Danelis Hernández al músico Raúl Torres pues se encontraba en proceso de edición. El programa terminó de grabarse a las tres y diez de la tarde, lo que causó un contratiempo con el colectivo del espacio *A tres tiempos*, quienes debían utilizar el estudio.

Con la aplicación del análisis de contenido, se constató una baja representación de los eventos culturales habaneros. No obstante, los vacíos informativos se suplen de manera adecuada pues cuando el equipo se ausenta a una exposición, Hamlet Fernández realiza un comentario de la muestra o se informa en sección *Revista de Prensa*. En la emisión del martes 14 de febrero, uno de los titulares se correspondía con el inicio del *Festival de la Salsa* en el Parque Metropolitano de La Habana. El tema se abordó en *Revista de Prensa*, a partir de lo informado por el portal *Cubarte*, pues el equipo periodístico no asistió a la inauguración.

Pese a que las temáticas a abordar se definen con varios días de antelación, cada guion del espacio se realiza el día de salir al aire. A partir de las 10 de la mañana, el guionista comienza a organizar cada uno de los trabajos, las secciones y a la una de la tarde se realiza el cierre informativo para comenzar la grabación a la una y 30. Esta inmediatez en la confección de los contenidos, unida al hecho de salir grabados, permite incluir acontecimientos fuera del dietario. La observación participante reveló que a menudo se organizan conciertos o sucesos de último minuto y el *Noticiero* siempre los inserta en el guion, a través de la *Cartelera Cultural*.

En este contexto, la selección informativa y los criterios de noticiabilidad, devienen elemento de peso para conformar el guion final ante la variedad de trabajos llegados desde provincia. La fórmula del guionista radica en potenciar a los mejores proyectos, los mejores artistas y sucesos culturales de la Isla, pues muy pocas veces llegan a la televisión los proyectos de resistencia cultural, la música campesina, el arte de las comunidades (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

Desde la política editorial del espacio, no existen temas ni expresiones artísticas priorizadas; todo depende de la planificación del MINCULT. No obstante, a partir del análisis de contenido realizado, se identificó la música como la manifestación más destacada. En la semana del nueve al 14 de enero, la temática central fue la contaminación sonora y la música como principal contaminante. Del 13 al 17 de febrero, se dedicó la sección *Contrapunteo* a la música tradicional cubana; al igual que en las emisiones del 30 de enero al 3 de febrero, donde el debate giró en torno a la música rock y su promoción en la Isla.

Lo mismo sucedió con la sección *En primera persona*. De los invitados escogidos entre los meses de enero a marzo predominaron los artistas relacionados con la música; entre ellos Georgia Aguirre, directora de las *Anacaonas*, el músico Leo Brouwer y Giraldo Piloto, organizador de la *Fiesta del Tambor*.

En el tema de la crítica intervienen otros elementos para seleccionar los temas a debatir. En ocasiones, desde el punto de vista informativo, no dan cobertura a las artes escénicas pues necesitan una voz autorizada para el debate. A decir de Morlote Rivas, los temas abordados en cada emisión dependen de la especialización de los críticos, aunque no debería ser así. Hay momentos puntuales en los que quieren debatir sobre una puesta en escena y no tienen colaboradores a los que recurrir, por lo que abordan manifestaciones en función de los críticos disponibles (comunicación personal, 10 de abril de 2017).

En el *Noticiero* se aplican los criterios de selección para escoger a los entrevistados que tendrán en el estudio. Mediante la inserción en el medio, se comprobó que la sección *En primera persona* representa un momento privilegiado dentro del espacio, pues los invitados de la periodista Magda Resik deben tener una trayectoria valiosa en el panorama cultural cubano. El hecho de invitar a determinado artista al estudio, lo establece ante la opinión pública como un creador importante, por lo que la selección se hace más compleja.

Nosotros hemos cuidado mucho esta sección. Tratamos que la entrevista sea a una personalidad, no a cualquier conocido. Para que una persona llegue al estudio debe tener un aval, una carrera que lo respalde. Nuestro propósito es no crear falsas figuras (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

Para establecer diferencias entre lo notable y lo trascendente en materia cultural, el colectivo del *Noticiero* potencia la jerarquización de contenidos. Al analizar los guiones se evidencia un interés por la novedad informativa. Cada emisión y bloque temático comienza con lo más actual, lo informativo de último minuto y posteriormente se hilvana un trabajo sobre la misma manifestación artística para establecer hilos temáticos en la dramaturgia del programa. La intención del guionista radica en iniciar con una información y a medida que transcurre el tiempo, crezca la dinámica mediante entrevistas o reportajes.

Pardo Cabrera reconoce que, entre enero y marzo, la Feria Internacional del Libro tuvo una jerarquía en su agenda mediática (comunicación personal, 14 de abril de 2017). En la mayoría de las emisiones, se le dio seguimiento al fenómeno literario por todo el país; por lo que ocupó los titulares con los reportes desde las corresponsalías. La práctica estandarizada por el colectivo del espacio en eventos de tal magnitud concibe la realización de un noticiero dentro del mismo *Noticiero*. Para ello asumió variaciones en el guion al ofrecer adelantos de los entrevistados y falsos vivos²⁸ desde el lugar de los acontecimientos. La publicación de los catálogos de excelencia de disímiles disqueras cubanas, así como la entrega de los Premios Nacionales 2017, ocuparon los principales titulares en los meses analizados. La primicia alcanzada por el *Noticiero* hizo que otros medios lo citaran como una fuente de información verídica. En su generalidad, las informaciones más jerarquizadas en el espacio potenciaron los valores que legitiman a Cuba como nación, reflejo de su política editorial.

Las encuestas aplicadas a los corresponsales evidencian que no existe un conocimiento práctico ni aplicable de los valores noticia en el programa. La mayoría de los encuestados aseveran afiliarse a la novedad, actualidad, temporalidad y proximidad cultural. No obstante, la observación participante y las entrevistas semiestructuradas comprobaron que

²⁸ El falso vivo se desarrolla con un periodista ante las cámaras que graba un parlamento para indicar una transmisión en directo, como puede ser el saludo al locutor en el estudio.

muchas veces no aplican los criterios de ineditismo, la importancia o el interés colectivo pues repiten la lógica promocional en cada una de las presentaciones de artistas nacionales al interior del país.

Desde que inició la gira de la agrupación Buena Fe, en conjunto con Moncada y Casabe, los reportes de la mayoría de las provincias copiaron el esquema informativo. Cada uno de los trabajos se basó en entrevistas a los artistas, las cuales coincidían hasta en los esquemas de preguntas. Este modo de hacer difiere de la política trazada por el *Noticiero* de romper con los patrones culturales y cubrir eventos a partir de lo que digan las personalidades, sin buscarle otra arista a la información.

En cuanto a la espectacularidad en las informaciones, el director del espacio establece ciertas distancias, para no pasar de la cultura al entretenimiento. “A veces los televidentes reclaman que no damos cobertura a la visita personal de cierta figura mediática en La Habana; que Paris Hilton caminó por El Prado o Kim Kardashian montó un almendrón; esa no es nuestra premisa. Sin ser elitistas debemos buscar un producto cultural de calidad” (L. Morlote Rivas, comunicación personal, 10 abril de 2017).

El análisis de contenido arrojó que las provincias menos representadas resultan Pinar del Río, Isla de la Juventud y Ciego de Ávila, pese a que la agenda mediática del *Noticiero* le ofrece igual importancia a la información cultural de todas las provincias. El número de aparición de los territorios en las emisiones depende del corresponsal, del nivel de disponibilidad de los telecentros y de la vorágine cultural del territorio. Para el guionista del espacio, existen provincias con mayor vida cultural que otras, lo que determina una mayor representatividad (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

Los periodistas del espacio coinciden en que las rutinas del *Noticiero* están marcadas por la política del MINCULT y a la vez lo reconocen como pleno decisor de los contenidos a publicar. Para su director, “la agenda mediática del espacio no responde a la opinión pública, ni a la agenda política, sino a la de la real cultura”. No obstante, la mediación de elementos extramediáticos tienen un papel protagónico en la conformación del producto final.

4.4 Más allá de los medios

El sistema de medios implementado en el país con el fin de legitimar socialmente a las empresas periodísticas, propicia que las prioridades informativas se determinen por agentes periféricos a los productores de contenido.

El *Noticiero Cultural* no escapa de este contexto, incluso se evidencia un intercambio de roles entre los emisores de comunicación y las fuentes. Para su guionista, uno de los mayores logros del espacio resulta la relación creada con las instituciones culturales y el Ministerio de Cultura, pues los priorizan entre los demás medios en cuanto a primicia informativa (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

Este grado de prioridad promueve serios cuestionamientos, pues en ocasiones los periodistas no reconocen límites entre informar y regular. A juicio de Roylán Pardo, los elementos extramediáticos deciden cuáles serán los invitados que estarán en la sección *En primera persona*, pues esa selección no puede realizarse de forma deliberada. “El Ministerio de Cultura sí nos orienta temas porque nos debemos a él, incluso ha creado toda una estructura para que nos lleguen las informaciones, que eso los demás medios no lo tienen” (comunicación personal, 14 de abril de 2017).

El propio director del espacio, reconoce la presión institucional en los contenidos de la agenda. Asume que, en ocasiones, han cedido ante propuestas de invitar al estudio a varios directivos y jefes específicamente de la capital; en cambio, su misión consiste en potenciar la labor de escritores y artistas destacados, sobre todo del interior de la Isla.

En la emisión del lunes 30 de enero se evidencia una intencionalidad en las informaciones. En el caso específico del siguiente titular: “Publica la Revista Cultural *La Jiribilla* amplio Dossier dedicado al Premio Casa de las Américas 2017”, se nota que la información alcanza relevancia por tratarse del trabajo de otra institución del Ministerio de Cultura.

Mediante el análisis de contenido y las encuestas aplicadas a los corresponsales, se comprobó que las fuentes institucionales resultan las más consultadas en la producción de los contenidos. Los reportes desde La Habana omiten la opinión del público sobre el hecho cultural; mientras que, en las provincias, entrevistan al público que asistió a la muestra o visitó el teatro. El total de los encuestados reconoció un uso de las fuentes institucionales en detrimento de las públicas.

En la emisión del jueves nueve de febrero, en una información sobre el proyecto “Voces itinerantes”, auspiciado por la Oficina Leo Brouwer, se elige como entrevistada a Isabelle Hernández, la organizadora del evento e invitan al propio Leo Brouwer al estudio para la sección *En primera persona*.

El uso de fuentes institucionales se justifica, a decir de Morlote Rivas, por la peculiaridad de ser un programa especializado, el cual debe brindar criterios de valor que orienten a la audiencia sobre un determinado fenómeno cultural. Además, reconoce que el contacto con las fuentes no institucionales se evidencia más en los reportes desde provincia, pues en La Habana no tienen recursos para llegar a la puesta en escena ni al taller del artista, por lo que se incompleta un ciclo informativo, el cual debe iniciar con la creación, luego su exhibición y por último un diálogo con el público (comunicación personal, 10 de abril de 2017).

La estrecha relación organizativa con el Ministerio de Cultura conduce a cierta dependencia de esa estructura. Los periodistas obvian el hecho de salir a buscar informaciones pues la reunión mensual con instituciones culturales, divulgadores, artistas, traza el plan de trabajo. El guionista reconoce en este modo de trabajar una comodidad y que son favorecidos respecto a otros medios en el acceso a la información, pues estos tienen que asistir a una rueda de prensa mientras ya el *Noticiero Cultural* recibió todos los datos de primera mano (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

A partir de la observación participante, se corroboró el marcado interés de todo el colectivo de diferenciarse de los espacios y secciones culturales existentes. Uno de sus objetivos principales consiste en que los demás medios reconozcan al *Noticiero* como una fuente de información fidedigna y de referencia obligada al hablar de cultura. Lograr distinciones en cuanto a la forma de abordar los contenidos constituye un reto en este espacio, pues los corresponsales pertenecen al Sistema Informativo y, por ende, a otra dinámica de selección.

Pedimos a los corresponsales que versionen los trabajos que envían a nuestro *Noticiero*, pues deben ser especializados. El reporte que nos mandan es diferente al que redactan para el segmento cultural del estelar²⁹. No queremos repetir informaciones, por lo que le damos un enfoque más interpretativo a los temas

²⁹ Noticiero de las ocho de la noche.

abordados por otros medios (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

No obstante, el *Noticiero* debe recurrir a otras instituciones mediáticas para realizar la sección *Revista de Prensa*, la cual propone un recorrido por lo más destacado de los sitios digitales. El análisis de contenido realizado a los guiones de enero a marzo arrojó que los medios más citados en las emisiones resultaron *Cubarte*, *La Jiribilla*, *CubaSí*, así como los periódicos *Juventud Rebelde* y *Granma*. Entre los medios internacionales, el diario mexicano *La Jornada* constituye el más referenciado en cada emisión.

El hecho de que la agenda del *Noticiero* se articule con la de otras publicaciones culturales como *La Jiribilla* o *Cubarte*, responde a intereses marcados del Ministerio de Cultura, mientras que la alusión a los periódicos oficiales del país se inserta dentro de la política editorial del medio de defender los valores más autóctonos de la nación (L. Morlote Rivas, comunicación personal, 10 de abril de 2017).

Otro de los medios de comunicación que incide en la conformación de la agenda mediática del programa resulta la *Mesa Redonda*. Al coincidir en tiempo y espacio³⁰ con la salida al aire del *Noticiero*, impide que este se transmita en vivo, por lo que muchas veces las informaciones no llegan a tiempo al cierre informativo. No obstante, para el director de programación y contenidos del ICRT, el que sea grabado no repercute en las dinámicas del espacio pues “la actualidad cultural y noticiosa se aborda perfectamente, no tiene que ser en vivo” (F. Fernández, comunicación personal, 30 de marzo de 2017).

Contrario a este criterio, Morlote Rivas esgrime que un noticiero no puede ser enlatado. La inserción en el medio demostró que el grabar los programas permite repetir un texto si alguien se equivoca o cambiar el enfoque de algún comentario; sin embargo, el programa en vivo exige mayor preparación, adrenalina y trabajo de mesa por parte del colectivo.

No renuncio a que algún día transmitamos en directo. La situación actual nos pone en una dinámica muy compleja con el tema de la inmediatez, pues muchos de los sucesos culturales en el país ocurren después de las cuatro de la tarde, y nuestro cierre informativo es a las doce del día. Para lograr la inmediatez debemos acudir a los falsos

³⁰ La *Mesa Redonda* se graba en el Estudio 12 de la televisión cubana, al igual que el *Noticiero*. La transmisión de este acaba a las 7:00 pm y en ese mismo horario y canal comienza la *Mesa Redonda*.

vivos y apelar a lo improbable, con sucesos futuristas (L. Morlote Rivas, comunicación personal, 10 de abril de 2017).

Durante el período en que se realizó la observación participante, no se incluyó en el guion ningún acontecimiento que después no tuviera lugar, “aunque eso sí nos ha sucedido en otras ocasiones” (L. Morlote Rivas, 10 de abril de 2017). No obstante, en el primer trimestre de 2017 llegaron informaciones fuera de tiempo a la redacción, que por su valor cultural debían ser reflejadas en el espacio y por cuestiones de temporalidad se transmitieron en otros informativos.

Para analizar aspectos propios del emisor como la construcción de la agenda mediática, resulta indispensable remitirse a las audiencias. El proceso de retroalimentación en el flujo comunicativo deviene un medidor para conocer lo que le interesa a los públicos y cómo se pueden moldear los contenidos en función de acercar la agenda de los medios a la de los receptores.

El *Noticiero Cultural* se ha reestructurado a partir de las opiniones de los televidentes. Las secciones con más aceptación aumentaron su frecuencia por interés de la audiencia. En el caso de *En primera persona*, salía una vez por semana, actualmente se transmite un día más.

Una situación semejante ocurrió con Contrapunteo; a través de la observación participante se evidenció un cambio en cuanto a la concepción del *Noticiero*. El público no quedaba satisfecho con las temáticas abordadas en la semana, pues no se leían sus comentarios y primaba la opinión institucional. A partir del mes de enero se sumó a la arquitectura del guion un día para el televidente, en el que Nórico Cabrera comenta sobre las cartas, correos o mensajes llegados por distintas vías sobre la situación polémica.

La entrevista realizada a Luis Morlote reafirma que, aunque la agenda del *Noticiero* esté mediada evidentemente por el Ministerio de Cultura, a la vez representa los intereses del público, pero sobre todo de los artistas. “Hoy muchos escritores, intelectuales, bailarines, quieren verse reflejados en las emisiones. Aun cuando saben que son las instituciones culturales las que viabilizan los invitados y artistas que tenemos en el programa, se nos acercan para que los invitemos, eso dice mucho” (comunicación personal, 10 de abril de 2017).

Aunque la retroalimentación resulta importante, en un noticiero especializado se debe tener mucho tacto al abordar temáticas atractivas para una masa considerable sin vulgarizar el conocimiento. En este sentido, el consumo de contenidos del *Noticiero* se orienta a la verdadera cultura y no al mundo del entretenimiento o pseudocultura.

Morlote Rivas considera una tarea difícil erigirse como juez seleccionador de lo que puede interesarle a la población. “Pero si tenemos solo 27 minutos y no los utilizamos para promover nuestros mejores proyectos, cineastas, bailarines, le haríamos muy poco favor a la cultura” (comunicación personal, 10 de abril de 2017).

En la observación participante, se evidenció que el *Noticiero Cultural* tiene un público asiduo, aunque las estadísticas del Centro de Investigaciones del ICRT³¹ indiquen lo contrario. Diariamente llegan a la redacción más de 20 de correos electrónicos, cartas y mensajes de las redes sociales. “Uno de los principales reclamos de la audiencia en los meses de observación fue que el *Noticiero* visitara otras provincias del país para abordar la riqueza cultural de los distintos territorios, pero no fue posible” (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

La infraestructura del programa no cuenta con recursos para satisfacer este reclamo. Todos los reportes que se hacen de provincia llegan a través de los corresponsales, solo en casos muy puntuales en los que la institución cultural corre con los gastos, envían a un periodista de la capital (L. Morlote Rivas, 10 de abril de 2017). Durante el período de inserción en el medio, Roylán Pardo y Dianelis Hernández asistieron a coberturas fuera de provincia con motivo del *Festival Internacional de Danzón*, el *Festival Internacional de Cine de Gibara* y las *Romerías de Mayo*.

En ocasiones, el cumplimiento de la política cultural del Ministerio de Cultura atenta contra la novedad discursiva del espacio. La emisión del viernes tres de marzo y la del lunes seis de marzo contienen el mismo titular: “Continúan los debates sobre la labor de la UNEAC y la acción de sus miembros en el ámbito sociocultural”. Incluso en el guion del martes siete, ocupa titulares la información: “Sesionó en Artemisa encuentro de trabajo de la UNEAC

³¹ En el anexo 5, se registra la tabla del Centro de Estudios de Audiencia del ICRT con los bajos índices de público del *Noticiero Cultural*.

para evaluar el quehacer de sus miembros y el impacto en la vida sociocultural”. El hecho de cumplir con los presupuestos del MINCULT imprime un rasgo repetitivo a los guiones. Mientras las mediaciones tecnológicas, institucionales y sociales atentan contra la conformación natural de la agenda del medio, aspectos más burocráticos como la censura se convierten en algo circunstancial. En el espacio confluyen las buenas prácticas para que los periodistas expresen su modo de pensar mediante el ejercicio de la crítica. El director del espacio tiene el mayor mérito en esto, pues motiva a profundizar en la cultura desde lo polémico.

A partir de la observación participante, se comprobó que los comentarios de los especialistas, en ocasiones, tocan temas proclives a la censura; pues inculpan a instituciones y organismos de distintos fenómenos sociales. No obstante, por ser voces autorizadas dentro de la cultura quienes emiten razonamientos y están en lo correcto, nada trasciende al plano político.

Nórido Cabrera, en su habitual comentario de *Contrapunteo* el día 17 de marzo, señaló la importancia del trabajo comunitario. Para ello, rebate los criterios de la Presidenta del Consejo Nacional de Casas de Cultura, Indira Fajardo, quien fue invitada al estudio el día anterior para opinar sobre el tema. Teniendo en cuenta el vínculo informativo del programa con el MINCULT, principal responsable del funcionamiento de las Casas de Cultura, este comentario podría no haberse publicado.

En este punto, juega un papel fundamental la incorporación de la política editorial del medio de prensa a las dinámicas periodísticas. Una especie de autocensura se evidencia en los periodistas del espacio, quienes realizan fundamentalmente los trabajos orientados desde el MINCULT. Por supuesto, este modo de hacer responde a rutinas de tipo, incluso, inconscientes que están mediadas por la macroestructura ideológica que penetra, de forma reticular, todo el proceso de producción noticiosa.

4.5 El nivel ideológico al margen de todos los procesos

Definir la agenda de un medio resulta complejo dado el carácter intencionado e ideologizado del discurso periodístico. Precisamente el nivel ideológico atraviesa todo el proceso de construcción del mensaje, por ello resulta imposible estudiarlo como algo aislado. Para analizar la presencia de la ideología en el *Noticiero Cultural*, se debe partir de cada uno de los niveles de influencia declarados por Shoemaker y Reese (1994).

En cuanto a las características individuales de los periodistas y personal técnico del programa, se evidencian rasgos afines al sistema político cubano. La mayoría de los encuestados pertenecen a organizaciones como la Unión de Jóvenes Comunistas y el Partido Comunista de Cuba.

El cargo político de Morlote Rivas, vicepresidente de la UNEAC, le aporta al programa una visión institucional del fenómeno de la cultura, y sus experiencias personales con los escritores y artistas enriquecen su estrategia de mando para un programa cultural especializado.

Mediante la inserción en el medio, se constató que el *Noticiero Cultural* refleja lo más valioso de la cultura cubana en correspondencia con las directrices políticas de la Isla. Lo mismo sucede con Magda Resik, directora de Habana Radio, emisora que tributa a la Oficina del Historiador de La Habana y que sostiene una postura política acorde a los principios de la Revolución.

El colectivo del programa se reconoce como un medio de la UNEAC, la AHS y todas las instituciones y proyectos integradores del Ministerio de Cultura. En consecuencia, cada periodista tiene determinadas las aristas que deben destacar en una personalidad determinada o proyecto cultural, al potenciar “la defensa de los principales valores de la identidad cubana y legitimando a las voces principales de la vanguardia artística cubana” (D. Hernández, comunicación personal, 12 de abril de 2017).

El rol del espacio como medio oficial y vocero del Ministerio de Cultura confluye para que sea permisible el tratamiento de temas con un matiz crítico. Al respecto, Yenis Fleites declara que “los trabajos críticos son los que el *Noticiero* publica más rápido” (comunicación personal, 22 de mayo de 2017). El interés del programa radica en ejercer la crítica, pero en un sentido constructivo y en concordancia con posturas revolucionarias, para así convertirse en una voz autorizada entre los escritores y artistas.

Aunque el guionista del espacio afirma que desde la política editorial de espacio no existen temas ni expresiones artísticas priorizadas porque todo depende de la planificación del MINCULT, abordan temas potenciales en pos de destacar los logros y beneficios del proyecto social cubano (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017). La técnica de análisis de contenido mostró que las temáticas destacadas tributan a la labor de

los Instructores de Arte, los artistas del Plan Turquino y otros sitios rurales, así como el trabajo en las comunidades y el plan de eventos de las distintas provincias.

Los corresponsales declararon, en las encuestas, que el plan de eventos de las provincias necesita un mayor reajuste porque la representatividad cultural en sus coberturas radica en reuniones, festivales y galas culturales. Esto incide negativamente en la especialización de los reportes, pues la mayoría de las informaciones carecen de investigación y trabajo de fondo.

Los criterios de selección y jerarquización se ven mediados de igual forma por el componente ideológico. Mediante el análisis de contenido, se evidencia una intencionalidad a la hora de concebir la sección *Revista de Prensa* sobre la base de lo que divulgan otros periódicos y sitios digitales. Los contenidos del Órgano Oficial del Partido Comunista de Cuba, el periódico *Granma*, deviene el más mencionado, al igual que *Juventud Rebelde* y otras publicaciones cubanas y del Ministerio de Cultura.

Ninguna emisión del *Noticiero Cultural* se hizo eco de lo publicado por medios alternativos o no oficiales. En el caso de medios internacionales, se referencia solo al periódico mexicano *La Jornada*, una publicación que apoya las causas radicales de izquierda y se identifica con el proceso revolucionario cubano. Además, el hecho de reflejar la opinión institucional en mayor medida que la del público, se corresponde con el interés de establecer un discurso desde la oficialidad sobre el fenómeno cultural cubano, en el rescate de las verdaderas tradiciones.

El colectivo del programa en su generalidad está compuesto por jóvenes, de ahí el incentivo de incorporar ideas renovadoras como portadores de convenciones, creencias e ideologías de su generación. No obstante, cada periodista de espacio aboga por hacer cumplir la política editorial del ICRT y del Ministerio de Cultura. A través de entrevistas semiestructuradas se comprobó que el *Noticiero Cultural* reniega de los esquemas sensacionalistas, enajenantes y amarillistas de los grandes conglomerados mediáticos; apuesta, en contraposición, por un periodismo serio y especializado.

Los mismos trabajos que realizo para el *Noticiero* son transmitidos por el noticiario *En Marcha*³². El control en cuanto al tratamiento periodístico no resulta estricto. Me

³² Espacio informativo noticioso del canal *Centrovisión*, de la provincia Sancti Spíritus.

pueden decir esta semana que debo entregar un reportaje sobre la enseñanza artística, pero no es la tónica. Solo marcan un camino para hacerme saber por dónde andan las prioridades del Ministerio de Cultura (Y. Fleites, comunicación personal, 23 de mayo de 2017).

Contrario al criterio de Fleites, la observación participante arrojó que el Ministerio de Cultura, de conjunto con sus instituciones, determinan las temáticas a tratar en el *Noticiero*, e incluso los modos de hacerlo. La sección *En primera persona*, tiene el rasgo distintivo de presentar una entrevista de personalidad, por lo que el criterio de selección de ese entrevistado corresponde a instancias superiores al medio.

No obstante, en el colectivo del espacio no reconoce que exista censura al descartar ciertos trabajos, deviene resultado de los códigos pautados entre la dirección del espacio y sus periodistas para producir mensajes en concordancia con la política cultural del país.

El hecho de responder a los intereses del Ministerio de Cultura representa una ventaja para obtener declaraciones e informaciones de primera mano. Mediante el análisis de contenido, se evidenció que cada semana, *Contrapunteo* presentó la opinión institucional de directivos e instituciones implicadas con el debate de la emisión que muchas veces no son viables para entrevistar.

La comparecencia de figuras de alto nivel como el viceministro de cultura Fernando Rojas, el Doctor Eduardo Torres Cuevas, director de la Biblioteca Nacional José Martí, o el director de la Cinemateca de Cuba, responde al vínculo establecido con el MINCULT. “Nosotros estamos donde estamos por el Ministerio de Cultura, si hoy nos debemos a él es porque ha propiciado todas las condiciones para que lleguemos a los artistas e instituciones sin contratiempos” (R. Pardo Cabrera, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

El componente ideológico se encuentra presente en cada etapa de la construcción de la agenda mediática del espacio pues atraviesa todos los niveles de influencia. La repetitividad representa un rasgo del discurso oficial del *Noticiero*, en función de convertir al único espacio cultural especializado del país en el principal referente del público cubano como agente de control de la sociedad.

CONCLUSIONES

1. El colectivo del *Noticiero Cultural* posee un nivel profesional acorde con el periodismo especializado que realiza; no solo por las relaciones creadas con las instituciones culturales cubanas, sino también por la experiencia que han adquirido sus miembros durante los tres años de vida del espacio. En su dinámica productiva inciden los estrechos vínculos profesionales y personales, la comunicación constante entre los directivos y los periodistas, así como los altos niveles de motivación de periodistas y corresponsales.
2. El proceso de establecimiento de la agenda mediática está marcado por relaciones sociales (propias del nivel individual) de índole afectiva, familiar, profesional. La puesta en práctica de presupuestos éticos deviene imperativo de la producción de contenidos culturales, tan propicios a la subjetividad.
3. El nivel de organización interna del espacio adolece el divorcio que existe entre el SITVC y el *Noticiero Cultural*. El ICRT no le garantiza al programa el soporte técnico como cámaras, luces, transporte; toda la infraestructura corre a cargo del Ministerio de Cultura y sus instituciones. Este contexto incide en la escasa representación de los eventos ocurridos en La Habana y municipios del interior del país, dadas las carencias técnicas y de personal. Además, el *Noticiero* necesita de una mejor organización estructural para que sus periodistas asistan a eventos de primera línea en todo el país, pues el sistema de corresponsalías no satisface los reclamos informativos del espacio.
4. Las prácticas periodísticas del *Noticiero*, propias del nivel de procedimiento de los medios, están marcadas por la política cultural del país, para destacar los mejores proyectos, artistas y sucesos culturales de la Isla en el rescate de los verdaderos valores de la cultura cubana. De hecho, el Ministerio de Cultura, de conjunto con sus instituciones y medios de comunicación (la UNEAC, la AHS, *La Jiribilla*, *Cubarte*), determinan los contenidos a tratar por la agenda mediática del espacio. En este sentido, la opinión institucional resulta la más destacada, por lo que el proceso comunicativo sufre un cambio de roles en el que las fuentes dejan de informar para regular la información.
5. La agenda mediática del programa prioriza el ejercicio de la crítica; así, las temáticas polémicas y de interés social alcanzan mayor connotación que los reportes informativos,

con el fin de ofrecer juicios y criterios especializados y convertirse en el principal referente del público cubano en materia cultural.

6. Las mediaciones tecnológicas y otros espacios priorizados por el ICRT como la *Mesa Redonda*, interfieren en la salida en vivo del programa. Esto complejiza la labor del equipo productivo y conspira contra la inmediatez requerida en los noticieros. El cierre informativo del programa se produce cinco horas antes de salir al aire, por lo que quedan fuera de la emisión muchas informaciones de interés del medio.

7. El nivel ideológico en el *Noticiero Cultural* representa el elemento central en la producción de los mensajes periodísticos. A partir de esta macroestructura se relacionan todos los procesos de organización individual, interna, externa y productiva del medio. Cada uno de los niveles de influencia analizados complementa al otro para conformar el producto final: la agenda mediática del espacio.

RECOMENDACIONES

1. Dar a conocer y debatir los resultados de la presente investigación al equipo de realización del *Noticiero Cultural*.
2. Promover y continuar el estudio de la conformación de la agenda mediática desde el modelo de Shoemaker y Reese, no solo en los espacios audiovisuales, sino también en medios de otros formatos.
3. Completar el estudio de la conformación de la agenda mediática del *Noticiero Cultural* con un análisis de recepción del espacio.
4. Extender el estudio de la conformación de la agenda mediática a los procesos de percepción de los emisores cubanos sobre el sistema de medios en Cuba.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alsina, M. R. (1993). *La construcción de la noticia*. Barcelona, España: Ediciones Paidós.
- Barreda, L., Segura, R., y Nápoles, R. (1991). *La construcción de la noticia. Estudio del proceso de producción de noticias en el Noticiero Nacional de Televisión* (Tesis de Licenciatura). Universidad de La Habana, La Habana.
- Basail Rodríguez, A., y Álvarez Rodríguez, D. (2004). *Sociología de la cultura. Selección de textos*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Berger, P., y Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Brito, G. (2010). *Influencia que ejercen los noticieros de TC Televisión en los telespectadores* (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador.
- Calzadilla, I. (2005). *La nota*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Cervantes, C. (1995). ¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística? *Comunicación y Sociedad*, (24), 97 –125. Recuperado a partir de http://publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/24_1995/97-125.pdf
- Cervantes, C. (1996). Valores noticiosos en el periodismo televisivo de nota roja. *Comunicación y Sociedad*, (25-26), 89-137. Recuperado a partir de <http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/1920>
- Cervantes, C. (2001). La Sociología de las Noticias y el Enfoque Agenda-Setting. *Convergencia*, (24), 49-65. Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10502402>
- Concepción Llanes, J.R. (2016) *Escaneando el Paquete Semanal (I)*. La Habana: Portal de la Televisión Cubana. Recuperado a partir de <http://www.tvcubana.icrt.cu/seccion->

- temas/1906-escaneando-el-paquete-semanal-i el paquete
- De León, S. (2003). *La construcción del acontecer. Análisis de las prácticas periodísticas*. México: Universidad de Aguascalientes.
- Diz, E., y Saladrigas, H. (2011). La categoría mediaciones en los análisis de las lógicas de producción periodísticas en la web. *Mediaciones Sociales*, (9), 35–72. Recuperado a partir de http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/25-26_1996/89-137.pdf
- Estrada Portales, I. E. (1996). *Retóricas, astucias, convenciones: ideologías profesionales de los periodistas cubanos*. La Habana: Ciencias Sociales.
- Fishman, M. (1983). *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires, Argentina: Tres Tiempos.
- Fontcuberta, M. (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Frankenberg, L., y Lozano, J. (2010). Rutinas, valores y condicionantes en la producción de la noticia: el testimonio de cuatro directores de medios informativos en Monterrey, México. *Comunicación y Sociedad*, (23), 175-204. Recuperado a partir de https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=355.
- Galindo, J. (2008). *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible*. Madrid, España.: McGRAW-HIL -Interamericana de España.
- Gámez, N. (2007). El paradigma de la mediación: crítica y perspectivas. *Mediaciones Sociales*, 1, 195–213. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/MESO0707110195A/21456>
- García Martínez, A. A. (2016). *Dramaturgia informativa desde la realidad cultural*.

- Estudio sobre la construcción dramática del Noticiero Cultural del Sistema Informativo de la Televisión Cubana durante enero de 2016* (Tesis de Licenciatura). Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, Villa Clara.
- García Canclini, N. (1995). *Ideología, cultura y poder*. Buenos Aires: Oficina de publicaciones del ciclo básico común.
- García Luis, J. (2004). *La regulación de la prensa en Cuba: referentes morales y deontológicos* (Tesis de Doctorado). Universidad de La Habana, La Habana.
- Gramsci, A. (1999). *Cuadernos de la cárcel* (Vol. 5). México D.F: Ediciones Era/Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Hernández, M. E. (1995). *La producción noticiosa*. México: Universidad de Guadalajara.
- Hernández, M. E. (1997). La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México. *Comunicación y Sociedad*, (30), 209-242. Recuperado partir de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1365-2818.1980.tb00240.x/pdf>
- Hirsh, P. M. (1980). Occupational, organizational and institutional mass media research. Toward and integrated framework. *Mass Communication Review Yearbook*, (1), 44-68. Recuperado a partir de <http://www.comminint.com/> The Communicationinitiative Network. Mhtml.
- Lalinde, A. M. (1992). La selección de la noticia. Evidencia de ideologías profesionales. *Signo y pensamiento*, (20), 25-40. Recuperado a partir de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3262/249>

- Legañoa, J. (2006). *Por las venas de la política editorial de Juventud Rebelde. Un acercamiento a la política editorial sobre temas nacionales del diario Juventud Rebelde* (Tesis de Licenciatura). Universidad de La Habana, La Habana.
- Lippmann, W. (1922). *The world outside and the pictures in our heads*. Illinois, Estados Unidos: University of Illinois Press.
- Lozano Rendón, J.C. (1996). Teoría e investigación de la comunicación de masas. Recuperado a partir de <https://www.scribd.com/doc/249539509/Teoria-e-Investigacion-de-La-Comunicacion-de-Masas-Jose-Carlos-Lozano-Rendon>
- Manual de Sexto Ciclo Periodismo. (2013). *Noticiero Televisivo*. Recuperado de <https://heinusac.files.wordpress.com/2013/08/noticiero-televisivo.pdf>
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín Barbero, J. (1991). Perder el objeto para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, (18). Recuperado a partir de <http://www.javeriana.edu.co/signoyp/pdf/1082.pdf>
- Martínez Morgado, A., y Dueñas Carmona, L. (2015). *¿Qué dice Cuba? Un estudio sobre la construcción simbólica de la opinión pública en Cuba Dice* (Tesis de Licenciatura). Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, Villa Clara.
- Martini, S. (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad. Recuperado a partir de <http://www.nombrefalso.com.ar/index.php?pag=96>
- Martín Serrano, M. (1993). *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Martín Serrano, M. (2008). *La mediación social*. Madrid: Ediciones Akal.S.A.
- McCombs, M., y Shaw, D. (1972). The Agenda-setting function of the mass media. *Public*

- Opinion Quarterly*, (36), 24-36. Recuperado a partir de https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall06/McCombs%20and%20Shaw%20POQ%201972.pdf
- McCombs, M. (1992). La evolución de la agenda setting. Recuperado a partir de <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/107769909206900402>
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda*. Barcelona: Paidós.
- Muñiz Zúñiga, V., Fonseca Valido, R. Á., y Castillo Salina, Y. (2015). Estudios sobre Agenda Setting en Cuba (2010-2015). Tendencias generales de investigación en pregrado. *Razón y palabra*, (92), 1-29. Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/html/1995/199543036007/>
- Obach, X. (2001). *Educación para la Comunicación. Televisión y Multimedia*. Departamento TIC del CRIF Las Acacias.
- Park, R. (1940). News as a Foro of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge. *American Journal of Sociology*, (45), 669-686. Recuperado a partir de <http://produccioncientificaluz.org/index.php/quorum/article/viewFile/17566/17548>
- Ramírez, T. (s/f). Gabinetes de Comunicación: de la seducción por la imagen a la obsesión por «aparecer». El periodismo de rutina hace más fuertes a las fuentes oficiales y más débiles a las no oficiales. Universidad Del País Vasco. Recuperado de <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer01-08-ramirez.pdf>
- Reese, S. D. (1999). Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de «jerarquía de influencias». *Comunicación y Sociedad*, 2(12). Recuperado de <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8793/1/20100226104850.pdf>
- Reyes, L. (2003). *Manual de fuentes de información*. La Habana: Pablo de la Torriente.

- Ricardo Luis, R. (2006). Detrás de la fachada. Recuperado a partir de http://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110607/pdf/30_1997/209-242.pdf
- Rizo, M. (s/f). El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación. Recuperado a partir de <http://www.portalcomunicacio.com/download/17.pdf>
- Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria*. España: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. Recuperado a partir de <http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf>
- Rosquete Toledo, D. (2010). *Con el catalejo en su lugar. Estudio del proceso de la conformación de la agenda mediática sobre el acontecer nacional del SITVC* (Tesis de Licenciatura). Universidad de La Habana, La Habana.
- Saladrigas, H., y Alonso, M. (2006). *Teoría de la comunicación. Una introducción a su estudio*. La Habana, Cuba: Editorial Pablo de la Torriente.
- Salas, E., Cordero, G., y Márquez, K. (s. f.). Análisis sobre el contenido de noticieros de televisión nacional transmitidos por señal abierta en la ciudad de Guayaquil – Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Recuperado de <http://caribeña.eumed.net/noticieros-television-nacional>
- Sánchez, E. (1991). Apuntes sobre una metodología histórico-estructural (con énfasis en el análisis de medios de difusión). *Comunicación Y Sociedad*, (10-11), 11–49.
- Sandoval, C. (2002). *Programa de Especialización en teoría. Métodos y Técnicas de Investigación Social. Investigación Cualitativa*. Colombia: Instituto Colombiano para el Fomento de la educación superior.
- Shoemaker, P. J., y Reese, S. D. (1994). *La mediatización del mensaje. Teorías de las*

- influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Diana.
- Thompson, J. (2008). *Ideología y cultura moderna* (Vol. 1). La Habana: Pablo de la Torriente.
- Torres, A. (2010). *El proceso de producción cultural de la televisión infantil en Cuba* (Tesis de Maestría). Universidad de La Habana, La Habana.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Un estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Van Dijk, T. (1996). *La noticia como discurso. Comprensión estructura y producción de la comunicación*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Villegas, E., Vargas, Y., Paz, G., Hernández, G., y Ramos, B. (2014). Alimentando a la bestia. Rutinas productivas en organizaciones e instituciones periodísticas de dos ciudades fronterizas. Estudio de caso. *Razón y palabra*, (87). Recuperado a partir de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/M87/05_VillegasVargasPazHernandezRamos_M87.pdf
- Wolf, M. (1987). *La investigación en la comunicación de masas*. La Habana, Cuba: Editorial Pablo de la Torriente.
- Wolf, M. (1997). Los emisores de noticias en la investigación sobre comunicación. *Zer*, 3. Recuperado a partir de <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer03-01-wolf.pdf>

ANEXOS

Anexo # 1

Modelo jerárquico de influencias en el contenido



Anexo # 2**Encuesta a corresponsales provinciales del *Noticiero Cultural***

La presente encuesta forma parte de un estudio sobre el establecimiento de la agenda mediática del *Noticiero Cultural*. Sus consideraciones resultan vitales para definir los elementos mediadores en la conformación del temario. Agradecemos su cooperación, sus respuestas ofrecerán resultados valiosos.

1. ¿Es usted graduado de periodismo? Sí ____ No ____

2. Años de experiencia en la televisión: ____

3. Brevemente, ¿qué entiende por agenda mediática?

4. ¿Cómo selecciona las temáticas a abordar para el *Noticiero Cultural*?

____ Me los orienta la dirección del Telecentro

____ Abordo temas que me parecen importantes sin tener en cuenta necesidades informativas de los públicos.

____ Por interés del *Noticiero Cultural*

____ Me lo orienta la política editorial del Partido Comunista

____ A propuesta de alguna institución

____ Selecciono los temas de otro modo. ¿Cuál?

5. ¿Cómo es su rutina de trabajo como corresponsal del *Noticiero Cultural*?

6. ¿Qué valores noticia usted potencia en sus coberturas?

____ Novedad

____ Originalidad

- ☐ Imprevisibilidad
- ☐ Ineditismo
- ☐ Actualidad
- ☐ Temporalidad
- ☐ Espacio
- ☐ Proximidad Cultural
- ☐ Otros. ¿Cuáles?

7. ¿Domina el manual de estilo del *Noticiero*? ☐ Sí ☐ No

De ser afirmativa su respuesta, qué elementos del manual de estilo podría enumerar brevemente.

8. ¿Qué tipo de fuentes prioriza en sus trabajos?

- ☐ Fuentes oficiales
- ☐ Fuentes documentales
- ☐ Público
- ☐ Contraste entre las fuentes oficiales y el público
- ☐ Otra. ¿Cuál?

9. ¿Qué vínculos establece con las fuentes para obtener información?

- ☐ Afectivos
- ☐ Personales
- ☐ Profesionales
- ☐ De dependencia
- ☐ Otros. Menciónelos

10. ¿Qué objetivo se traza con sus trabajos periodísticos?

- ☐ Educar a la población
- ☐ Formar valores

- ☐ Motivar a la reflexión
- ☐ Respetar la opinión del público
- ☐ Satisfacer la agenda pública
- ☐ Otras. ¿Cuáles?

11. Usted envía trabajos al *Noticiero Cultural* porque se siente:

- ☐ Motivado ☐ Comprometido ☐ Ninguna de las dos

¿Por qué?

12. ¿Qué factores dificultan el proceso productivo en las corresponsalías?

- ☐ Carencias materiales
- ☐ Limitaciones de tiempo y espacio
- ☐ Escasez de sucesos culturales en la provincia
- ☐ Tecnología obsoleta
- ☐ Falta de comunicación entre la dirección del programa y sus corresponsales
- ☐ No lo dificulta nada
- ☐ Otra. ¿Cuál?

13. En los trabajos periodísticos usted utiliza

- ☐ Infografía
- ☐ Efectos de sonido
- ☐ Imágenes de archivo
- ☐ Imágenes obtenidas exclusivamente para el trabajo periodístico
- ☐ Lo que se le ocurra
- ☐ Otros recursos. ¿Cuáles?

14. Las relaciones de trabajo en el *Noticiero Cultural* son:

- ☐ Buenas ☐ Malas ☐ Regulares

¿Por qué?

15. En su opinión, ¿qué mejoraría las dinámicas productivas del *Noticiero*?

Anexo # 3

Guía de entrevista semiestructurada a periodistas, corresponsales y directivos del programa

- 1. Relaciones profesionales al interior del grupo**
- 2. Vínculo con los superiores**
- 3. Criterios sobre la ética periodística**
- 4. Ansias de superación personal y profesional**
- 5. Carencias tecnológicas**
- 6. Características del flujo informativo**
- 7. Dominio del manual de estilo**
- 8. Dinámicas productivas del espacio**
- 9. Criterios de selección y jerarquización**
- 10. Particularidades para redactar el guion**
- 11. Vínculo con las fuentes**
- 12. Labor del Ministerio de Cultura en la conformación de los contenidos**
- 13. Relación con la audiencia**
- 14. Ideología del programa**
- 15. Evidencia de censura por las instancias superiores**

Anexo # 4

Guía de análisis de contenido a los guiones

- 1. Temas culturales más recurrentes**
- 2. Provincias más representadas**
- 3. Manifestación del arte con mayor reflejo en los reportes**
- 4. Aplicación de las técnicas periodísticas y valores noticia**
- 5. Temáticas de los titulares**
- 6. Nivel de selección de los entrevistados**
- 7. Grado de jerarquización en la dramaturgia informativa**
- 8. Fuentes informativas priorizadas**

Anexo # 5

Resumen de un estudio de audiencias de los programas de Cubavisión (20 de febrero de 2017).

LUNES 20 DE FEBRERO DEL 2017											
CANAL CUBAVISIÓN											
		Total en %		Masculino		Femenino		Jóvenes		Adultos	
2:09 AM	Telecine	0,8	90	0,8	90	0,7	90	0,7	90	0,7	90
	Buenos días	15,5	89	15,3	90	15,6	88	9,7	88	17,2	89
6:30 AM	Buenos días (6:30 AM A 7:30 AM)	15,1	89	14,4	90	15,6	88	9,7	88	16,7	89
7:31 AM	Buenos días (7:31 AM A 8:30 AM)	7,5	91	6,8	97	8,2	88	4,8	83	8,4	93
	Buenos días (Completo)	2,3	96	3,4	100	1,4	88	1,6	75	2,5	100
8:30 AM	Serie: "La familia Jim"	1,5	88	0,8	100	2,0	83	0,0	0	2,0	88
9:20 AM	Telecine	1,9	90	1,7	100	2,0	83	0,0	0	2,5	90
10:57 AM	Entre libros	0,4	100	0,0	0	0,7	100	0,0	0	0,5	100
11:13 AM	Serie: "Lo que diga el corazón, Niche"	7,2	89	3,4	88	10,2	90	1,6	100	8,9	89
11:59 AM	Entorno	1,5	94	1,7	100	1,4	88	0,0	0	2,0	94
12:15 PM	Al mediodía	14,0	89	8,5	90	18,4	89	4,8	67	16,7	91
1:00 PM	N.T.V.	16,6	88	12,7	82	19,7	91	9,7	83	18,7	88
2:00 PM	Contra el olvido	4,2	80	2,5	83	5,4	78	1,6	50	4,9	83
4:00 PM	Noticiero ANSOC	0,4	100	0,8	100	0,0	0	1,6	100	0,0	0
4:15 PM	Dibujos animados	1,1	92	1,7	88	0,7	100	0,0	0	1,5	92
4:44 PM	El chiribitil	1,9	100	0,8	100	2,7	100	1,6	100	2,0	100
4:58 PM	Sopa de palabras	1,5	100	0,0	0	2,7	100	0,0	0	2,0	100
5:29 PM	Quédate conmigo	0,4	75	0,0	0	0,7	75	1,6	75	0,0	0
5:58 PM	Serie: "Los tres Villalobos"	3,4	89	0,8	100	5,4	88	3,2	88	3,4	89
6:29 PM	Noticiero cultural	0,8	100	0,8	100	0,7	100	0,0	0	1,0	100
7:00 PM	Mesa Redonda	8,3	85	11,0	85	6,1	86	0,0	0	10,8	85
8:00 PM	N.T.V.	64,2	88	62,7	87	65,3	89	33,9	83	73,4	89
8:32 PM	Vivir del cuento	79,2	95	73,7	96	83,7	95	80,6	94	78,8	96
9:04 PM	Novela: "Rastros de mentiras"	65,3	93	49,2	91	78,2	94	58,1	92	67,5	93
9:55 PM	Cuando una mujer	13,6	96	8,5	93	17,7	97	4,8	92	16,3	96
10:09 PM	Más allá del cine	1,5	94	1,7	88	1,4	100	0,0	0	2,0	94
11:30 AM	N.T.V. Cierre	0,4	100	0,0	0	0,7	100	0,0	0	0,5	100

