

UCLV
Universidad Central
"Marta Abreu" de Las Villas



FH
Facultad de
Humanidades

TRABAJO DE DIPLOMA

Título: Estudio de recepción del programa "Todo Mezclado" de la emisora
Estereocentro FM 93.5

Autor: Deisi Palmero Lopez

Tutor: MSc. Arístides Gómez Pimentel

Santa Clara
Copyright©UCLV

UCLV
Universidad Central
"Marta Abreu" de Las Villas



FH
Facultad de
Humanidades

DIPLOMA THESIS

Title: Research study about the program "Todo Mezclado" of the station
Estereocentro FM 93.5

Author: Deisi Palmero Lopez

Thesis Director: MsC Arístides Gómez Pimentel

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

Se autoriza su utilización bajo la licencia siguiente: **Atribución-**

No Comercial- Compartir Igual



Para cualquier información contacte con:

Dirección de Información Científico Técnica. Universidad Central
“Marta Abreu” de

Las Villas. Carretera a Camajuaní. Km 5½. Santa Clara. Villa Clara. Cuba.
CP. 54 830

Teléfonos.: +53 01 42281503-1419



ACTA DE CONFORMIDAD PARA ESTUDIANTES DE PREGRADO

Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas

Por una parte: Deisi Palmero López estudiante de la carrera de: Comunicación Social en la facultad de: **Humanidades**, en lo adelante EL ESTUDIANTE. Con número de identidad permanente: 66052304355 o pasaporte: _____. Y por otra parte Ivis González Pereira Jefe del Departamento Docente de: Comunicación Social en la ya mencionada facultad, en lo adelante EL JEFE DE DEPARTAMENTO, y

Aristides Gomez Pimentel profesor(es) encargado(s) de tutorar el Trabajo de Diploma DEL ESTUDIANTE, en lo adelante EL TUTOR.

Reconocen que:

- i. A **EL ESTUDIANTE** se le ha aprobado como tema de investigación para su Trabajo de Diploma el titulado:
- ii. **EL ESTUDIANTE** no divulgará información concerniente a la investigación, tanto durante el desarrollo como tras la culminación de esta sin la debida autorización **DEL TUTOR** o **EL JEFE DE DEPARTAMENTO**.
- iii. Que el Trabajo de Diploma fruto de la labor investigativa de **EL ESTUDIANTE** y la asesoría de **EL TUTOR**, resulta de **TITULARIDAD EXCLUSIVA** de la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas.
- iv. **EL ESTUDIANTE** una vez aprobada su tesis para la defensa, depositará una copia electrónica de la misma en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.
- v. A partir de la defensa y aprobación del Trabajo de Diploma, la publicación total, parcial o la elaboración de cualquier obra que se derive de esta investigación por parte de **EL ESTUDIANTE**, contará con la coautoría de **EL TUTOR** y viceversa, resultando de referencia obligada esta obra en cualquier otra que se elabore. El incumplimiento de esta cláusula, puede llevar consigo el inicio de procesos de plagio. Todo lo anterior de acuerdo a la normativa de Derecho de Autor vigente en Cuba.

Y para que así conste se firma la presente en la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, a los 13 días del mes de diciembre del año 2023.

EL ESTUDIANTE

JEFE DE DEPARTAMENTO

TUTOR

TUTOR

"La radio afecta a la gente de una forma muy íntima, de tú a tú, y ofrece todo un mundo de comunicación silenciosa entre el escritor-locutor y el oyente"

Marshall McLuhan

A todos, los que creen en mí...

AGRADECIMIENTOS

- A mi niña, por ser la luz de mis días,
- A mi sobrino por ser mi soporte, mi puerto seguro,
- A mi hermana, por su amor incondicional,
- A mis padres que desde donde estén, me miraran con orgullo,
- A Noah, por el infinito amor que me entrega,
- A mi tutor Arístides, por su incondicional ayuda, siempre cargada de tranquilidad y optimismo,
- A Noel, Betty, Susy, por quedarse a mi cargo, luego de las partidas,
- A Ani Esparza, por convertirse en otra hija y apodarme Lalo,
- A Claudiña, por su cariño y su disposición siempre a ayudar,
- A Yesi, Mairita, Dagmaris, Maria, Yaneisy por estar siempre ahí, para empujarme,
- A Esthercita, pues sin su auriculoterapia no hubiese podido,
- A mi gran familia del hospital militar, que son muchos y ellos saben...,
- A Yuraidy, por flexibilizar mi horario laboral,
- Al Súper Equipo, por ser eso “un Súper Equipo”,
- A los profesores que dejaron una huella en mí, Tania, Ana Isabel, Kirk, Carmencita, Marilin...,
- A mis compañeros de aula, por navegar juntos en esta travesía,
- A Estereocentro FM 93.5, por abrirme las puertas a colaborar, Yelena, Marisela, Arnelice,
- A los que me dijeron cuando comencé “tú estás loca, que me cojan con un libro en la mano a esta edad”,
- En fin, a todos los que me ayudaron, me impulsaron y formaron parte de mi formación académica,

GRACIAS

RESUMEN

Para la emisora municipal de Santa Clara, Estereocentro FM 93.5, es una prioridad demandar periódicamente estudios de recepción, para conocer los estados de opiniones de la audiencia sobre su programación. Este tipo de investigación resulta de gran importancia y beneficio, por lo que se propuso analizar el proceso de recepción del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5. Desde una perspectiva cualitativa, se utilizaron un grupo de instrumentos para recaudar la información necesaria: análisis de documentos, entrevista en profundidad y aplicación de cuestionario. Se obtuvieron como principales resultados de la investigación, que la recepción constituye un proceso activo y dialéctico de reconocimiento e identificación, donde intervienen ciertos componentes del lenguaje radiofónico, y los modelos de consumo varían en dependencia del sexo y la edad de los oyentes. El hogar y los contextos laborales significaron los principales escenarios de recepción donde se debaten los temas abordados con los grupos sociales interactuantes. Los resultados obtenidos contribuyeron a la toma de decisiones con respecto a la programación de las revistas de variedades de la emisora.

Palabras clave: Estereocentro, oyentes, recepción, revista de variedades

ABSTRACT

For the Santa Clara municipal radio station, Estereocentro FM 93.5, it is a priority to periodically demand reception studies to inquire into the audience's opinions about its programming. This type of research is of great importance and benefit, so it is proposed to analyze the reception process of the program "Todo Mezclado" of the municipal radio station Estereocentro FM 93.5. From a qualitative perspective, a group of instruments were used to collect the necessary information: analysis of documents, in-depth interview and application of a questionnaire. The main results of the research were that reception constitutes an active and dialectical process of recognition and identification, where certain components of radio language intervene, and consumption patterns vary depending on the sex and age of the listeners. The home and work contexts were the main reception scenarios where the topics addressed are discussed with the interacting social groups. The obtained results contributed to the decision making regarding the programming of the station's varieties magazines.

Keywords: Estereocentro, listeners, reception, variety magazine

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: REFERENTES TEÓRICOS	4
1. Aproximaciones al estudio de la comunicación desde la recepción.....	4
1.1. Usos y Gratificaciones. Primer peldaño de la recepción.....	4
1.2. Visión latinoamericana de la recepción.....	7
1.2.1. Presupuestos de Valerio Fuenzalida sobre la recepción comunitaria.....	10
1.3. La radio, su perfil y programación.....	14
1.3.1. Lenguaje radial.....	15
1.3.2. Características generales del lenguaje sonoro.....	16
1.3.3. Géneros y formatos radiofónicos.....	16
1.4. Estudio de audiencia.....	18
1.4.1. Audiencia.....	18
1.4.2. Audiencia y Medios de Comunicación.....	19
CAPÍTULO II: CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS	21
2.1. Contexto de la Investigación.....	21
2.2. Alternativa Metodológica.....	21
2.3. Alcance de la Investigación.....	22
2.4. Diseño de la Investigación.....	22
2.5. Definición de la Categoría de Análisis.....	22
2.6. Definición operacional de la Categoría de Análisis.....	23
2.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recogida de información.....	25
2.8. Muestra.....	26
2.9. Procesamiento de datos.....	26
2.10. Descripción de los procedimientos de investigación.....	28
2.11. Consideraciones éticas.....	28
2.12. Limitaciones de la investigación.....	28
CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	29
3.1. Un acercamiento necesario a la revista de variedades “Todo Mezclado”.....	29
3.2. Realización y producción del programa “Todo Mezclado”.....	30

3.3. Componentes del lenguaje radiofónico.....	33
3.4. Influencia de los grupos sociales.....	35
3.5. Proceso reconocimiento – identificación de las revistas de variedades.....	36
3.6. Resultados de la Investigación.....	37
3.7. Conclusiones parciales de los datos obtenidos.....	43
3.8. Caracterización de la audiencia.....	44
CONCLUSIONES.....	46
RECOMENDACIONES.....	47
REFERENCIAS	
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

En un mundo actual donde los acontecimientos científicos y técnicos marcan la vanguardia de los acontecimientos, cuando en los momentos actuales se utiliza la Inteligencia Artificial, no deja de tener significación ni sentido de aquella frase pronunciada por Orson Welles hace ya muchos años: “la radio es la pantalla más grande del mundo”. La radio, con su posibilidad de generar imágenes auditivas, enriquecidas por las mentes de los oyentes, sigue siendo una virtud aprovechable, en la medida que se domine y se combinen los elementos del lenguaje radiofónico.

En ese entorno contemporáneo no son pocos los que sentencian la inminente desaparición de la radio como medio de comunicación; pero, a pesar de ello, la radio se reinventa y se las ingenia para silenciar todas las predicciones, luchando a diario por su supervivencia. Por eso, continúa siendo el medio de comunicación más portátil, el de mayor difusión y el más económico. La radio misma confirma que es lo suficientemente versátil para ir mano a mano con la red de redes, por lo que es necesario el dominio de herramientas que garanticen su efectividad.

La recepción radiofónica es un elemento imprescindible para evaluar la efectividad de un programa, de allí que los oyentes sean tan importantes para la radio y sean centro de atención.

Las prácticas de investigación radiofónica afianzan su pertinencia teniendo en cuenta su papel en el logro —en palabras del propio Kaplún (2005) — de una radio horizontal que convierta al oyente en hablante e interlocutor activo. Por lo que es un imperativo del siglo XXI reorientar las investigaciones de audiencia hacia la necesidad de analizar la manera en que la radio constituye discursivamente a los sectores populares como sus destinatarios y hasta qué punto —y cómo ellos— se constituyen en sus públicos (Mata, citada en Medina, 2000).

El 10 de Octubre de 1922 se realizó la primera transmisión de la PWX, considerada oficialmente como el inicio de la radiodifusión en Cuba.

Con la salida al aire el 24 de febrero de 1958 de Radio Rebelde, comenzó una nueva etapa en la historia de la radiodifusión en Cuba. Con el Triunfo de la Revolución en 1959, se producen cambios en la radio por la aplicación de las leyes revolucionarias encaminadas a satisfacer las necesidades comunicativas con el propósito de informar, educar, y entretener a los

públicos de la naciente sociedad cubana; además de llevar la señal de radio a todo el territorio nacional, con una red de emisoras nacionales, provinciales, municipales y locales, vigentes hasta la actualidad.

La emisora municipal de Santa Clara, Estereocentro FM 93.5, comenzó sus primeras transmisiones en el año 1987. Su programación se estructuró con un componente totalmente musical. Luego se fue perfeccionando en la búsqueda de espacios alternativos a la programación de la emisora provincial CMHW. A finales del año 2003, fue dictaminado por la Dirección Nacional del Instituto Cubano Radio y Televisión la conversión de la FM en emisora municipal, separándola de la CMHW. Esta decisión se basó en la consideración de que la ciudad y el municipio de Santa Clara precisaban de una planta local que cumpliera funciones de servicio comunitario. Ya a fines del 2010, se logró iniciar el rediseño de la programación de la Estereocentro FM 93.5, en medio de complejas dinámicas con el colectivo de realizadores y serios impactos sobre el público habitual.

Esta emisora ha sido objeto de estudio de diferentes carreras de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Grupo de Investigaciones Sociales y Calidad de la Dirección Provincial de Radio y del Centro de Investigaciones del ICRT, para conocer de la prestación de sus programas en las diferentes programaciones. Sin embargo, hay espacios específicos que ameritan un estudio de su audiencia, como es el caso de la revista de variedades “Todo Mezclado”, que se transmite con una frecuencia semanal los domingos.

Esta situación lleva a plantear el siguiente *problema de investigación*.

¿Cómo se produce el proceso de recepción del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5?

Preguntas de investigación

- ¿Qué elementos del lenguaje radiofónico desempeñan un importante rol en el proceso de recepción del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5?
- ¿Cómo se confirma la influencia del contexto sociocultural de la audiencia en el proceso de recepción del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5?

- ¿Qué significados aportan los grupos sociales interactuantes con la audiencia al proceso de recepción?
- ¿Qué características presenta el proceso simultáneo reconocimiento- identificación en la apropiación por la audiencia programa Todo Mezclado?

Objetivo General

Analizar el proceso de recepción del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5

Objetivos Específicos

- Identificar la especificidad del lenguaje radial que incide en el proceso de recepción del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5
- Describir la influencia del contexto sociocultural en el proceso de recepción del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5
- Determinar los significados que aportan los grupos sociales interactuantes con la audiencia al proceso de recepción del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5
- Caracterizar el proceso simultáneo reconocimiento-identificación en la apropiación por la audiencia del formato de revista de variedades del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5

Se considera de gran interés la presente investigación en la emisora municipal pues, representa un beneficio para esta conocer las características del proceso de recepción del programa “Todo Mezclado”, además de que constituye una investigación novedosa en el campo científico del medio radial.

Para el desarrollo de la investigación se ha dividido el trabajo en tres capítulos: El primero contiene la fundamentación teórica de la investigación, y se abordan las gavetas teóricas que sustentan la misma. El segundo contiene los fundamentos teóricos-metodológicos conceptuales que argumentan la investigación con las definiciones metodológicas. El tercero muestra los resultados de la aplicación de los instrumentos y expone los criterios que sirven para contextualizar el programa “Todo mezclado” con sus logros y aspectos a perfeccionar.

CAPÍTULO I: REFERENTES TEÓRICOS

1. Aproximaciones al estudio de la comunicación desde la recepción

La investigación en comunicación se ha vuelto un proceso complejo a la vez que necesario. Se está en presencia de un fenómeno estudiado desde distintas líneas teóricas, empíricas, científicas; pues constituye un campo de estudio transdisciplinario en el que convergen una gran variedad de matices y perspectivas.

Desde el origen investigativo y teórico, sobresale el estudio de los medios de comunicación masiva. Se le presta así marcado interés a la interacción de las audiencias con estos, así como a los procesos que intervienen en esta interacción.

Las primeras concepciones teóricas norteamericanas revelaban al mundo esquemas comunicativos lineales que ponderaban el papel del emisor. En estas, destaca el concepto de hombre-masa como nociones iniciales del carácter mecanicista de la audiencia. “Las masas están constituidas por una agregación homogénea de individuos que -en cuanto miembros- son sustancialmente iguales, no diferenciables, aunque procedan de ambientes distintos, heterogéneos, y de todos los grupos sociales” (Wolf, 1987, p. 25).

Al interior de la principal corriente de investigación mediática, la Mass Communication Research, aún un conjunto de modelos que, como mencionó María Margarita Alonso (1999), “su rasgo principal es la conceptualización de la problemática de la recepción en términos de efectos” (p. 9).

Destaca aquí, sobre la década del veinte, la “Teoría de la Aguja Hipodérmica” y el modelo de Harold Lasswell como las primeras representaciones esquemáticas del proceso comunicativo. Se concibe una audiencia manipulable e inactiva; incapaz de comprender entre el conjunto de significados y códigos que emiten los medios masivos en su carácter todopoderoso.

1.1. Usos y gratificaciones: primer peldaño de la recepción

La Teoría Funcionalista incorpora al campo de la investigación en comunicación el primer modelo centrado específicamente en el proceso de recepción: el enfoque de Usos y

Gratificaciones.

“El enfoque inicialmente desarrollado por la Teoría Funcionalista y conocido como Hipótesis de los Usos y Gratificaciones -que florece en la década del 40- rechaza definitivamente la idea de la pasividad del receptor, destacando la relativa autonomía de la audiencia en el proceso comunicativo” (Alonso, 1999:11)

No es hasta el desarrollo de la hipótesis, cuando el papel del receptor adquiere protagonismo y constituye un paso de avance en los modelos comunicativos unidireccionales. Es así como, al decir de Ileana Medina (2000), “se van produciendo importantes desplazamientos teóricos que indican el tránsito del interés por el emisor a la preocupación por la audiencia” (p.7).

A partir de este modelo, se redirigen los procesos de recepción desde una óptica más flexible y marca un instante significativo en los estudios de recepción de la Mass Communication Research. Además, se produce el primer desplazamiento teórico que rechaza la pasividad de los sujetos y se comienza a tomar en cuenta el contexto social donde se insertan los destinatarios. Aun cuando puedan atribuírsele serias limitaciones, ostenta el irrefutable mérito de despertar al receptor del letargo al que lo habían sumido los primeros estudios.

Ahora se preguntan qué hacen las personas con los medios y descubren el factor de las necesidades como un posible conector en la relación de los individuos con los emisores. Para la hipótesis “el mensaje es disfrutado, interpretado y adaptado al contexto subjetivo de experiencias, conocimientos y motivaciones de la audiencia; es decir, en esta perspectiva la actividad del receptor pasa a formar parte estable y decisiva del proceso comunicativo” (Merton, 1982 como se citó en Wolf, 2005).

Esta hipótesis se ubica como el primer patrón dedicado específicamente al proceso de recepción. Se centra en el estudio de las necesidades y las actividades interpretativas de los miembros de la audiencia en relación con sus características socio-psicológicas individuales. “Como resultado de las indagaciones con los públicos se formulan las principales funciones que los medios desempeñan: información, refuerzo de valores personales e identidad personal,

interacción social e integración, y entretenimiento” (Alonso, 1999: 12).

Con el advenimiento de la radio, la televisión y el cine, hubo que idear nuevas estrategias de investigación, para estudiar el fenómeno de la recepción dentro del complejo concepto de comunicación y cultura de masas.

Fue así como surgieron los primeros modelos de investigación sobre el público: Modelo de los Efectos, Hipótesis de los Usos y Gratificaciones, Teorías Literarias, el enfoque en los Estudios Culturales, la Investigación Crítica de Audiencias y el Paradigma Latinoamericano (Alonso, 1999), que privilegian el rol del destinatario y le atribuyen un papel activo y constructivo ante la influencia de los mensajes mediáticos.

En el desarrollo de los estudios comunicológicos ha existido una polémica constante en torno al papel que desempeña el sujeto receptor dentro del proceso de la comunicación de masas. Pero sin dudas, la recepción como proceso activo reclama desde la segunda mitad del siglo XX especial énfasis en el campo de las investigaciones acerca de los medios.

No obstante, y a pesar de sus limitaciones, la Hipótesis de los Usos y Gratificaciones constituyó un gran aporte a los incipientes estudios del receptor activo que deviene con paradigmas ajustados a un proceso dialéctico y transformador. Sus proyecciones, desde nuevas ópticas culturales, sociales y comunitarias, van a prevalecer y a posibilitar un estudio entre el individuo y los medios masivos más transformador.

Sin dudas, los estudios dentro de la Hipótesis de los Usos y Gratificaciones significaron un avance al formular una visión más compleja del proceso de recepción y tomar en cuenta la situación social de los destinatarios, aunque no logre concebir una teoría coherente en este aspecto.

Aun cuando se reconoce el papel activo de los receptores, Ileana Medina Hernández señala la supremacía de una concepción lineal, unidireccional y transmisora de los procesos comunicativos, cuando enuncia:

Que lo único que ha intentado es conciliar los efectos de los medios con las necesidades de los sujetos (...) A veces como efectos, a veces como usos, la comprensión de la actividad

de ser receptor ha sido insuficientemente tratada por los teóricos de la comunicación. (Medina, 2000, p.8)

Otra dificultad que puede señalársele es que solo reconoce las particularidades del receptor y excluye el contexto macro-social y mediático que actúa como intermediario en el acto de la recepción.

A pesar de las limitaciones, este estudio se nutre de los aportes de la Hipótesis de los Usos y Gratificaciones y perfecciona las ligerezas teóricas con estudios más contemporáneos sobre la recepción.

1.2. Visión latinoamericana de la recepción

Los principales exponentes del paradigma latinoamericano de recepción son Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, Guillermo Orozco y Valerio Fuenzalida, quienes revalorizan el papel de los receptores como sujetos activos al hacerle demandas a los medios de comunicación e incidir en la trasmisión de los mensajes. Esta perspectiva sitúa los procesos comunicativos en el entorno de la cultura, desde donde se generan y acontecen; lo que implica una superación de los estudios anteriores acerca de este acto.

Es interés de la presente investigación el proceso de recepción tratado por los teóricos de América Latina, entre los cuales existen muchos puntos en común.

Jesús Martín Barbero, profesor e investigador colombiano, cataloga los estudios de recepción como “proceso activo en el que los sujetos buscan en los mensajes su propia identificación y reconocimiento, una variedad de operaciones a través de las cuales la gente usa lo masivo, las tácticas, astucias, estrategias del receptor para adaptar lo que proviene de los medios a la dinámica de la vida cotidiana.” (Alonso y Saladrigas, 2006, p. 98)

La activación de sus competencias culturales les proporciona fortalecer su propia identidad a partir de reconocer las diferencias en los otros. Es fácil para los sujetos comunes reconocerse en los productos emitidos por los medios de difusión masiva, pues no son más que las matrices culturales homogeneizadas y estilizadas.

Según el teórico mexicano Guillermo Orozco, la recepción es, ante todo, interacción,

por lo cual reconoce el carácter activo de la audiencia “heterogénea y, a la vez contradictoria, una audiencia objeto y sujeto de mediaciones de diverso tipo, con diferentes condicionamientos, grados de poder y acceso al bienestar y la cultura.” (Orozco, 1992; citado en Vidal, 2006, p.84)

Néstor García Canclini, concibe la recepción como un proceso de consumo, el cual no es un acto pasivo, sino creativo “donde los sujetos se piensan a sí mismos, piensan el orden social y sus relaciones con los demás” (Medina, 2000, p.34)

Otro elemento que se inserta en el novedoso concepto del proceso de recepción es la definición de hegemonía propuesto por Antonio Gramsci, y en ese sentido Barbero reconoce el papel de la cultura como instrumento en la reproducción social y la lucha por la hegemonía. No se trata de las luchas abiertas contra la dominación, sino de la articulación de los procesos hegemónicos presentes en las prácticas culturales como resultado de los conflictos y complicidades entre las clases hegemónicas y subalternas. (Medina, 2000)

El teórico argentino, Néstor García Canclini, analiza los procesos de recepción de la comunicación de masas a través del estudio del consumo cultural, el cual define como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio. Además, tiene en cuenta el pacto que se establece entre productores, mercado y público, para hacer posible el funcionamiento de la comunicación y reducir la arbitrariedad de las interpretaciones y los contextos de decodificación y reinterpretación. Además, alude a los escenarios como la familia, el barrio y otras instancias microsociales que intervienen en la actividad decodificadora de los públicos. (Molina, 2007, pp. 58-59)

Los distintos teóricos latinoamericanos, conciben al receptor crítico como aquel que selecciona y descifra, percibe el rol de los medios y toma distancia ante las emisiones, pero en última instancia actúa únicamente sobre el polo de la recepción del mensaje. Barbero concibe la lectura como la actividad por medio de la cual los significados se organizan en un sentido, donde no solo hay reproducción, sino también producción, la cual cuestiona la centralidad del texto (Alonso y Saladrigas, 2006).

Investigar la cultura de masas desde lo popular, significa para Barbero investigar la comunicación de masas. Él entiende lo popular como “el lugar donde confluye toda la

diversidad cultural, regional, política, económica, de consumo, que caracteriza a nuestro continente, el lugar de consumación de la heterogeneidad” (Medina, 2000:21)

El investigador chileno Valerio Fuenzalida, resalta los aspectos emocionales y afectivos del vínculo de los públicos con los medios de comunicación. Para él, la interacción público-medio también está determinado por las mediaciones y afirma que la influencia grupal es trascendental en la construcción del sentido que las personas le confieren al mensaje.

Formulación a la que se adscribe la autora.

La familia, la mediación e interacción con grupos organizados de todo tipo, influyen en los hábitos y preferencias de información en la recepción del mensaje y en la elaboración de las significaciones socioculturales del individuo.

Frente al significado inherente al texto, existe lo que Fuenzalida nomina como el significado concreto y existencial, es decir, lo construido por el receptor en interacción con el mensaje y con su emisor. Por tanto, la producción del significado no se agota en el trabajo del emisor ni en la elaboración semiótica, sino que existe una producción de significación durante la recepción.

De manera general, los enfoques latinoamericanos desarrollan un paradigma de análisis cultural autóctono, donde lo más representativo lo constituye la ubicación del receptor en la compleja red de mediaciones y en el contexto concreto, históricamente situado, en que desarrolla su acción. Se reconoce la diversidad y heterogeneidad de los sujetos populares, las riquezas de lo regional y lo local y las formas de resistencia ante la revolución *massmediática*. (Medina, 2000).

Concebir la comunicación desde la cultura posibilita que unos hombres reconozcan a otros, y ello en doble sentido: les reconozcan el derecho a vivir y pensar diferentemente, y se reconozcan como hombres en esa diferencia. Eso es lo que significa y lo que implica pensar la comunicación desde la cultura. (Barbero, 1990; citado en Medina, 2000:77)

En resumen, las teorías de la comunicación desarrolladas en América Latina, insertan el proceso de recepción en una historia cultural que contextualiza las prácticas de lectura y consumo y ratifican la importancia que tiene el contexto socio-psicológico en que vive el individuo. Defienden los estudiosos latinoamericanos que el sentido final de un mensaje

mediático está en las apropiaciones que de él hacen los públicos.

La fundamentación teórica del Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA) de Chile y su principal coordinador, Valerio Fuenzalida, aunque para muchos no goza de la profundidad alcanzada por los autores anteriores, constituye a la par, una de las principales propuestas a abordar por sus disímiles aportes al proceso de recepción activa.

Enfocado especialmente en estudios empíricos, Fuenzalida revaloriza el proceso de recepción desde el carácter lúdico y emotivo de los medios masivos. A la par de Barbero, concede suma importancia al papel de los géneros, enfocándose en la telenovela y en el fenómeno de reconocimiento-identificación como gran aporte de su producción. Como todos los autores analizados hasta el momento, reconoce un conjunto de mediaciones coexistentes en el fenómeno de recepción.

1.2.1. Presupuestos de Valerio Fuenzalida sobre la recepción comunitaria

La perspectiva que ofrece Valerio Fuenzalida, posibilita una aproximación comunitaria y empírica del fenómeno al priorizar su estudio desde los sectores más populares y su interrelación con lo cotidiano. De esta manera, inicia sus presupuestos teóricos sobre la base de una democratización de la cultura de masas, más allá de los contrastes entre clases sociales.

El sujeto receptor es concebido, como a lo largo del Paradigma Latinoamericano, desde su posición activa y selectiva. Se encuentra determinado por factores del contexto social, económico y cultural; así como en constante interacción con nuevos patrones, percepciones, conducidos a él desde la sociedad y los medios masivos. “Si bien el televidente aparece a menudo físicamente aislado, él es, sin embargo, un receptor culturalmente situado y socialmente constituido” (Fuenzalida, 1987, párr. 27)

Estos se hallan en continua elaboración de significados a partir del influjo mediático y de un sinnúmero de grupos y relaciones socioculturales: la audiencia es autoprodutora de contenido. En este sentido reflexiona Fuenzalida (1987):

Lo que muestran en definitiva, los estudios de recepción es que el receptor socio- cultural

y el contexto de la recepción televisiva son constituyentes activos del proceso de comunicación. No son "recipientes" o "variables intervinientes". Frente al significado intencional querido por el emisor, frente al significado inmanente al texto detectado por el análisis semiótico, también existe el significado concreto y existencial, construido por el receptor en interacción con el mensaje y con su emisor. (párr. 35)

El autor no entrega un concepto en sí del fenómeno de la recepción, más lo analiza desde las mediaciones que en su opinión confluyen en este y lo determinan como un proceso constructivista, dialéctico y conflictivo. Sobre esta perspectiva coinciden las autoras Medina (2000) y Saladrigas y Alonso (2006) en cuanto a cómo concibe Fuenzalida (1991) el proceso, y declaran así las principales mediaciones que intervienen en este:

Vida grupal, contexto socioeconómico y géneros televisivos son, entonces, mediaciones culturales que participan dinámicamente en el proceso de construcción de sentido que realiza el receptor. En síntesis, los nuevos datos procedentes de la investigación de la recepción llevan a concluir que entre el televidente y el texto televisivo, en lugar de ocurrir una relación causal y unidireccional en uno y otro sentido, ocurre una relación dialéctica. (Medina, 2000, p. 67)

El contexto sociocultural donde convive el receptor se muestra como una de las principales mediaciones presentes en el proceso de recepción. Al ser este un individuo situado cultural y socialmente, sus patrones psicológicos son el resultado de una vida en sociedad y los procesos de socialización a partir de la interacción con sus semejantes. Analiza Fuenzalida el factor del constructivismo en la recepción y esclarece sobre el tema Ileana Medina (2000) cuando menciona que “la percepción humana es constructivista, el receptor introduce patrones de selección y organización de los datos, la asociación se realiza según las características individuales y socioculturales del individuo” (p. 66).

Asimismo, se presta especial atención al contexto socioeconómico del receptor, sobre todo en el continente latinoamericano donde hay marcadas diferencias de clases sociales y los medios masivos constituyen privilegio de las clases altas. De esta manera influye el valor que adquieren los medios en las clases populares marginadas en el proceso de recepción.

A la par del contexto, los grupos sociales representan en la vida del sujeto,

importantes fuentes productoras de significados. Así afirma Fuenzalida (1989), cuando refiere “que la influencia grupal es sumamente importante en la construcción del sentido que las personas le confieren al mensaje” (León, 2002, p. 38). Se muestra el hogar como principal situación de recepción mediática y la familia como grupo social determinante en esta, ambas dadas desde la cotidianidad familiar. Así afirma Orozco (1992) cuando señala que “la familia en tanto que grupo donde regularmente se ve la televisión y se entabla una interacción directa con su programación cotidiana, constituye también una comunidad de apropiación del mensaje televisivo” (Corominas, 2001, párr. 16).

A la par del contexto, los grupos sociales representan en la vida del sujeto, importantes fuentes productoras de significados. Así afirma Fuenzalida (1989), cuando refiere “que la influencia grupal es sumamente importante en la construcción del sentido que las personas le confieren al mensaje” (León, 2002, p. 38). Se muestra el hogar como principal situación de recepción mediática y la familia como grupo social determinante en esta, ambas dadas desde la cotidianidad familiar.

Desde el hogar y la cotidianidad familiar confluyen un conjunto de relaciones determinantes a lo largo del proceso de consumo mediático de cada miembro familiar. La cantidad de habitantes en el hogar, la relación de poder entre ellos, las relaciones familiares y los hábitos de consumo mediático constituyen algunos de los factores que van a determinar el modelo de recepción en determinados hogares. Los medios masivos además de representar potenciales fuentes de información, constituyen métodos de esparcimiento y relajación para el individuo que una vez regresa de sus labores diarias, busca en estos un momento de abstracción y disfrute.

El hogar para estudiantes y trabajadores que regresan a casa, así como para amas de casa en ciertos momentos de su ritmo diario, aparece como un espacio psicológico-cultural de descanso de las tareas y obligaciones vinculadas con la ley del rendimiento y su premio o castigo. (Fuenzalida, 2006, párr. 25)

De igual forma, Ileana Medina (2000) alude a otros componentes que median en el hogar la recepción fundamentalmente televisiva, coincidentes algunos en la escucha radial, entre ellos la situación de «cotidianidad ruidosa» del hogar, la pérdida de la atención ante la

prolongada programación y la posibilidad de hacer otras actividades a la par que se escucha radio.

En este sentido, Valerio Fuenzalida reconoce la influencia de los demás medios masivos en el contexto de recepción. En el hogar confluyen varios medios de comunicación que pueden ejercer una mayor sugestión en los receptores a partir de su distinto lenguaje y recursos técnicos. Para muchas audiencias, la radio no constituye el medio más atractivo y estas pueden sentirse atraídas por los demás medios, interrumpiéndose así el proceso de recepción.

Se destaca, además, la riqueza del lenguaje mediático estableciendo una notable semejanza con la mediación videotecnológica de Guillermo Orozco. Desde el medio televisivo enfatiza en dos nociones específicas del lenguaje audiovisual: subliminalidad y polisemia. “La primera hace referencia al carácter por lo general inconsciente que distingue a la percepción visual y la segunda alude a la variedad de significados y sistemas de sentidos que la imagen icónica es capaz de provocar” (Alonso & Saladrigas, 2006, p.121).

Desde el lenguaje radiofónico estos conceptos se revelan en el torrente de significados que brinda la radio como medio unisensorial. A través de la escucha el sujeto va creando sus propios sentidos y justo aquí radica la polisemia del medio: la voz, la música, los efectos y el silencio confluyen para difundir un mensaje de gran carga emocional. Igualmente, a través de la estimulación auditiva tienen lugar los procesos de subliminalidad en la recepción de los mensajes radiales.

Si bien inciden mediaciones tanto psicológicas como del contexto social del sujeto receptor en los procesos de reconocimiento-identificación, se muestra a la par una proyección “que ocurre cuando el receptor se apropia del mensaje y lo expone en su vida” (Cueto, 2017, p. 10).

En general, las autoras Alonso y Saladrigas (2006) reconocen la propuesta de Fuenzalida como menos estructurada en comparación con la de otros autores. Sin embargo, desarrolla varios puntos de contacto con lo expuesto por Jesús Martín Barbero desde su revalidación e impacto del género dramático en el continente; así como la ratificación de la visión empírica del proceso de reconocimiento-identificación. Asimismo, declaran que

complementa la propuesta de Orozco al incluir el carácter afectivo y emotivo del proceso de recepción.

Igualmente, Ileana Medina (2000) reconoce el enfoque de Fuenzalida como uno de los más libres y democráticos al orientar su propuesta desde lo empírico, lo cotidiano, y lo popular. Sobre esto analiza:

Fuenzalida desarrolla vastamente esta vuelta al placer, a la cotidianidad y a los géneros de ficción. Esto revela un acercamiento a lo popular muy desprejuiciado, nada aristocrático, y es de todos los autores estudiados el que más desenfadadamente se acerca a las emociones de la gente, a las rutinas cotidianas, al plano sencillo y familiar, salvando las barreras que casi siempre separan a los investigadores del hacer y el sentir de la gente común. (Medina, 2000, p. 65)

De esta manera, se adoptan las mediaciones que intervienen en el enfoque de recepción de Valerio Fuenzalida como base teórica en el presente trabajo de diploma. Sin embargo, se adaptan las mediaciones que analiza el autor desde el medio televisivo al medio radial, enfocadas al estudio de estas en la recepción de las revistas de variedades. Gracias a la magia del lenguaje radiofónico, el proceso de recepción va a proporcionar un poder emotivo e imaginativo: rasgos particulares del medio radial.

1.3. La radio, su perfil y programación

En Cuba, la radio llega en la etapa neocolonial, época donde existía un gran desarrollo económico y cultural, lo cual favoreció la producción, difusión y recepción de la información y de la comunicación. En la década de los años 20 del pasado siglo, las emisiones de radio dan sus primeros pasos en Cuba ya que por esta época se producía una expansión industrial financiera de los consorcios eléctricos de los Estados Unidos. El 10 de octubre de 1922 es la fecha oficial del surgimiento de la radiodifusión en Cuba.

La programación radiofónica fue, en sus inicios, eminentemente musical. Incluso, las primeras emisiones radiales eran denominadas conciertos radio-telefónicos, aun cuando en el programa musical fuera intercalado otro tipo de contenido. Algunas se dedicaban exclusivamente a transmitir conciertos con el empleo de discos fonográficos y rollos de 31

milímetros.

Con el paso de los años la tecnología fue mejorando, y se evidenció un desarrollo infraestructural en el sistema de comunicación que tuvo su reflejo en la puesta en marcha de una serie de transformaciones en la cultura, la educación y la sociedad en general, por lo que el gobierno se vio precisado a tomar algunas medidas que impulsaron el desarrollo de una industria, en un principio primaria, pero que eran las bases científicas de una nueva institucionalización para la comunicación pública.

Los inicios de la radio en Cuba están discutidos entre dos grandes hombres de radio, Manolín Álvarez Álvarez y Luis Casas Romero, que se immortalizan como los pioneros de la Radio en Cuba.

Para la Radio Cubana, el concepto de calidad de un programa es “la satisfacción de los gustos, preferencias, necesidades e inquietudes a que se destine, por las características que posea, en correspondencia con los requisitos establecidos” (Manual de calidad, s.f). De hecho, todas las emisoras cubanas se rigen por el Manual de Calidad de la Radio Cubana, documento que constituye la base rectora para la conformación de los diferentes programas en las emisoras y que regula no solo las funciones de las emisoras y su diseño. Este diseño se relaciona con las tipologías de emisoras, es decir: emisoras municipales, provinciales, nacionales e internacionales.

1.3.1. Lenguaje radial

La Radio, unión de sonidos diversos, triple voz: humana, de la naturaleza (efectos de sonido) y del corazón (música), como la llamaría José Ignacio López Vigil (2000), toma la preferencia de los públicos al presentar un producto comunicativo distinto que transgrede todo espacio geográfico y temporal al presentar a los locutores en distintos espacios según el mensaje que quiera trasmitirse, ayudados por los recursos del lenguaje radiofónico. Aunque no ostenta el elemento de la imagen, la radio cuenta con dichos recursos para hacer de ella un medio de comunicación sumamente atractivo.

El lenguaje sonoro intenta crear imágenes, propone que un mensaje se adhiera a la audiencia pasando por tamiz de los sentidos e impregnándose en el acervo de la memoria. Por la

naturaleza propia de sus soportes, el lenguaje sonoro hace su entrada en la audiencia por la emoción y el placer. Esto es posible gracias a que sus mensajes se perciben por vibraciones de ondas, y las ondas no solo se escuchan, también se sienten.

Esta característica de afectar lo sensible, también es parte de la naturaleza de los medios audiovisuales.

Todos los sonidos, las imágenes, los silencios de los mensajes, bajo el efecto de la electrónica son modulaciones. Estas modulaciones hoy se pueden manipular casi a total voluntad gracias a la tecnología.

1.3.2. Características generales del lenguaje sonoro

Entre las características del lenguaje sonoro se encuentran:

- Es fugaz. Dura exactamente el tiempo de la emisión. Es instantáneo.
- Es huidizo. No se le puede retener para volver a escuchar o entender. La audiencia tiene poco poder de retención, por ello en la producción se recomienda la redundancia o repetición.
- Es rápido, inmediato, la emisión es simultánea con la recepción
- Es económico. El costo mensaje / receptor es más barato cuanto mayor sea la difusión.
- Amplitud de cobertura. Tiene la posibilidad de llegar a muy diversos lugares al mismo tiempo.
- Unisensorialidad. Se recibe a través de un solo sentido (el oído).
- Bidireccionalidad. Posibilita el diálogo entre el comunicador y la audiencia.

1.3.3. Géneros y formatos radiofónicos

La palabra “género” tiene una raíz griega que significa “generación”, “origen”. Por tanto, los géneros radiofónicos responden a las características “generales” de un programa. En cuanto la palabra “formato”, esta viene del vocablo latino “forma”. Los formatos son las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierten los contenidos.

Los géneros son los “modelos abstractos”. Y los formatos son los “moldes concretos” de realización. Está definido que, según el modo de producción de los mensajes, la clasificación más común de los programas radiales son el dramático, el periodístico y el musical.

Los productores y productoras dan lugar a un segundo ámbito de géneros según la intención del emisor o emisora, tales como informativo, educativo, entretenimiento, participativo, cultural, religioso, movilización social, publicitario, entre otros.

Según la segmentación de los receptores a los que prioritariamente se dirige un programa, se puede hablar de género infantil, juvenil, con perspectiva de género, de tercera edad, campesino, urbano, sindical, y muchos más. Además de otros destinatarios que se definen como el público objetivo, tomando en cuenta la edad, el sector social, el género, e idioma.

En cuanto a los formatos, el género dramático abarca bastantes y variados:

- En la forma teatral, están los radioteatros, radionovelas, series, sociodramas, sketches cómicos, personificaciones, escenas, diálogos y monólogos de personajes...
- En la forma narrativa, están los cuentos, leyendas, tradiciones, mitos, fábulas, parábolas, relatos históricos, chistes entre otros.
- En las formas combinadas (cuando se cruza con otros géneros), aparecen las noticias dramatizadas, cartas dramatizadas, poemas vivos, historias de canciones y radio clips, testimonios con reconstrucción de hechos y otros.

El género periodístico se vincula con la realidad, con los acontecimientos concretos. La noticia quiere alcanzar la verdad de los hechos.

El género documental: se muestra y se demuestra “lo que ha pasado”. La información que se presenta debe ser “verídica”.

El género periodístico también abarca muchos formatos:

- en el periodismo informativo están las notas simples y ampliadas, crónicas, semblanzas, boletines, entrevistas individuales y colectivas, ruedas de prensa, reportes y corresponsalías
- en el periodismo de opinión tenemos comentarios y editoriales, debates, paneles y mesas redondas, encuestas, entrevistas de profundidad, charlas, tertulias, polémicas
- en el periodismo interpretativo y de investigación el formato que más se trabaja es el reportaje.
- en el periodismo de intermediación son los programas de denuncias, altamente interactivos, los que prevalecen.

El género musical se puede dividir en diferentes subgéneros, los mismos que sirven para clasificar ordinariamente nuestras discotecas: música popular, clásica, moderna,ailable, folklórica, instrumental, infantil, religiosa entre otras.

Los formatos del género musical también son múltiples como programas de variedades musicales, estrenos, música del recuerdo, programas de un solo ritmo, programas de un solo intérprete, recitales, festivales, rankings, complacencias entre otros

1.4. Estudios de audiencia

1.4.1. Audiencia

Para la Real Academia Española de la Lengua, “audiencia” se define como el “público que atiende los programas de radio y televisión, o que asiste a un acto o espectáculo”. En otra acepción, la define como el “número de personas que reciben un mensaje a través de cualquier medio de comunicación”. En otras palabras, es el público objetivo al que se dirigen los mensajes que se transmiten por cualquiera de los medios de comunicación, incluyendo los digitales.

Para que la información cumpla con su objetivo, la audiencia debe comprender lo que se le envía. Generalmente, el mensaje se recibe de manera pasiva, sin que la audiencia tenga alguna participación activa, solo se trata de entender los datos enviados.

Sin embargo, las nuevas generaciones han decidido interactuar cada vez más con los medios, lo que ha servido para la mejor conformación de las noticias y de diversas informaciones.

Desde la comunicación, las audiencias son esenciales para el área comercial y publicitaria, porque las empresas buscan ejecutar campañas de publicidad en los medios o programas que tengan más rating o mejor medición de los públicos. Por ello, es fundamental el análisis de las audiencias, métodos de investigación que se usan para recopilar información de los públicos para estimar la cantidad de personas que han estado expuestas a un mensaje, en un momento determinado.

En Cuba, el estudio de las audiencias, aun cuando tiene sus características que lo diferencian de otras sociedades, es prioridad del Sistema de la Radio Cubana conocer la realidad de sus audiencias a los diferentes espacios.

Como muy bien apunta Sanabria

La audiencia es uno de los factores más determinantes, aunque no sea más que por el hecho de ser la destinataria de los mensajes y la justificación de la propia existencia de éstos; sin destinatarios, sin audiencia, no hay medios ni hay mensajes, ni hay siquiera comunicación (Sanabria, 1974, p.157).

Para la radio, resulta vital el perfeccionamiento sistemático de sus productos radiofónicos, así como la adecuación de su programación teniendo en cuenta los objetivos e intereses de la audiencia. Reconocer la real asimetría existente entre los emisores y los públicos coloca en el centro de atención de un sistema radial de servicio público como el nuestro, la necesidad de favorecer un diálogo y una participación creciente de la audiencia en el proceso de toma de decisiones en la programación.

Si bien la televisión atrae la atención de una gran parte de los públicos, la radio sigue siendo una opción para aquellos que encuentran en ella la compañía en su día a día. Por esa razón es importante estudiar científicamente la recepción de sus propuestas.

1.4.2. Audiencias y medios de comunicación

Sin lugar a dudas, las audiencias son esenciales para que se pueda realizar el proceso de comunicación. Estas audiencias pueden estar compuestas por una o varias personas, que son los receptores de la información que se diseña con una intención específica. Por ello, implica la presencia de sujetos comunicantes que tienen la capacidad de escuchar, de leer, de ver, de analizar y de criticar.

Es necesario poder segmentar al público, tomando en cuenta su edad, su género, su estrato social y económico, su nivel educativo y el lugar en donde vive. Asimismo, se debe conocer cuáles son sus intereses y sus necesidades concretas de contenido, así como cualquier otro criterio que sea determinante para vincular a la audiencia con el conductor o con el programa en cuestión.

Las audiencias se van conformando de distintas maneras y no siempre es igual. Tiene que ver con la interacción que establecen las personas con los medios. Esto puede ser diferente, dependiendo de cómo reaccionan los públicos ante los distintos géneros programáticos que sirven para incentivar los procesos de comunicación y la respectiva retroalimentación.

Para poder conocer las audiencias se necesita medirlas, lo que actualmente significa un gran desafío, tomando en cuenta que todos los programas reciales también se transmiten a tiempo real por Internet, la digitalización de los medios, las necesidades actuales de información y los nuevos hábitos de consumo que utilizan diversos dispositivos virtuales hace que se complejice la medición. Por ello, las estrategias para medir los públicos deben responder a los nuevos paradigmas de comunicación.

CAPÍTULO II: CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

2.1. Contexto de la Investigación

La emisora municipal de Santa Clara, Estereocentro FM 93.5, comenzó sus primeras transmisiones en el año 1987 con el propósito de contrarrestar la creciente agresión radiofónica desde el sur de la Florida, inicialmente, su programación se estructuró con un componente totalmente musical, luego se fue perfeccionando en la búsqueda de espacios alternativos a la programación de la emisora provincial CMHW. Desde ese momento comienza a transmitir una programación estable y muy bien aceptada, que fue ganando audiencia y preferencia. Logra ser reconocida como emisora independiente de la CMHW a finales del 2003.

Emite diariamente 15 horas a partir de las 9:00 am hasta las 00:00 horas, utilizando la frecuencia modulada 93.5. La señal recorre todo el territorio villaclareño y parte de las provincias de Cienfuegos, Sancti Spíritus y Matanzas. Su perfil principal se apoya en lo musical, lo informativo y lo cultural.

Su objeto social se orienta hacia la proyección de una programación radiofónica, portadora de altas virtudes políticas, ideológicas, sociales, éticas y estéticas, para informar, entretener y educar garantizando eficiencia y calidad.

La FM 93.5 ha sido objeto de estudio de diferentes carreras de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas y del Centro de Investigaciones Sociales (CIS) de la radio y la televisión, para conocer la aceptación de sus programas en las diferentes transmisiones; sin embargo, demandan la necesidad de profundizar en los procesos de recepción del programa “Todo Mezclado”, revista de variedades que se transmite con una frecuencia semanal los domingos de 10:00 am a 12:10 pm, centrando la atención en las mediaciones del proceso de recepción como escenario propicio para la investigación comunicativa.

2.2. Alternativa Metodológica

Para el desarrollo de la presente investigación se utiliza la alternativa metodológica cualitativa. Su empleo se basa en la necesidad del conocimiento, las percepciones y la subjetividad de los individuos para obtener los argumentos de interés. Además, se interesa por

interpretar las opiniones de los sujetos enmarcados en su contexto natural, concediéndole mayor participación. Se pretende realizar un profundo análisis de las percepciones que experimentan los oyentes con la escucha del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estéreo centro FM 93.5; a través de las mediaciones que intervienen en el proceso.

2.3. Alcance de la Investigación

El tipo de investigación realizada es de corte comunicológico, ya que se enmarca en la esfera de comunicación de masas desde los procesos de recepción del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5 de Santa Clara. Se acoge un estudio de alcance descriptivo, por tanto, la meta es caracterizar y describir la recepción profundizando en los indicadores o elementos que inciden en este proceso.

2.4 Diseño de investigación

Desde el paradigma hermenéutico se asume la tipología de caso único como tipo de diseño al permitir confirmar, cambiar, modificar y ampliar el conocimiento que se tiene del proceso de recepción del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5 de Santa Clara. Analizaré las situaciones y acontecimientos que surgen de la cotidianidad a partir del estudio de las mediaciones que confluyen en el proceso de recepción de la audiencia. Posee este diseño un perfil extremo al analizar el carácter único e irrepetible de cada sujeto. Dentro de este tipo de diseño, se clasifica en global al estudiar la audiencia santaclareña como única unidad de análisis.

2.5. Definición de la Categoría de Análisis

Se establece como categoría de análisis: Proceso de Recepción.

Fuenzalida distingue el proceso de recepción como constructivista, dialéctico y conflictivo. Valerio Fuenzalida (1991)

Vida grupal, contexto socioeconómico y géneros televisivos son, entonces, mediaciones culturales que participan dinámicamente en el proceso de construcción de sentido que realiza el receptor. En síntesis, los nuevos datos procedentes de la investigación de la recepción llevan a concluir que entre el televidente y el texto televisivo, en lugar de

ocurrir una relación causal y unidireccional en uno y otro sentido, ocurre una relación dialéctica. (Medina, 2000,p.67)

2.6. Definición Operacional de la Categoría de Análisis

Al asumir los supuestos de los que parte Fuenzalida (1991) para definir la categoría de análisis, se asume para la presente investigación el fenómeno de la recepción como proceso, del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5 de Santa Clara: constructivista, dialéctico y conflictivo. Confluyen en este un conjunto de mediaciones (lenguaje radiofónico, contexto sociocultural, grupos sociales, proceso reconocimiento-identificación) que participan dinámicamente en los pactos de lectura de la audiencia santaclareña y determinan modelos diferenciados de consumo.

A partir de la importancia que le concede Fuenzalida a las mediaciones que confluyen en el proceso de recepción, se asume de su propuesta teórica un conjunto de indicadores para describir la categoría de análisis:

1. **Lenguaje radiofónico**: Es notable su concepción acerca de la riqueza del lenguaje mediático, marcado por un carácter lúdico-afectivo, adaptado en este caso a la radio, concebido en la compleja combinación de los elementos del lenguaje radiofónico:

- a) La voz humana
- b) La música
- c) Los efectos de sonido
- d) El uso del silencio

2. **Contexto Sociocultural**: indica la influencia de las características personales de cada individuo, condiciones económicas y culturales. La presencia de medios de comunicación alternativos a la radio representa un factor del contexto pues este medio no va a tener la misma significación entre radioyentes abundantemente expuestos a otros medios. En el caso de la presente investigación no es de interés analizar las condiciones económicas de los sujetos receptores pues la radio es un medio que puede ser sintonizado desde gran variedad de

dispositivos (radio tradicional, celular, equipo de música y señal digital).

- a) Edad
- b) Sexo
- c) Nivel de instrucción: primario, secundario, medio, técnico y profesional.
- d) Ocupación: trabajador estatal, trabajador no estatal, pequeño agricultor, ama de casa, estudiante, jubilado, sin vínculo laboral
- e) Consumo de otros medios masivos

3. **Grupos Sociales**: Fuenzalida analiza las funciones del hogar como espacio de descanso y esparcimiento una vez concluidas las obligaciones cotidianas. La recepción se acopla a los diversos ritmos diarios de los habitantes del hogar y las formas como estos se enlazan con los estados de ánimo y emociones que acompañan a sus actividades. De esta manera se destaca la influencia de la familia en los hábitos y preferencias de sus miembros. Además, las organizaciones de todo tipo se manifiestan como importantes fuentes de información y de elaboración de significados socioculturales en la cotidianidad del individuo.

- a) Hábitos de escucha en el hogar
- b) Horarios de escucha en el hogar
- c) Relaciones de poder en la familia
- d) Hábitos de escucha en otras instituciones (centro de trabajo, de estudio, comunidad, etc.)
- e) Influencia de grupos sociales en la recepción

4. **Proceso reconocimiento-identificación**: Se reconoce en la recepción tres procesos simultáneos: reconocimiento, identificación y proyección. Se persigue un reconocimiento en las temáticas de las revistas de variedades, por parte de las audiencias, hasta de sus conflictos más personales. Se pretende la representación de temáticas que reflejen

la realidad y le faciliten al sujeto una visión de esta; a través de las diferentes secciones con temáticas de interés para la audiencia. De esta manera el receptor se identifica con el contenido reconocido como propio y rechaza lo que se muestra ajeno a sus percepciones.

2.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recogida de información

Revisión de documentos

Se considera que para este estudio es de vital interés el trabajo con documentos directamente relacionados con la programación de la emisora y específicamente, la producción del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estéreoceño FM 93.5. El objetivo fundamental de la técnica fue describir los elementos institucionales que norman la producción radiofónica de la emisora Estéreoceño, permitiendo describir la influencia de los contextos socioculturales en el proceso de recepción y los procesos simultáneos de reconocimiento e identificación de las audiencias (Anexo 1).

Entre los documentos analizados se encuentran:

- Política de programación de la Radio y la Televisión cubanas
- Manual Metodológico de la Programación Radiofónica
- Ficha técnica de control de programas de radio (“Todo Mezclado”)
- Estudio anteriores de recepción y audiencia en Villa Clara
- Trabajos de Mesa del programa
- Monitoreo al programa “Todo Mezclado” realizado por la dirección de la emisora
- Guiones del programa “Todo Mezclado” transmitidos este año

Entrevista en profundidad

Se utiliza para obtener información primaria del tema y profundizar en el mismo; porque permite una estrecha relación cara a cara entre entrevistador y entrevistado.

Se realizó con una muestra de informantes claves de trabajadores de la emisora municipal, personas estrechamente relacionadas con el proceso de producción de la revista de variedades “Todo Mezclado” y que estuviesen en disposición de colaborar con la investigación (Anexo 2).

Cuestionario

Los objetivos de esta técnica estuvieron en función de describir la influencia del contexto sociocultural en el proceso de recepción, así como los significados que aportan los grupos sociales interactuantes y el proceso simultáneo de reconocimiento-identificación en la apropiación por la audiencia.

En la confección del cuestionario fueron utilizadas preguntas tanto cerradas como abiertas, tratando de enfatizar en estas últimas para que prime la libre expresión del encuestado. Facilitaron, además, un acercamiento a los modelos y peculiaridades de consumo que realiza la audiencia; donde mediada por el contexto y su subjetividad, difirieron los pactos de lectura.

También se utilizó para conseguir la mayor información posible en un corto periodo de tiempo (Anexo 3).

2.8. Muestra

Para la determinación de la cuantía de los sujetos a encuestar como muestra se utilizaron sitios de confianza en Internet¹. Para ello se introdujeron los siguientes datos:

- 1-Tamaño de la población (municipio) valor de 191.722 ciudadanos, como población general
- 2-Margen de error-5% o inferior. En Ciencias sociales no debe ser superior al 5%
- 3-Nivel de confianza: 95% (es el valor estándar adecuado)
- 4-Tamaño de la muestra con un valor de 384 sujetos

2.9. Procesamiento de los datos

A partir de la alternativa metodológica seleccionada, García *et al.* (2004) define una serie de fases o etapas a seguir en el proceso de investigación cualitativa, pero que a la vez no se entienden como un estándar de actuación de obligatorio cumplimiento.

Fase Preparatoria: Fueron planteados el problema científico y los principales objetivos de investigación a partir de las demandas investigativas de la emisora Estereocentro. Igualmente, fueron establecidas las gavetas teóricas del estudio a partir de una

¹<https://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas> (Anexo 4).

exhaustiva revisión bibliográfico-documental. De esta manera quedó conformado el marco teórico- conceptual como base teórica de la investigación y un diseño de las principales actividades a ejecutar durante toda la etapa del estudio. En la fase preparatoria también se produce un primer acercamiento a la institución que apoya la investigación con la finalidad de solicitar la aprobación de la entidad para el desarrollo de esta, y comunicarle los objetivos del presente trabajo de diploma.

Fase de Trabajo de Campo: En esta etapa es muy importante la preparación del investigador ante la recogida productiva de datos a partir de un estrecho contacto con el contexto de investigación. Los principales instrumentos de recogida de información fueron aplicados con el apoyo del Grupo de Investigaciones Sociales y Calidad de la dirección provincial de radio. Con la revisión de documentos, registros, materiales y artefactos, se busca profundizar en el contexto investigativo e identificar pautas y características del programa que enriquezcan el análisis del fenómeno objeto de estudio.

A lo largo del proceso de investigación, se contacta con los informantes claves pertenecientes a la emisora y parte del colectivo del programa para desarrollar la entrevista en profundidad. De igual manera sucede con las encuestas, dirigidas a oyentes asiduos contenidos en los grupos de edad que establece el Grupo Metodológico de la radio en sus estudios de audiencia.

Bajo el criterio de saturación categorial, se produce la salida del campo. Esta decisión estuvo sustentada luego de haber recopilado la totalidad de datos suficientes, y una vez que no es recogida información novedosa ni significativa.

Fase Analítica (procesamiento de los datos): En general, como método de análisis se emplea la *triangulación de datos* al utilizar variedad de métodos y fuentes de recolección de información (Hernández-Sampieri *et al.*, 2014).

A partir del procesamiento, el objetivo será contrastar la información recolectada y establecer convergencias y divergencias entre los datos. Una vez analizada en profundidad la categoría de análisis a través de los indicadores evaluados, se procede al arribo de conclusiones.

Fase Informativa: Es la fase donde se plasman los resultados obtenidos en el informe de investigación. Se procede finalmente a la presentación del informe final de investigación donde son expuestos los resultados de la misma. Propiciando que el investigador no solo alcance una mayor comprensión del fenómeno estudiado, sino que lo socialice.

2.10. Descripción de los procedimientos de investigación

Una vez revisados los documentos rectores que rigen el funcionamiento del sistema de la radio en Cuba y específicamente de los programas correspondientes al grupo de variados, con formato de Revista de Variedades al cual pertenece el programa “Todo Mezclado”, se aplicaron las demás técnicas de investigación (entrevistas a profundidad y cuestionario) se procede a analizar los resultados que dichas técnicas aportaron. La información recopilada y obtenida en las declaraciones de los informantes claves e informantes durante las entrevistas, se analiza y se organiza por criterios temáticos que responden a la categoría de análisis de la investigación y a los objetivos.

2.11. Consideraciones éticas

La investigación se llevó a cabo siguiendo los principios éticos de la ciencia, en general y de la Comunicación Social en particular. Se tuvo en cuenta la seriedad y compromiso que supone desarrollar una investigación, así como el respeto con que deben ser tratados los sujetos que intervienen en su desarrollo. Se explicó a los implicados en el estudio las características y objetivos del mismo, además de su utilidad; a fin de obtener su consentimiento informado, para participar en la misma de forma voluntaria, asegurándose la confiabilidad de los resultados obtenidos.

2.12. Limitaciones de la Investigación

La emisora Estereocentro FM 93.5 se encuentra inmersa en una reparación capital, donde se encuentran trabajando en condiciones no idóneas, por el polvo, los ruidos, lo que provocó la búsqueda de alternativas a la hora de recoger información sobre la producción radiofónica investigada.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo expone la interpretación de la información compilada a partir de la aplicación de los diferentes instrumentos. Para realizar este análisis se parte primeramente de un epígrafe referencial de necesaria consulta sobre la historia, realización y producción del programa “Todo Mezclado”. Posteriormente se toman como referentes los indicadores propuestos en el capítulo metodológico y se efectúa una reflexión integral de los resultados obtenidos.

3.1. Un acercamiento necesario a la historia de la revista de variedades “Todo Mezclado”

Si bien un programa de radio es concebido, en gran medida, en respuesta a las demandas comunicativas de sus oyentes, es necesario un acercamiento al proceso de producción para una mejor comprensión en el posterior análisis de los pactos de lectura de la audiencia.

Este espacio se transmite en vivo desde el mes de julio del año 1995 por la emisora municipal Estereocentro 93.5, en el horario actual de 10:00 am a 12:10 pm, con una duración de 130 minutos, los domingos.

Su función es cultural, con origen propio, donde el 85% de la música que se transmite es cubana y el 15% es extranjera, Porciento de Música Cubana y/o Extranjera, de acuerdo a la Política Musical vigente.

Pertenece al grupo de los programas variados con formato de revista de variedades, caracterizado como muy complejo, por la cantidad de secciones que trata, por su duración y su transmisión en vivo.

Es conducido a una voz femenina de forma amena y conversacional, se ofrecen informaciones sobre acontecimientos de la ciudad, fechas históricas, eventos de trascendencia, problemas sociales. Intercalado con música cubana y extranjera. Contiene un boletín de noticioso (3 minutos) que puede asumir trabajos periodísticos en sus más diversos géneros. Puede contar con la participación de invitados de la localidad en diversas esferas de la vida científica, cultural, histórica y social. El programa ocasionalmente puede ser realizado desde exteriores.

Utiliza la propaganda directa a la población sobre acontecimientos culturales de la ciudad y situación meteorológica. En tiempos anteriores se hacían concursos que contaban con la colaboración y patrocinio de Gastronomía diferentes empresas y establecimientos así como organizaciones como FMC; CTC; CDR.

3.2. Realización y producción del programa “Todo Mezclado”

Es evidente la complejidad de los programas en vivo y categorizados como revistas de variedades en su proceso de producción y realización. Los elementos del lenguaje radiofónico deben estar concatenados de manera que no se pierda la unidad radial y denote el éxito en el producto comunicativo final.

Como característica fundamental cuenta con un tema central, que debe asumir un fuerte protagonismo que lo haga claramente identificable. Cada emisión debe estructurarse sobre la base de una idea central, que no entre en contradicción con los objetivos del espacio en general. Todos los elementos que la conforman tienen que tributar al tema central. (Comunicación personal)

Los contenidos pueden versar sobre el quehacer cotidiano, la información de temas inmediatos, el tratamiento diferenciado de informaciones de actualidad dilatada, divulgación general, temas de carácter educativo, etc. Siempre deben estar relacionados, entre sí, teniendo en cuenta el asunto principal. Dichos temas y las secciones responden a la agenda editorial de la emisora. (Comunicación personal)

Admite la presencia de invitados o especialistas, colaboradores, periodistas, corresponsales, etc. Si lo requieren pueden emplearse otras especialidades artísticas como productores musicales, musicalizadores, efectistas, editores, grabadores. Difunde música de todo tipo (clásica o de concierto, instrumental ligera, tradicional, folklórica y popular) géneros, variantes, estilos, épocas, autor(es) e intérprete(s), así como diferentes formatos de Cuba, otros países o áreas geográficas.

Es fundamental que la producción musical no entre en contradicción con los temas que se desarrollan en cada una de las emisiones. El tiempo asignado a la información supera al de la música, con marcada diferencia.

El programa desde que surgió fue netamente musical, con una parrilla variada de géneros musicales, con algunas pinceladas culturales, era el encargado de dar comienzo a la programación de la emisora desde las nueve y treinta de la mañana hasta la una de la tarde, hasta que empezaba el noticiero, toda una mañana con una mezcla de sonidos, se hacían preguntas de participación y se premiaba a los ganadores con reservaciones en algún centro gastronómico de la ciudad (Comunicación personal)

Para lograr el correcto engranaje de los componentes, respaldan el proceso productivo un colectivo que labora por entregar a los oyentes un producto ameno a la recepción.

Importante papel lo tiene el guión, cuya complejidad está dada por el nivel de creatividad, aporte, originalidad del escritor o guionista al confeccionar el mismo. Estas contribuciones pueden estar reflejadas en el texto, realización (órdenes de sonido) o en ambos.

El guión es un elemento más en ese gran todo que es el programa de radio. Por tanto, su complejidad estará siempre en correspondencia con la definida para el espacio. Nunca debe sobrepasarlo pudiendo, incluso, estar en un nivel de complejidad inferior al del programa.

Es primordial la labor escritor que elabora el guion, lo recibe la asesora y le da el visto bueno, en conjunto con el director del espacio. Se hace un trabajo de mesa donde se esclarecen los detalles del programa para su salida al aire en vivo. (Comunicación personal)

Los entrevistados reconocen el importante papel del guionista o escritor como la figura fundamental en la estructura del programa. Debe ser capaz de plasmar en el guión las más indescriptibles emociones.

El guión una vez debidamente acotado, se remite a la figura del asesor “quien comprueba y analiza la calidad y efectividad de los guiones tanto en su estructura como en técnicas y mensajes” (Comunicación Personal).

El asesor es el colaborador más cercano del escritor y el director. Mediante su capacidad (artística, literaria, incluso política e ideológica) y conocimiento de la técnica radial, guía y colabora con el escritor hasta que esté terminado el libreto u obra.

Llegado el trabajo de mesa labor que se realiza previa a la producción o emisión del programa. Participan todos los miembros del equipo de realización con el objetivo de precisar el rol de cada uno de ellos y la forma en que se desarrollará el proceso de grabación o salida al aire.

Ofrece, además, la posibilidad de subsanar errores, precisar ideas, ampliar conceptos, enfatizar en determinados temas e incluir otros que hayan surgido de momento. Posibilita evaluar críticamente al espacio y proponer, si es preciso, modificaciones a los elementos que lo conforman a fin de que la emisión tenga el máximo de calidad y actualidad.

La trascendencia del trabajo de mesa hace necesario establecer su carácter obligatorio antes de la salida al aire del programa, o la grabación del mismo. Será conducida por el Director del espacio.

Durante el trabajo de mesa, herramienta metodológica que posibilita subsanar errores, precisar ideas, ampliar conceptos y enfatizar en determinados temas; el guionista, el asesor y el director del programa se reúnen con el colectivo participante en la grabación para precisar todo lo relacionado con ésta. De ser preciso, se proponen modificaciones a los elementos que lo conforman a fin de que la emisión tenga el máximo de calidad. (Comunicación Personal).

En este tipo de producción radiofónica, es de vital importancia la figura del operador de audio.

El realizador de grabaciones, ediciones y transmisiones de sonidos de radio (RGETSR)

Ejecuta cualquiera de estas especialidades, ya sea en estudios de grabaciones, ediciones, transmisiones, o control remoto, empleando todas las técnicas sonoras que se necesitan.

Efectúan todas las grabaciones y ediciones de música incidental, por lo que deben poseer conocimientos de música y proponer y/o discutir con el director del programa acerca de la sonorización apropiada para el espacio. Hacen toma de voces a los locutores o actores en estudios de grabaciones y luego editan o mezclan estas con los sonidos necesarios.

Elabora el audio de los controles remotos, decide la ubicación de micrófonos y de músicos, locutores y demás participantes. Mezcla voces, música y efectos, produce ediciones sin alterar la línea melódica y literaria.

Cuando sea necesario puede musicalizar y realizar efectos sonoros, sobre todo en aquellas emisoras donde no existan estas especialidades. Opera el equipamiento completo de un estudio de transmisiones siendo el responsable directo de la transmisión de cada emisora. Transmite en todos los sistemas conocidos, chequea los niveles de audio y mantiene la modulación correcta. Debe dominar todos los recursos tecnológicos de los equipos de transmisión.

El musicalizador u operador de audio es imprescindible en la revista de variedades, pues al ser la radio un medio unisensorial, fungen estos como componentes fundamentales al promover en el receptor las imágenes auditivas a través de la escucha. (Comunicación Personal).

La persona encargada de la conducción debe poseer un amplio manejo de la información de actualidad, objetividad, una amplia cultura general e integral y una especial capacidad de improvisación e interacción con especialistas, invitados y oyentes. En la solución de los imprevistos que puedan surgir, pues se realizan en vivo en todas sus emisiones, se recomienda tener previsto algunos materiales intemporales que puedan salir al aire en estos casos, supliendo las fallas que se presentan sobre lo planificado. Por excepción, pueden ser grabadas aquellas que se realizan en la madrugada.

La locutora a través de su voz transmite los mensajes apoyada eficientemente por los sonidos, la música y el silencio, todo perfectamente engranado. Los entrevistados coinciden en reconocerlo como “quien pinta con imágenes todo lo acontecido”. (Comunicación personal)

En este caso la directora del programa expone que el programa desde sus inicios fue un espacio netamente musical con algunas pinceladas culturales, era el encargado de dar comienzo a la programación de la emisora desde las nueve y treinta de la mañana hasta la una de la tarde, su mayor tiempo se consumía en la mezcla de sonidos, se hacían preguntas de participación y se premiaba a los ganadores con reservaciones en algún centro gastronómico de la ciudad.

El programa en un momento, contó con una peña que radicaba en el Cabaret “El

Bosque” en que la directora del programa esa su anfitriona, actividad que logró movilizar a muchos oyentes y personas vinculadas al programa.

Fue el primer programa de la Radioemisora que tuvo un club de Fans que llegó a contar con más de 500 miembros, que actuaban como un grupo activo que nombraban directivos que asistían y apoyaban el programa con colaboraciones e inyectaban a la transmisión una participación destacada, convirtiéndose en un aspecto importante en el mundo sociocultural de la ciudad.

Muchos de estos programas se realizaron desde el exterior, en eventos y localidades específicas donde estaban los miembros del club como la UJC, el aniversario de la ciudad de Santa Clara entre otros.

El programa también contó con la presencia de un economista que dedicaba una sección de 2 a 3 minutos que se hablaban de estos temas en el entorno santaclareño. (Comunicación Personal).

Se expresa que la ficha técnica también tiene entre sus actividades una sección de cocina y recetas “A la Orden del Chef” donde con colaboradores se iba a los restaurantes y los chefs daban recetas de diferentes platos para disfrute de los oyentes.

En sentido general, se expresa que el programa ha tenido muchas limitaciones por carencias en la producción y otras cuestiones logística que en los momentos actuales no se pueden realizar por causas objetivas, hay dificultades con la colaboración periodística, anteriormente hubo una periodista que garantizaba esta información y al ser promovida no existe quien haga este espacio, y las noticias que se ofrecen actualmente no son las del día, aspecto que debe tener solución inmediata.

Otro entrevistado expresa que, *para lograr el correcto engranaje de los componentes, que respaldan el proceso productivo de ese colectivo, lo primero que tiene que haber un escritor que realiza un programa es dar a conocer el guion a la asesora para que ella emita el visto bueno, y de conjunto con el director del espacio hacen el trabajo de mesa. (Comunicación Personal).*

3.3. Componentes del lenguaje radiofónico

La combinación de los elementos del lenguaje radiofónico va a influir en las preferencias de los oyentes; un correcto dominio de estos significará el éxito en el producto comunicativo. Comprobar la satisfacción que experimenta la audiencia ante los componentes del lenguaje radiofónico implica describir cuales constituyen los de mayor aceptación. Justo aquí, median un conjunto de factores tanto técnicos del medio radial como subjetivos en los oyentes.

José Ignacio López Vigil (2000) y Mario Kaplún (2005), autores de reconocida trascendencia en el ámbito investigativo radial, reconocen un conjunto de componentes que conforman el lenguaje radiofónico: la voz humana, la música, los efectos de sonido y el silencio.

En la revista de variedades objeto de estudio, la voz humana está representada por la conductora que posee una amplia información de la actualidad, una adecuada cultura general integral, así como capacidad de improvisación e interacción con invitados y especialistas que comparecen en el programa. Su estabilidad y permanencia en el espacio son indispensables para lograr habitualidad e identidad, también por los colaboradores mayoritariamente. La música y los efectos de sonido se articulan armoniosamente en los spots publicitarios. El silencio está presente en las distintas pausas que, percibidas o no al oído humano, se utilizan para que el oyente asimile lo recién escuchado. Todos los elementos unidos armónicamente dan como resultado un producto atractivo para el oyente, ávido de esparcimiento.

Además de estos requisitos que ha de cumplir el guión, no se debe descuidar el empleo de un lenguaje coloquial que el oyente agradece. La audiencia radial es variada en cuanto a edad, sexo, nivel de instrucción, ocupación; por tanto, el lenguaje no debe ser rebuscado, más bien que se asemeje al hablar cotidiano del cubano.

Cada escritor concibe su guion teniendo en cuenta el lenguaje radial. Este es un lenguaje directo, claro, teniendo en cuenta que el oyente escucha una sola vez. La radio no es como la prensa escrita, la televisión, la literatura, que posibilitan una relectura, a diferencia de la radio que tiene como característica su fugacidad. El escritor tiene que tener en cuenta estas características y evitar el uso de palabras rebuscadas, de difícil comprensión para un oyente medio. (Comunicación personal).

Sin bien es inusual la producción de un programa radial sin la existencia de la voz humana, lo mismo sucede con la música y los efectos de sonido, especialmente en las revistas de variedades, para despertar las más profundas sensaciones, relajación, entretenimiento, al transmitirse en un día que la familia generalmente se encuentra descansando en casa con la escucha activa, presta a asumir y digerir los mensajes que se brindan.

Sobre el lenguaje radiofónico se afirma que se trata siempre de buscar una voz femenina que sea coloquial e incitadora, que pueda cautivar a los oyentes y el caso de este programa la locutora y conductora reúne estas características, que lo demuestra con la cantidad de seguidores que ha tenido durante estos años. Cabe destacar que desde 1999, esta compañera ha sido la excelente conductora de este espacio, tal y como anteriormente lo fueron otras.

El manejo de los recursos del lenguaje radiofónico es el adecuado, la voz que se utiliza es movilizadora y logra la participación de los oyentes y las palabras son correctas, hay buen uso del idioma y la tonalidad es la necesaria para convencer a los públicos, es de destacar que en el caso de este programa es la misma conductora su escritora y funge como directora, además,

Sobre la música se utiliza mucho la música cubana que siempre va mezclada con otras que puede ser del patio o del cancionero internacional, siempre cuidado los porcentajes dispuesto por el ICRT. La sonoridad del programa es amena que se mezcla con cortinas, jingles y spots efectos que bien dan una caracterización del espacio, amen que en momentos en los diálogos se utiliza el silencio como medio para llamar la atención a cuestiones importantes que la conductora va a decir.

El operador de audio se refiere *que el guión con el que trabaja no es complejo, en él están puestos los llamados a las operaciones de mezclar, subir, disolvencias y todas las transiciones que lleva el programa en su lenguaje técnico, además expresa que siempre debe estar al tanto de las llamadas de los oyentes y tener dispuesta la grabación para su salida al aire. Agrega que la participación va a estar en correspondencia con el tema que se trate, pues el plan temático tiene cuestiones que son de gran interés para determinados público y eso hace que existan más llamadas que atender y tienen como divisa no dejar ningún oyente de los que participa, sin publicar su criterio. Dice que el programa tiene mucho público a pesar que se denota, que en comparación con momentos anteriores es menor.* (Comunicación Personal).

Sobre la locución y conducción del programa la gran mayoría reconoce a la locutora, algunos incluso ponen su nombre, y un pequeño grupo saben que es una profesional de la radio, pero no se fijan en ese detalle.

Relacionado con la preferencia de las voces, la totalidad marca que prefieren voces femeninas dado por la historia del programa que desde sus inicios siempre ha sido una voz femenina y la actual conductora lleva más de 20 años en esta profesión.

Cuando se pregunta sobre la coherencia de la locución casi todos lo evalúan como positivo, así de igual manera valoran de positivo la dicción.

Ya en la estructura del programa, mayoritariamente lo consideran correcta, y otros dicen que no, porque quisieran incluir otras secciones que ha tenido el programa que fueron de gran *rating*.

Sobre la música que se transmite en el programa, se trata de mantener lo establecido por la política de promoción, la mayoría responde que sí es de su agrado y algunos refieren que se pongan música de otros géneros más contemporáneos. Algunos refirieron que se pongan el reggaeton que está en moda.

Relativo al diseño sonoro, todos los han catalogado de bueno, y dicen que, es un programa muy activo, dinámico y ameno. Que tiene sus mensajes, jingles y efectos agradables que les hacen una mañana entretenida y agradable.

En la producción de esas imágenes auditivas, la música y los sonidos serán nuestros preciosos auxiliares. Los sonidos nos ayudarán a que el oyente “vea” con su imaginación lo que deseamos describir; la música, a que sienta las emociones que tratamos de comunicarle. (Kaplún, 2005, p. 107)

3.4 Contexto sociocultural y perfil de la audiencia.

El análisis del contexto sociocultural del receptor indica la influencia de sus características personales, condiciones sociales y culturales que median la relación con la radio definiendo modelos de consumo mediático. Además, la presencia de medios de comunicación distintos a la

radio representa un factor del contexto, pues esta no tendrá la misma significación entre radioyentes abundantemente expuestos a otros medios.

Definir el tipo de público objetivo en cada programa radial, constituye un aspecto base para de esta manera enfocar sus contenidos en dependencia de cada segmento de audiencia y los distintos pactos de lectura que realizan de los temas abordados.

Se determinó una muestra según la fórmula que históricamente se utiliza para al análisis de audiencia que tiene los medios audiovisuales y se ratificó con el uso de calculadoras presentes en sitios de confianza de Internet, dando como resultado 384 sujetos. Dada la ausencia de informaciones novedosas se declara saturación categorial, quedando conformada la muestra con 104 participantes. Así el Grupo Metodológico de la Radio aprobó el cuestionario que se aplicó a los sujetos objetos de estudio donde se establecen los rangos de edades atendiendo a jóvenes, adultos, mayores y ancianos. Así se encuestaron 61 mujeres y 43 hombres, que por grupos etarios de 15 a 29 fueron (3), de 30 a 44 fueron (24), de 45 a 59 (62), y de 60 y más (15).

En cuanto a nivel de instrucción la mayoría son de nivel medio o técnicos y en menor media los profesionales.

La gran mayoría de los encuestados son trabajadores estatales, le siguen los jubilados y en menor cuantía, los trabajadores no estatales, ama de casa y estudiantes.

El contexto sociocultural del receptor indica la influencia de sus características personales, condiciones sociales y culturales que median la relación con la radio definiendo modelos de consumo mediático. Además, la presencia de medios de comunicación distintos a la radio representa un factor del contexto, pues esta no tendrá la misma significación entre radioyentes abundantemente expuestos a otros medios.

Cuando se les pregunta si escuchan la Emisora Estereocentro la gran mayoría responde “algunas veces sí y algunas veces no”, la mitad responde que “Siempre la escucha”, un grupo menor responde que “la mayoría de las veces Sí” y una minoría insignificante de los encuestados, responde “que la mayoría de las veces no”.

Ya adentrado al programa, se les pregunta sobre la escucha de “Todo Mezclado” se les da la posibilidad de marcar varias opciones; así, la mayoría responde, que la escuchan por lo

interesante que resultan los temas que trata, un considerable número de encuestados dice que la programación le entretiene, y más de la mitad, expone que les acompaña en las labores domésticas. Un grupo responde que escuchan toda la programación diaria de la emisora. Y un grupo menor responde que es costumbre escuchar el programa.

Escuchar la radio posibilita la no interrupción de diferentes tareas a realizar por sus bondades de ser un medio unisensorial; ya no solo en el hogar, sino en cualquier función que el oyente se encuentre desempeñando. La radio tiene la posibilidad de no interrumpir la actividad del receptor, usted puede escuchar un programa conduciendo un auto, realizando otras tareas tanto en el hogar, como en un centro laboral.

Sobre el ítem, cuando se mide por qué escucha el programa, también se da la posibilidad de marcar varias opciones se obtiene la siguiente respuesta: La mayoría responde que siempre tienen presente la escucha del programa y están atento a su horario. En menor cuantía que el primero, han respondido que lo escuchan porque un familiar lo sintoniza en su casa habitualmente. Un menor grupo dice que algún familiar le recuerda el programa y un grupo pequeño dice que se le interrumpe el seguimiento de la emisión por agentes externos.

Cuando se les pregunta si mientras escucha la revista de variedades puede realizar otras funciones, su totalidad responde que sí, y marca actividades de todo tipo de carácter doméstico dado a que el domingo en sus casas tienen actividades que realizar, y en una menor medida algunos que se encuentran en funciones laborales.

Sobre las secciones del espacio casi la totalidad prefiere temas actuales relacionados con la economía, la cultura, las actividades sociales, así como, las informaciones sobre los acontecimientos de la ciudad de Santa Clara. Algunos prefieren la sección de participación con el oyente que da la posibilidad de felicitar y solicitar números musicales.

Tiene un grupo que prefiere la música del ayer, la llamada década. Y otro grupo se refiere a temas históricos y anécdotas de Santa Clara. Se ha marcado por los sujetos buena cantidad sobre el tema de la violencia, sobre la maternidad precoz, así como, los temas relacionados con la sexualidad y el tema de salud. Merecen un tratamiento aparte los temas relacionados con el tratamiento y atención al adulto mayor y la vejez por ser una ciudad envejecida, y algo similar

pasa con el amor, en el sentido amplio de la palabra, temas como, el amor de parejas, el amor filial y la amistad.

3.5. Influencia de los grupos sociales

El hogar y la familia se instituyen como los primeros espacios de socialización en la vida del individuo; es un rico escenario productor de significados que va a determinar los modelos de recepción de los radioyentes. La cantidad de habitantes en el hogar, la relación de poder entre ellos, las relaciones familiares y los hábitos de consumo mediático; constituyen algunos de los factores que median la escucha.

Además, las organizaciones de todo tipo se manifiestan como importantes fuentes de información y de elaboración de significados socioculturales en la cotidianidad del individuo. El hogar y los contextos laborales significan los grupos sociales que mayor protagonismo alcanzan en la audiencia radial, y los que van a determinar en gran medida sus esquemas de consumo.

Para Fuenzalida (2006), las funciones del hogar como espacio de descanso y esparcimiento. La recepción se acopla a los diversos ritmos diarios de los habitantes del hogar y las formas como estos se enlazan con los estados de ánimo y emociones que acompañan sus actividades. De esta manera, se destaca la influencia de la familia en los hábitos y preferencias de sus miembros.

Es evidente que los trabajadores estatales y no estatales son los radioyentes por excelencia que desempeñan funciones relacionadas con sus profesiones durante la escucha del programa.

Existen muchos centros de trabajo donde sería muy inconveniente prender un radio, pero hay otros en lo que sabemos, la radio no para de escucharse. En poncheras y talleres de bicicleta, en las tabaquerías, en los talleres artesanales pertenecientes a cuentapropistas; y hasta en alguna que otra oficina, siempre se puede escuchar, aunque con un menor volumen, las ondas radiales de una emisora. (Comunicación personal).

Tanto la familia, como el barrio y las instituciones laborales, constituyen escenarios

productores de significados, que median la relación oyente-medio radial. En ellos se debaten, se discuten y se polemizan los conflictos tratados, resultando en cambios de muchos de los criterios iniciales de los sujetos.

Aproximadamente la totalidad de los oyentes encuestados debaten los temas tratados con sus familiares. Asimismo, los sujetos pertenecientes a instituciones laborales comentan las temáticas con sus compañeros de trabajo. Los jubilados usualmente debaten sus criterios con los vecinos, pues permanecen mayor tiempo en casa y por tanto en su comunidad.

De forma general, constituyen los grupos sociales inmediatos los principales escenarios de interacción e intercambio de contenido lo que resulta en espacios de socialización donde se manejan roles de recepción activa o no de la revista de variedades. No obstante, constituyen escenarios igualmente relevantes en los que indistintamente se decodifican los códigos del mensaje radial.

Por ello los grupos sociales en torno a los que operan los procesos de recepción, aportan una relevancia fundamental al instituirse como escenarios de decodificación conjunta. Se articulan estos como complemento al intercambio de aquellos contenidos que puedan aportar los mensajes radiales.

3.6. Proceso reconocimiento-identificación de la audiencia con las revistas de variedades

Resulta sorprendente la coincidencia de criterios en los oyentes respecto a los procesos de reconocimiento e identificación que experimentan con este formato radiofónico, muchos de ellos viven el proceso de manera espontánea e inconsciente. Son estos procesos de reconocimiento e identificación, según el autor Valerio Fuenzalida (Medina, 2000), los que incitan a los sujetos a buscar y disfrutar el mensaje de los medios.

Los mensajes que exponen las revistas de variedades están dados por las diferentes temáticas proyectadas o de connotación actual para la audiencia santaclareña. Los documentos analizados establecen algunos lineamientos a seguir por los programas en el sistema nacional. La Política de Programación de la Radio y la Televisión Nacional pauta los requisitos de abordar mayoritariamente temas nacionales y de actualidad como forma de reafirmar la

identidad; a partir de un lenguaje de alcance universal que permita satisfacer las expectativas de los diversos públicos.

Además, se garantiza, como expresa la Política de Programación con su plan temático, la presencia de temas que ayuden a la sociedad a reflexionar sobre la honestidad, la honradez, el patriotismo, la solidaridad, la dignidad, el humanismo, la responsabilidad, la laboriosidad y la justicia como valores irrenunciables para los cubanos.

La directora de la Radioemisora menciona que *el programa siempre ha tenido un grupo de seguidores que escriben y llaman al programa, y que es uno de los programas más antiguos de la emisora, y se ha mantenido bajo todas las circunstancias, que posee un equipo de trabajo muy profesional con vasta experiencia.* (Comunicación Personal)

Está concebido un plan temático que se elabora a partir del plan rector del Instituto de Información y Comunicación Social (IICS) y a partir de este se realiza el plan de la emisora con sus temas a tratar y se materializa en los diferentes espacios radiales, así que el programa “Todo Mezclado” tiene su plan temático que no es rígido, sino que tiene capacidad para introducir temas que sean de interés local y actual del territorio.

La identidad del programa es única, ya que por ser dominical tiene un sonido propio y característico.

El especialista en programación sobre el contenido del programa y los guiones expresa de la conexión que se tiene con la Empresa de la Música hace que el programa puede brindar todo el acontecer de grabaciones y conciertos de las agrupaciones de la localidad.

A tu gusto es una sección fija del programa dedicada a la participación del oyente, en que se transmiten sus opiniones acerca de la temática seleccionada para ese domingo. También se tiene en cuenta las peticiones musicales y los saludos que el público realiza.

Para medir la repercusión del programa y los efectos que pueden influir en el oyente se pregunta con quien comenta la temática abordada en el programa a lo que se responde; la gran mayoría de los sujetos, marca que el comentario lo hacen dentro de la familia y otros con los compañeros de trabajo y amigos, un pequeño grupo lo hacen con los vecinos.

Cuando se pregunta si se siente complacido con los temas abordados en el programa la mayoría responde que siempre se sienten complacidos y algunos dicen que a veces se siente complacido y ninguno marcó nunca.

Una de las cuestiones más interesante de la encuesta es lo relacionado con la repercusión en la vida diaria y toma de decisiones de los contenidos abordados en el programa, la mayoría responde que sí se siente identificado ya que les ayuda a tomar decisiones y aportan los ejemplos concretos como, planificación de la economía familia, la prevención de enfermedades, el buen uso del vestir, normas de conductas sociales, un insignificante grupo dice que no les aporta nada.

Cuando se les da la opción de completar la frase de: ‘el Programa “Todo Mezclado” para mí es...’ se ponen palabras como el mejor, el preferido, mi preferido, muy bueno, el que me alegra la mañana del domingo, el espectacular, el mejor de todos, el más completo de los programas, entre otros. Muy pocos dejaron la pregunta en blanco.

Se recuerdan con mucho agrado las secciones donde se daban recetas de cocina, las gratificaciones y entregas de premios que se hacían, otros que el programa ha recortado su tiempo de duración lo que impide incluir secciones que antes existieron.

3.7. Análisis integral de los resultados.

El proceso de recepción efectuado por la audiencia santaclareña a la revista de variedades “Todo Mezclado”, está mediado por ciertos componentes culturales que participan en la construcción de sentidos que realiza el receptor. Los recursos del lenguaje radiofónico, el contexto sociocultural del individuo, los grupos sociales interactuantes y el proceso de reconocimiento-identificación con la revista, constituyen mediaciones subjetivas y del contexto que van a determinar un proceso de recepción activo y dialéctico.

A través de las técnicas de recogida de información utilizadas en la presente investigación fue posible desarrollar una descripción de esos elementos que median la recepción de los mensajes radiales.

Respecto a los componentes del lenguaje radial (voz humana, música, efectos de sonido y silencio) y la importancia de su correcto engranaje en este tipo de revista ; se pudo constatar la

relevancia en la inclusión de los mismos dentro de la producción radiofónica de revista de variedades, dada por las características de este producto marcado por la periodicidad, día y horario de transmisión.

Se reconocen las principales situaciones que se articulan al emplear dichos componentes, logrando definir su funcionalidad, así como la valoración en su recepción. Se pudo acopiar que la voz aporta la fluidez del mensaje de la conductora, el sonido describe el contexto físico, la música refiere los ambientes y el silencio aporta pausas gramaticales.

Todo ello se evidencia en la redacción de los guiones clasificados como menos complejos al asumir la combinación de los recursos técnico – artísticos.

Según los instrumentos empleados se evidencia, sobre todo en públicos femeninos, altos niveles de satisfacción con la utilización del lenguaje en la revista.

En general, el lenguaje radiofónico evidenció diversas posturas con respecto a las funciones que cumplen sus componentes en la revista de variedades.

Como se puede observar, para hacer unas valoraciones de los resultados hay que decir que el programa “Todo Mezclado” es uno de los programas más antiguos de la FM 93.5, con 28 años en el éter.

El espacio es un programa de revista de variedades, categorizado como muy complejo y aun cuando nunca se ha realizado un estudio específico al mismo, sí se ha evaluado como bueno dentro de la parrilla radial. Atendiendo a monitoreos y estudios de audiencia, realizados a la emisora 93.5, donde ha resultado el programa más popular de la programación del domingo.

El equipo de trabajo compuesto por un colectivo de personas profesionales de mucha experiencia en el medio ha hecho posible la aceptación del espacio en los públicos.

A pesar que el programa se ha visto obligado a reducir tiempos y espacios entre ellas, secciones e invitados por las razones de limitaciones de recursos, éste ha tratado de mantenerse a toda costa.

El programa mantiene una audiencia estable, aun cuando ha perdido mucha en comparación con los años anteriores, se logra la retroalimentación del espacio a través de sus llamadas, correos electrónicos y cartas.

La realización, sonoridad y el uso de los recursos radiofónicos del espacio es buena,

avalado por los resultados de las encuestas y entrevistas.

Hay dificultades con la infraestructura del local, además hay carencias tecnológicas, ya que los medios disponibles están obsoletos. También existen dificultades con la salida de la señal, lo que ha entorpecido la calidad del programa en ocasiones.

Hay carencia en la inmediatez de la información dado a que la periodista que cubría este espacio fue promovida y no se ha situado otro para cumplir con estas funciones.

A la hora de catalogar esta audiencia del programa “Todo Mezclado” hay que reconocer que sus públicos varían en comparación con otros espacios, si un programa radial tiene un público determinado como objetivo, en este programa hay mayoritariamente una audiencia femenina, que por lo que arrojan las encuestas, a la hora del programa se dedican a labores domésticas. Según las edades, la mayoría está entre los rangos de adultos de 45 a 59 y en menor cuantía de 30 a 44. El nivel de instrucción generalmente es de nivel medio superior a superior, lo que equivale a deducir que la audiencia del programa se componga de personas de una alta calificación y de mayores de edad, siendo preferencial las mujeres.

Las encuestas demuestran también el proceso de reconocimiento e identificación del programa con ejemplos que interiorizan los contenidos expuestos en las diferentes secciones y los hacen suyos en su actual cotidiano.

De forma general, el proceso de recepción del espacio “Todo Mezclado” está influido por indicativos propios del lenguaje radiofónico, los contextos socioculturales, los escenarios de interacción entre los grupos sociales, y la apropiación en materia de identificación y reconocimiento con los contenidos radiados. Asumiendo con ellos diversidad de criterios en función de los grupos etarios como variables para diferenciar a la audiencia relativas a la posición pasiva o activa que asuman ante la revista de variedades.

CONCLUSIONES

La investigación realizada permitió concluir que:

- Se identificó que el lenguaje radial es específico para una revista de variedades, en correspondencia con la frecuencia y horario de transmisión
- El factor sociocultural evidenció que la audiencia del espacio “Todo Mezclado” fluctúa en función de los indicadores edad, sexo y ocupación; además de las consideraciones relativas a la tradición de escucha o consumo radial que experimentan los distintos estratos. Además, median en los niveles de consumo los contextos sociales y las tradiciones culturales, en las maneras que se presenta la recepción activa o pasiva ante el medio
- La investigación proyectó una mediación significativa de los grupos sociales interactuantes con el individuo en el proceso de recepción. Los datos obtenidos tras la aplicación de las técnicas, demuestran que los procesos de recepción del programa toman lugar en escenarios de interacción social, el hogar (familia), la vecindad y los contextos laborales
- Los niveles de apropiación identificados en el proceso de reconocimiento-identificación refieren que, pese a la existencia de un alto nivel de complacencia con el espacio, emergen insatisfacciones cuando se abordan necesidades de retomar secciones de interés para la audiencia, así como la inclusión de temas de gran pertinencia en función de las necesidades de los distintos grupos etarios

RECOMENDACIONES

- Exponer los resultados de la investigación en el colectivo de trabajo de la radioemisora Estereocentro FM 93.5 para que dispongan de la información obtenida sobre la audiencia del espacio “Todo Mezclado”
- Analizar, por parte de los realizadores del programa, los criterios propuestos por los encuestados
- Repetir periódicamente estudios de este tipo, para conocer la recepción a programas específicos de la emisora

REFERENCIAS

- Alcocer Cruz, D.G (2013) De la escuela de Frankfurt a la recepción activa. *Razón y Palabra*, núm. 82, marzo-mayo, Universidad de los Hemisferios, Ecuador
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199525737022>
- Alonso, M. (1999) *Teorías de la recepción en la comunicación de masas*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.
- Alonso, M. y H. Saladrigas (2006) *Para investigar en comunicación social. Guía didáctica*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.
- Badia, A.T. y Costales, Z. (2015). *La audiencia radiofónica cubana en un contexto de cambios*. *Razón y Palabra*, 19 (92) ,1-24.
- Cabrera Apolinar, M (2021) *Estudio de recepción del espacio dramatizado “Esta es tu novela” de la emisora provincial de Villa Clara CMHW*. (PDF) Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Facultad de Humanidades, Universidad Central Marta Abreu de Las Villas. <https://dspace.uclv.edu.cu/handle/123456789/1504>
- Castillo, A. (S.F) “*Historia de la radio en Santa Clara*”, Sitio de la CMHW:
<http://www.cmhw.co.cu/noticia.asp?auid=654>.
- Cueto, M (2017). Los estudios de recepción activa y los medios de Comunicación. Interacción e influencia. *Revista Científica, Cultura, Comunicación y Desarrollo*,2(2) pag 513
recuperado 20 octubre 2023 <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>
- Díaz Monserrat L (2011) *Alta Tensión y sus públicos. Un estudio de recepción de programa radial*. (PDF) Tesis de Licenciatura en Periodismo, Facultad de Humanidades, Universidad Central Marta Abreu de Las Villas.
<https://dspace.uclv.edu.cu/handle/123456789/1504>
- Flores C, R. (2006). “*Dramaturgia y Guion para radio y televisión*”. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente
- Forero, J.A. y Céspedes, F.J., (2018). La radio, la recepción, las audiencias, los hábitos de

consumo y la producción de contenidos. Colombia: Centro Editorial Universidad Católica de Manizales

Fuenzalida, V., (1987). La influencia cultural de la televisión. *Diálogos de la Comunicación*, 17(9).

Fuenzalida, V. (2006). Estudios de audiencia y recepción en Chile. *Diálogos de la Comunicación*, 73.

García Canclini, N., (1991). El consumo sirve para pensar. *Diálogos de la Comunicación*, 30.

García Canclini, N., (1991). Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. *Chasqui*, 39, 8-15.

García, E., Gil, J. y Rodríguez, G. (2004). Metodología de la investigación cualitativa. La Habana: Félix Varela.

Hernández, Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. (4ta ed.). México: McGraw-Hill.

Hernández, Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). *El inicio del proceso cualitativo: planteamiento del problema, revisión de la literatura, surgimiento de las hipótesis e inmersión en el campo*. Recuperado de:
[http://Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. \(2014\) Planteamiento Del Problema | PDF | Conocimiento | Teoría \(scribd.com\)](http://Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014) Planteamiento Del Problema | PDF | Conocimiento | Teoría (scribd.com))

Kaplún, M., (2005) *Producción de programas de radio*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.

López, J., (2000) *Manual urgente para radialistas apasionados*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.

- López, J. I. (2005). *Manual urgente para radialistas apasionados*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- León, G.A., (2002). Teorías e Investigación de la Comunicación en América Latina. Situación Actual. *Ámbitos*, 7-8, 19-47.
- Mattelart, A. y Mattelart, M., (1991). La recepción: el retorno al sujeto. *Diálogos de la Comunicación*. 30. 10-18.
- Mata, M. C. (2000). Reflexiones acerca de las investigaciones en comunicación. *Revista latina de Comunicación Social*, (35), 4-14.
- Medina. I., (2000). *Desde el otro lado*. Cuba: Editorial Pablo de la Torriente.
- Molina, L., (2007) *En Cuba: identidad en las páginas de una revista*. Tesis de licenciatura. illa Clara, Facultad de Humanidades, Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.
- Medina. I., (2000). *Desde el otro lado*. Cuba: Editorial Pablo de la Torriente.
- Perona, J.J., (2006). El lenguaje radiofónico: introducción. Recuperado de <https://docplayer.es/18654849-El-lenguaje-radiofonico-introduccion.html>
- Orozco, A., (1997). El reto de conocer para transformar: Medios, Audiencias y Mediaciones. *Comunicar*. 8. 25-30.
- Radialistas.net <http://radialistas.net/generos-y-formatos-1>
- Soengas, X., (2005). El discurso radiofónico. Particularidades de la narración sonora. *Prisma*, 1, 101-127.
- Vidal, J.R., (2002). Medios y Públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones. Cuba: Editorial Pablo de la Torriente.

Wolf, M., (1987). La Investigación de la Comunicación de Masas: críticas y perspectivas.
España: Ediciones Paidós.

ANEXOS

Anexo 1

Guía para el análisis y revisión de documentos, registros, materiales y artefactos:

Objetivo general: Describir la relación de los elementos que norman la producción del espacio “Todo Mezclado” que influyen en el proceso de recepción

Documentos:

- Política de programación de la Radio y la Televisión cubanas
- Manual Metodológico de la Programación Radiofónica
- Ficha técnica de control de programas de radio (“Todo Mezclado”)
- Estudios anteriores de recepción y audiencia en Villa Clara
- Trabajos de Mesa del programa
- Monitoreo al programa “Todo Mezclado” realizado por la dirección de la emisora
- Guiones del programa “Todo Mezclado” transmitidos este año

Indicadores:

- Objetivos del documento.
- Aspectos generales del documento
- Normas que rigen la realización del espacio revista de variedades
- Especificidades en materia de redacción radiofónica
- Principales temáticas abordadas en las revistas de variedades
- Perfil de la audiencia

Anexo 2

Guía para la entrevista en profundidad al personal vinculado a la realización del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5 de Santa Clara.

Fecha: **Hora:** **Lugar:** **Entrevistado:** **Entrevistador:**

Objetivo general: Describir las condiciones históricas, materiales y técnicas artísticas en la producción del programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro 93.5 de Santa Clara.

Indicadores:

- **Recorrido histórico del espacio “Todo Mezclado”**
 - Surgimiento del espacio.
 - Objetivos del espacio.
 - Realización y producción del mismo.
 - Estructura y funciones del colectivo de “Todo Mezclado”
 - Evolución del espacio “Todo Mezclado”
- **Lenguaje radiofónico:**
 - Características del espacio en cuanto a realización.
 - Especificidades en el manejo de los recursos del lenguaje radiofónico.
 - Particularidades del guion.
 - Uso de recursos técnico artísticos.
- **Contexto sociocultural del receptor:**
 - Perfil de la audiencia.
 - Características de las revistas de variedades que las hacen destacar por encima de otros géneros.
- **Proceso reconocimiento-identificación**
 - Principales temáticas abordadas en el programa “Todo Mezclado”
 - Medida en que reflejan la sociedad actual
 - Construcción de las secciones
 - Vías de Retroalimentación

Anexo 3

Cuestionario a ciudadanos de Santa Clara.

Estimado oyente, el siguiente cuestionario forma parte de un estudio para conocer las opiniones sobre el programa “Todo Mezclado” de la emisora municipal Estereocentro FM 93.5 de Santa Clara. Es anónimo y los datos recolectados serán utilizados para un Trabajo de Diploma de la carrera Comunicación Social de la Universidad Central de Las Villas. De antemano, gracias por su colaboración.

Sexo: F M

Edad: 15-29 30-44 45-59 60 y más

Nivel de instrucción: Primaria Secundaria Medio Técnico Profesional

Ocupación: Trabajador estatal Trabajador no estatal Pequeño agricultor

Ama de casa Estudiante Jubilado Sin vínculo laboral

1.- ¿Escucha la emisora Estereocentro FM 93?5?

- Siempre
- La mayoría de las veces si
- Algunas veces sí, algunas veces no
- La mayoría de las veces no
- Nunca

2.- ¿Escucha el programa Todo Mezclado?: (puede marcar varias opciones)

- escucho toda la programación de la emisora en el día
- es costumbre
- me acompaña en la realización de tareas domésticas
- son interesantes los temas que se abordan
- es de corta duración
- me entretiene

3.- Cuando escuchas el programa Todo Mezclado en casa es porque: (puede marcar varias opciones)

- Algún familiar me recuerda el programa
- Siempre tengo presente la escucha del programa
- Lo hago porque un familiar escucha radio habitualmente
- Mis familiares interrumpen mi escucha

4.- ¿Mientras escucha esta revista de variedades suele realizar otras funciones?:

Sí No

De ser positiva su respuesta, diga cuáles:

- Tareas domésticas (cocinar, limpiar, lavar, fregar, etc.)
- Consumir otros medios de comunicación (internet, televisión, prensa)
- Relacionarme con familiares y amigos
- Estudiar/trabajar
- Otras, ¿cuáles? _____

5.- De las secciones del espacio prefiero: temas actuales temas de época

Que temas sugiere: _____

Marque con una (X) cuáles de las siguientes temáticas reconoce han sido tratadas en la radio revista transmitidas en este año y con un (O) con cuáles se identifica mejor:

- El amor la maternidad la convivencia familiar la sexualidad
 - La vejez la vida estudiantil o laboral violencia de género
 - La discriminación por distintas causas temas de salud en general
- ¿Qué otra temática preferiría usted que se trataran?
- _____

6.- Las temáticas que aborda en el programa las comento con:

- Mi familia mis compañeros de trabajo/estudio mis vecinos
- Otros

7.- ¿Están de acuerdo con sus criterios sobre los temas comentados?

Siempre a veces nunca

8.- De los contenidos que se difunden en el programa: ¿algunos repercuten en su vida diaria, le ayudan a tomar decisiones? ___ Si ___ No

En cualquiera de los casos justifique el porqué de su selección

9.- Reconoce al locutor o locutora habitual de esta revista de variedades.

___ Sí ___ No

Prefiere voces masculinas ___ voces femeninas___

Es coherente la locución: Si___ No___ la dicción en buena: SI___ No___

Considera que la estructura del programa es correcta Si___ NO___

Te gusta la música que aborda el programa Si___ NO___

El diseño sonoro para ti es correcto SI___ NO ___

10.- Complete la siguiente frase.

El programa Todo Mezclado para mi es:

Anexos 4

Calculadoras de Internet

<https://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas>



Panel

Servicios ▾

Acerca

Knowledge Base

Blog

Contáctanos

Calculadora de muestra para proporciones

Calcula el tamaño de muestra que necesitas cuando tu encuesta mide un porcentaje o proporción (por ejemplo, el % de personas que fuman en la población). En esta calculadora avanzada podrás ver cómo se relacionan margen de error, nivel de confianza y tamaño de muestra. Más información sobre las fórmulas empleadas [aquí](#).

Para usar la calculadora:

- Indica el tamaño del universo y qué grado de heterogeneidad hay en la población.
- Indica 2 de los 3 parámetros restantes. Por ejemplo, si indicas la muestra y el nivel de confianza, podrás calcular el margen de error.
- Pulsa en CALCULAR. El valor calculado quedará destacado.

1000

TAMAÑO DEL UNIVERSO

Número de personas que componen la población a estudiar.

50

HETEROGENEIDAD %

Es la diversidad del universo. Lo habitual es usar 50%, el peor caso.

5

MARGEN DE ERROR %

Menor margen de error requiere mayor muestra.

95

NIVEL DE CONFIANZA %

Mayor nivel de confianza requiere mayor muestra. Lo habitual es entre 95% y 99%.

MUESTRA

Personas a encuestar.

Calcular

Con esta el resultado fue de 384 sujetos.

<https://www.datum.com.pe/calculadora>

Margen de error

Tamaño de Muestra (n):

Probabilidad de éxito/fracaso (p/q):

 %

Población total (N):

Nivel de confianza:

Calcular

0.0

Si no se conoce la probabilidad se recomienda asumir 50%.
Si no conoce el tamaño de la población o es mayor a 100,000 unidades, se recomienda dejar el casillero en blanco.

Tamaño de muestra

Margen de error permitido (e):

 %

Tamaño de población (N):

Calcular

0
personas

Si no conoce el tamaño de la población o es mayor a 100,000 unidades, se recomienda dejar el casillero en blanco. Nivel de confianza de 95% y probabilidad de éxito-fracaso (p y q) de 50% para ambos casos.

Con esta el resultado fue de 383 sujetos.

Anexo 5: Documentos revisados

Misión y Visión de la emisora Estereocentro FM 93.5, Ficha Técnica del Programa, un Guión

La misión de la Estereocentro FM 93.5es: orientar, organizar dirigir y controlar la realización y producción de programas y espacios radiofónicos dirigidos a la población santaclareña, en función de brindar una programación radial que satisfaga las necesidades informativas, culturales y de esparcimiento de dicha comunidad en concordancia con los presupuestos político-ideológicos de nuestra sociedad.

Su visión es: alcanzar una elevada calidad en la transmisión de los productos que ubica en el espectro radiofónico del territorio propiciando valores éticos y estéticos en un oyente interactivo que se reconozca y se vea reflejado en la emisora de su comunidad.

FICHA TÉCNICA DE CONTROL DE PROGRAMAS DE RADIO

Emisora	Estereocentro 93.5						Municipal	
Espacio	<i>Todo Mezclado</i>							
Horario	10:00am-12:10pm	Tiempo	130 Min.	Frecuencia		Domingos		
Función	Cultural	Origen	Propio	% Música	Cubana	85	Extranjera	15
Grupo	Variados			Forma	Revista de Variedades			
Categorización	Muy Complejo							
Tema	Varios Generales			Especificación				
Intención hacia un destinatario			General					

Tiempos aproximados que se utilizan para:

Música	47 min.	Información	80 min.	Dramatizaciones	
Propaganda	3min				
Fecha de inicio programa		Julio/1995	Vivo	X	Grabado

CATEGORIZACIÓN

Clasificación del soporte literario

R/60: Guión Menos Complejo (\$140.00)

R/68::

CARGO	%COMPLEJIDAD	TIEMPO DE REALIZACIÓN
Director	40	4.5H
Prod. Musical	1.0	
Locutor	40	
OCM	40	
Asesor	40	

Objetivo Principal

Contribuir a ampliar el horizonte informativo del oyente mediante variados temas de interés.

Descripción del Perfil

Espacio conducido a una voz de forma amena y conversacional, se ofrecen informaciones sobre la ciudad sobre acontecimientos, fechas históricas, eventos de trascendencia, problemas sociales. Incluye música cubana y extranjera. Contiene un boletín de noticias que puede asumir trabajos periodísticos en sus más diversos géneros. Puede contar con la participación de

invitados de la localidad en diversas esferas de la vida científica, cultural, histórica y social. El programa ocasionalmente puede ser realizado desde exteriores.

Incluye 1 boletín de noticias (3 min.) locales, nacionales e internacionales de la actualidad. El programa cuenta con una colaboración periodística. Utiliza la propaganda directa y actualiza a la población sobre acontecimientos meteorológicos. Puede lanzar concursos y se cuenta con la colaboración de Gastronomía en divisa y popular, FMC; CTC; CDR; Artes Escénicas, Centro Provincial de la música, Artex, Isla Azul o Cultura municipal.

Contiene secciones fijas para cada emisión:

- La conexión 93.5: Promoción de un reciente disco nacional o internacional, en el caso de Villa Clara, cuenta con la colaboración del centro provincial de la música.
- A la orden del Chef: (eventual) Se establece contacto con un centro gastronómico de la ciudad para promover el servicio que prestan, y además contribuir a potenciar la cultura culinaria en la población. Ocasionalmente se lanza una interrogante sobre un plato en específico, se dan a conocer las propiedades nutricionales y su elaboración: El oyente ganador recibe como obsequio una mesa con un acompañante de manera gratuita en este centro. Esta sección puede alternar con La Hora Caliente que se transmite desde un centro recreativo determinado, fundamentalmente en la etapa estival y fechas determinadas.
- Recuerdos: Hace un breve recorrido por la discografía de los años 60, 70, 80 ó 90, defendiendo la valía de esta música.
- Transitando: La dramaturgia de la sección consiste en transitar por diversos centros culturales de la ciudad de Santa Clara donde ofrecen propuestas culturales para el domingo, así como anticipar lo que sucederá en materia cultural en la ciudad en la semana que comienza. Puede incluir entrevistas en estos centros.
- De la música: En cada emisión se darán a conocer las efemérides musicales de la provincia en la semana que comienza.
- Los sonidos de Cuba: Noticias del quehacer de músicos cubanos nacionales o locales (solistas o agrupaciones) para conocer y promover su quehacer cultural, así como proyectos inmediatos y efemérides de la música cubana de la semana que comienza, puede contener entrevista.

- A tu gusto: Un segmento dedicado a la participación del oyente en el que se transmiten sus opiniones acerca de la temática seleccionada en el espacio en caso de haber una eventualidad significativa en la ciudad de Santa Clara. Cuenta con la participación del Club de Fans de la Emisora Estereocentro
- Clic económico: (Eventual) Se comenta sobre temas económicos de interés para la población santalareña donde se actualiza al oyente. Se le da promoción a espacios en la ciudad que traten estos temas, por ejemplo, Mesas Redondas y Ponencias que se presentan en la UCLV, así como al espacio La Caldera de la AHS que en algunas ocasiones se vincula a dicha temática.

Guión del programa del domingo 16 de julio del 2023

EMISORA: ESTEREOCENTRO 93,5 FM

PROGRAMA: TODO MEZCLADO

TEMA: ANIVERSARIO DE TODO MEZCLADO Y DIA DE LOS NINOS 2023

FECHA DE SALIDA: 16 DE JULIO 2023 HORA 10.00 AM.

ESCRIBE: YELENA PEREZ

ASESOR: REINALDO VALDES

DIRIGE: YELENA PEREZ

OPE: TEMA DE PRESENTACIÓN DE VERANO QUE VA A FONDO DE:

LOC: (ALEGRE) Hola amigos, 10 de la mañana, momento preciso y hora oportuna para dar inicio a este tiempo de radio donde se mezcla todo, pero todo, y ahora en verano. Música, informaciones, y tu participación a través de diversas vías en esta emisión del... (FECHA). (TR) Soy y comenzamos como siempre con música...buenos días.

OPE: CORTAS CON MÚSICA 1 QUE LIGA CON SPOT 1 Y MUSICA 2 Y VA A FONDO DE:

LOC: (ANUNCIA CREDITO EN PASADO DE MUSICA 2)

OPE: CORTA CON SECCION AVANCES Y LIGA CON AVANCE DE LA CONEXIÓN 93.5 Y VA FONDO DE:

LOC: (PRESENTA LA PRIMERA PROPUESTA DE LA CONEXION 93.5)

OPE: CORTA CON AVANCE DE LA CONEXIÓN 93.5 Y VA A FONDO DE:

LOC: Hoy LA CONEXIÓN 93.5 te propone el disco: “Yo soy la buena”, la más reciente producción discográfica de la dominicana **Miriam Cruz**.

OPE: CORTAS CON CORTINA DE AVANCE Y VA A FONDO DE:

LOC: (ADELANTA EL SERVICIO INFORMATIVO, SECCION DE METEOROLOGIA)

OPE: CORTA CON AVANCE DE LA SECCION MUSICA DEL AYER QUE BAJA A

LOC: Sin dudas, recordar es volver a vivir, hoy también traeremos al presente temas de todos los tiempos.

OPE: CORTA CON AVANCE DE LA SECCION SONIDOS DE CUBA Y VA A FONDO DE:

LOC: Los "Sonidos de Cuba", como cada domingo con lo que es noticia en el mundo de la música. (P) Hoy con informaciones recientes acerca de **Habana de Primera y Elain.**

OPE: CORTAS CON SPOT Y LIGA CORTINA DE AVANCE 2 Y VA A FONDO DE:

LOC: (HORA) Vivimos hoy el tercer domingo de Julio, Día de los niños. Felicidades a todos los pequeños de esta bella ciudad. (P) Y hoy celebramos también un nuevo aniversario de nuestro Espacio **Todo Mezclado.** (P) Este programa fue fundado el 15 de Julio de 1995, 28 años ya cumplidos. (TR) Precisamente sobre estas dos temáticas estaremos dialogando en esta emisión: Día de los niños y Aniversario de Todo mezclado. Ponte en contacto con nosotros a través del teléfono 42 203702, llama porque estaré también A TU GUSTO.

OPE: CORTA CON VOZ A TU GUSTO

LOC: (PRESENTA MUSICA 3)

OPE: CORTA CON MUSICA 3 Y SPOT 3 PARA CREDITO CON CORTINA QUE VA A FONDO DE:

LOC: Este es el colectivo que me acompaña en esta emisión. Yuniesky Veitia Minguet escribe la Conexión 93.5 y los Sonidos de Cuba

OPE: SUBE Y BAJA A:

LOC: Reinaldo Valdés es nuestro asesor.

OPE: SUBE Y BAJA A:

LOC: Colaboración especial de Delvis Miguel Torrecilla.

OPE: SUBE Y BAJA A:

LOC: Escribe Yelena Pérez

OPE: SUBE Y BAJA A:

LOC: En el sonido Stereo Dayán Arza.

OPE: SUBE Y BAJA A:

LOC: Soy junto a María Oses en la producción y dirección..... (TR)
(PRESENTA MUSICA 4)

OPE: **CORTA CON MUSICA 4 Y TEMA DE LA SECCION CONEXIÓN 93.5 Y CROSSFADE CON MUSICA DE MIRIAM CRUZ QUE A SEÑAL BAJA A LOC:**

LOC: Es tiempo de conectarnos. (P) Mantente en la sintonía y disponte a conocer sobre el disco: **“Yo soy la buena”**, la más reciente producción discográfica de la dominicana **Miriam Cruz**.

OPE: **SUBE Y BAJA A LOC:**

LOC: Acompañada por talentosos y jóvenes productores dominicanos, Miriam Cruz dio a conocer su más reciente producción discográfica: **“Yo soy la buena”**, que salió al mercado latino bajo el sello Lahnut Réconds. En el material de larga duración aparecen seis composiciones inéditas, a la vez que se escuchan merengues fusionados con otros géneros musicales que rinden honor a la fuerza interpretativa de la bien nombrada Diva del merengue.

OPE: **SUBE Y BAJA A LOC:**

LOC: “Estoy feliz por el resultado de este disco, un trabajo que promete ser exitoso. Posee un contenido fresco y diferente para conquistar el corazón de todos. En algunos temas, me encantó fusionar mi merengue con la riqueza musical de otros géneros, creando algo interesante para el gusto del público”, aseguró Miriam Cruz, dueña de un carisma irrepetible. Como carta de presentación del álbum se escogió el tema: **“Yo soy la buena”**, una composición de la popular merenguera junto a los reconocidos compositores musicales Gustavo Matheus y Kelvin Mejía. Además, cuenta con los arreglos de Antonio González.

OPE: **SUBE Y BAJA A LOC:**

LOC: Hago un alto en la **“Conexión 93,5”** para disfrutar de Miriam Cruz y un tema del disco: **“Yo soy la buena”** de 2022: **“Usted pasó a la historia”**.

OPE: **LIGA TEMA “USTED PASÓ A LA HISTORIA” DE MIRIAM CRUZ HASTAEL FINAL. VOCES Y LIGA CON MUSICA DE MIRIAM CRUZ QUE A SEÑAL BAJA A LOC:**

LOC: Estoy de regreso y por supuesto que tengo más acerca del reciente disco de Miriam

Cruz que hoy nos ocupa.

OPE: **SUBE Y BAJA A LOC:**

LOC: Este álbum de corte internacional fue el resultado de la extraordinaria producción musical de los reconocidos productores y ganadores de varios premios Grammy: Antonio González, Edwin García y Gabriel Pagán. Miriam Cruz fue la única artista en revolucionar la radio dominicana a finales de 2022, colocándose en la posición número 2 del “Top 10” de los más sonados, mientras que en el “Top 40” de todos los géneros, había un ranking de 8 merengues más pegados, de los cuales dos pertenecían a la cantante.

OPE: **SUBE Y BAJA A LOC:**

LOC: “Usted pasó a la historia”, “Un poquito de tu amor”, “Yo soy la buena”, “Ni en pintura”, “Dame de eso”, y “Me gustas”, este último en colaboración con Gabriel Pagán, conforman la nueva entrega discográfica de la merenguera dominicana, quien inició el 2023 cargada de conciertos, colaboraciones y un alto posicionamiento tras el lanzamiento de su marca de licor crema: “Morir Soñando”. (P) “La emoción y gratitud incrementa en cada proyecto musical, y este no es la excepción. Con mucho amor y pasión para todo mi público presento estos nuevos temas que involucran la otra cara de las relaciones amorosas, con el que muchas parejas se identifican”, sostuvo la Diva del Merengue.

OPE: **SUBE Y BAJA A LOC:**

LOC: Pongo punto final a la “Conexión 93,5”, esta gustada sección que desde el año 2002 reserva para ti nuestro amigo Yuniesky Veitia Minguet. (TR) Te dejo con la merenguera dominicana Miriam Cruz y dos temas del disco: “Yo soy la buena” de 2022: “Me gustas” con Gabriel Pagán y “Yo soy la buena”. ¡El próximo domingo volveremos a conectarnos!

OPE: **LIGA MUSICA INDICADA DE MIRIAM CRUZ HASTA EL FINAL. Y ENTRA SPOT EMISORA Y MUSICA 7 QUE VA A:**

LOC: (SECO) PRESENTA EN PASADO MUSICA 7 y PRESENTA MUSICA 8

OPE: **ENTRA MUSICA 8 Y SPOT VERANO Y CORTINA QUE VA A>**

LOC: Como te decía al inicio, hoy se celebra el Día de los niños. Variadas actividades se han programado en nuestra ciudad para celebrar con los pequeños. La periodista Leonor Esther Martínez nos ofrece detalles.

OPE: **ENTRA TRABAJO PERIODISTICO DE LEONOR Y MUSICA APROPIADA Y SPOT EMISORA Y TEMA DE BOLETIN NOTICIAS QUE VA A FONDO DE:**

LOC: (LEE BOLETIN Y MARCA LAS TR) DESPIDE BOLETIN.

OPE: **CORTA CON MENCION DEL VERANO EN LA EMISORA QUE CORTA CON SECCION DE PARTICIPACION TELEFONICA # 1 CON MUSICA PARA COMPLACER Y PARTICIPACION TELEFONICA # 2 CON MUSICA PARA COMPLACER SPOT 5 Y CORTINA CULTURALES QUE VA A:**

LOC: (PRESENTAR A TORRECILLA CON ACTIVIDADES EN VILLA CLARA Y SANTA CLARA, FELICITAR A TORRE COMO COLABORADOR DE TODO MEZCLADO HACE MUCHOS AÑOS) (PRESENTAS CRONICA DE LAZARO CHACON POR EL ANIVERSARIO 28 DE TODO MEZCLADO)

OPE: **ENTRA TRABAJO PERIODISTICO DE LAZARO CHACON**

LOC: (AGRADECES A CHACON POR LA CRONICA Y COMPLACES A TORRECILLA, LE DICES QUE MAS ADELANTE CONVERSARAS CON LA LOCUTRA Y DIRECTORA HABITUAL DE ESTE ESPACIO HACE 24 DE LOS 28 AÑOS QUE CUMPLE EL PROGRAMA)

OPE: **ENTRA MUSICA SUGERIDA POR TORRECILLA Y TEMA DE SECCION DEL AYER Y “DESDE MI ALCOBA” DE RITA PAVONE QUE A SEÑAL LLEVA A SEGUNDO PLANO DE:**

LOC: Comenzamos el tiempo reservado para el recuerdo musical desde Italia donde la cantante y actriz Rita Pavone logró gran popularidad en 1968 con este tema cantado en castellano: **“Desde mi alcoba”**.

OPE: **SUBE MUSICA HASTA EL FINAL Y MEZCLA CON “SONARON LOS CAÑONAZOS” DE LA SONORA MATANCERAY BAJA A:**

LOC: La Sonora Matancera, ha sido quizás el más famoso conjunto de música cubana, nacido en la década del veinte precisamente en la ciudad de Matanzas. En junio

de 1954 ingresa en esa agrupación el famoso Laíto Sureda quien el 16 de noviembre de ese mismo año, graba un tema de Evaristo Aparicio que se convirtió en uno de los éxitos bailables de los años 50: “**Sonaron los cañonazos**”. Y hoy lo recordamos en **Todo mezclado**.

OPE: SUBE MUSICA INDICADA HASTA EL FINAL Y MEZCLA CON SPOT DEL PASADO AL PRESENTE QUE VA FONDO DE:

LOC: Del pasado al presente, hoy con

OPE: ENTRA MUSICA INDICADA Y SPOT VERANO TODO MEZCLADO Y CORTINA QUE LLEVA A:

LOC: (ENTREVISTA CON YELENA PEREZ, DIRECTORA Y LOCUTORA DE TODO MEZCLADO HACE 24 AÑOS)

OPE: ENTRA SPOT DE TODO MEZCLADO Y ENTRA SECCION DE LLAMADAS Y SECCION DE PARTICIPACION TELEFONICA # 3 CON MUSICA PARA COMPLACER HASTA EL FINAL Y PARTICIPACION TELEFONICA # 4 CON MUSICA Y SPOT 6 Y SPOT ESTEROCENTRO Y CONTACTO CON METEOROLOGIA Y LA SECCIÓN DE LA MUSICA Y CORTINA QUE VA A:

LOC: De la música villaclareña te digo que el 16 de Julio de 1925, la historia musical recoge el nacimiento de uno de los más grandes comediantes que ha dado Cuba, me refiero a Argelio García Rodríguez, conocido como Chaflán.

OPE: SUBE Y BAJA A:

LOC: El percusionista y pedagogo, a quien muchos le nombran Caramel, nació el 16 de Julio de 1934. Me refiero a Valentín Miranda Gómez. (P) Se graduó de nivel medio en la especialidad de percusión. Su vida profesional la comienza en 1950 tocando trombón y trompeta en diversas agrupaciones. Fundó en 1953 la Orquesta Universal de la cual fue su director. Luego integra la Orquesta Venecia, La orquesta Cubanacán, La Orquesta de música moderna de Villa Clara, Los Fakires y más tarde Renacer.

OPE: SUBE Y BAJA A:

LOC: El 17 de Julio de 1896 nace en Santa Clara, el contrabajista, trompetista, trompa, fagot, bombardino y pedagogo Jesús Generoso Pérez. Fundó y dirigió la Banda de

Bomberos, donde formó una gran cantidad de músicos, pues su labor como pedagogo fue muy prolífica. Formó parte de la Orquesta Sinfónica de Las Villas. (TR) Falleció el 11 de Febrero de 1986.

OPE: SUBE Y BAJA A:

LOC: En Sagua la grande nace el 20 de Julio de 1946, el pedagogo, guitarrista, arreglista y director de Orquesta Felipe Torres García. (P) Integró como aficionado las agrupaciones, el combo de Los Belgas, Los Sandra, grupo Anillo de Bronce y el grupo musical de la escuela Militar Camilo Cienfuegos, entre otros. (TR) Como profesional Felipe Torres García integró la Orquesta RosiCuba, el grupo musical Cubanicay, La Orquesta Venecia y el Dúo Cubanicay.

OPE: SUBE Y BAJA A:

LOC: Hasta aquí las efemérides de la música villaclareña.

OPE: ENTRA SPOT DE ESTEREOCENTRO Y MENSAJE DE ARTISTA NACIONAL Y MENSAJE DE ARTISTA VILLACLAREÑO Y SECCION SONIDOS DE CUBA CON CORTINA DE LA SECCION QUE VA A FONDO DE:

LOC: Regresan los “Sonidos de Cuba” a “Todo Mezclado”. Como cada domingo con lo que es noticia en el mundo de la música. (P) Hoy con informaciones recientes acerca de **Habana de Primera** y **Elaín**.

OPE: LIGA MUSICA DE DE HABANA DE PRIMERA QUE A SEÑAL BAJA A LOC:

LOC: Comenzamos con Alexander Abreu. El líder de Habana de Primera estrenó en plataformas digitales su nuevo éxito junto al cantante puertorriqueño Gilberto Santa Rosa titulado: "Cuba-Puerto Rico", con las iniciales "CU-PR". Esta es la primera vez que los dos artistas se unen para la colaboración musical del álbum: “Pueblo Grifo”. Los músicos compartieron en redes sociales imágenes de la grabación de la canción en el estudio, donde se les ve entusiasmados y disfrutando de la experiencia. Alexander Abreu destacó su emoción al trabajar con uno de los mayores referentes de la música latina en su cuenta de Instagram. “Con inmenso placer les dejo un adelanto de este tema del próximo CD “Pueblo Grifo”. ¡Un Sueño hecho realidad!”, escribió el músico cubano. Esta colaboración llega

después de que Gilberto Santa Rosa felicitara a Abreu por su nominación a los Grammy Latinos 2022 y tras el éxito del álbum: “Será que se acabó”, que rinde homenaje a la música popular cubana de los años 80 y 90. Con esta colaboración, Alexander Abreu se une a la larga lista de artistas cubanos que han trabajado junto al salsero de 60 años.

OPE: LIGA MUSICA DE ELAÍN QUE A SEÑAL BAJA A LOC:

LOC: Escuchan a Elaín Morales, quien realiza exitosas presentaciones en la capital cubana como parte de su gira: "**Por Cuba, hilos de amor**", con la que ha recorrido casi todas las provincias del país para celebrar sus 22 años de carrera artística. En la última década, Morales se ha destacado por sus esfuerzos como activista en defensa de la diversidad y a favor de la no violencia en sus intercambios con diferentes públicos, sobre todo con los jóvenes. Acerca del recorrido por el país, el músico manifestó que ha sido un regalo mutuo y que se siente feliz por la respuesta del público, después de dos años de encierro provocado por la pandemia de Covid-19. (P) En los últimos años, el artista se unió primeramente a la campaña: "Únete para poner fin a la violencia contra las mujeres y las niñas", desplegada por la Organización de las Naciones Unidas, activismo social que creció en él junto a la Red Iberoamericana y Africana de Masculinidades. En estos 22 años de carrera, Elaín compartió sus presentaciones entre Cuba y Estados Unidos y pasó de su trabajo como cantante de Pachito Alonso y sus Kini Kini a solista. También compuso sus propios temas con los que ganó dos Emy Áwerds y en 2012 fue nominado a los Grammy Latinos en las categorías Mejor nuevo artista y Mejor álbum Tropical por su disco: "Volando alto".

OPE: SUBE Y BAJA A LOC:

LOC: Concluyen los “**Sonidos de Cuba**” con Elain y su tema “**Ahora dile**”. (P) El próximo domingo regresamos con más de la música y los músicos cubanos.

OPE: LIGA TEMA “AHORA DILE” ELAIN HASTA EL FINAL. Y SPOT “EN LOS FINALES” Y CORTINA DE DESPEDIDA QUE VA AFONDO DE:

LOC: (CONCLUSIONES DE LOS TEMAS) (TU OPINION SOBRE EL PROGRAMA) (ALEGRE DESPEDIDA Y CREDITO)

OPE: SPOT "CREIA QUE NO IBA A ACABAR"

Plan Temático del programa “Todo Mezclado”

EMISORA: ESTEREOCENTRO- FM 93,5

PLAN DE TEMAS DEL MES: NOVIEMBRE 2023

PROGRAMA: “TODO MEZCLADO”

DIRECTORA: YELENA PEREZ

DIA	TEMA (S)	OBJETIVO (S)	VIA (S)
5	<p>Tema: El valor del Tiempo.</p> <p>Noveno encuentro internacional “Rodando Fantasías”.</p> <p>CD “Vida cotidiana” 2023, del colombiano Juanes.</p> <p>Informaciones recientes de: Polo Montañéz y Diana Fuentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reflexionar sobre el valor del tiempo, porque, aunque todos sabemos que el tiempo es transitorio, no para todos transcurre con la misma velocidad ni de la misma manera, porque no todos le damos el valor que realmente tiene. • Promocionar este importante evento que se desarrolla en la ciudad. • Promocionar un disco del año. • Actualizar a la audiencia con noticias musicales. 	<p>A través de la interacción con la audiencia.</p> <p>Colaboración periodística.</p> <p>Sección: Conexión 93.5.</p> <p>Sección: Sonidos</p>

			de Cuba.
12	<p>13 de Noviembre: Día Mundial de la Bondad.</p> <p>CD "Desde adentro" 2023, de Karamba.</p> <p>Informaciones recientes de Yulién Oviedo y los artistas cubanos. nominados a los premios Grammy Latinos 2023.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reflexionar sobre este valor, la bondad, definida como una inclinación o tendencia natural del ser humano a hacer el bien, siempre dispuesto a ayudar a quien lo necesita de una forma amable y generosa. • Promocionar un disco del año. • Actualizar a la audiencia con noticias musicales. 	<p>A través de la interacción con la audiencia.</p> <p>Sección: Conexión 93.5.</p> <p>Sección: Sonidos de Cuba.</p>

19	<p>21 de Noviembre: Día Mundial del Saludo</p> <p>CD “Juramento. Antología Matamorina” 2023, Ecos del Tivolí.</p> <p>Informaciones recientes de Leoni Torres y el grupo Compay Segundo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reflexionar sobre el Saludo, como elemento básico y fundamental en la comunicación entre las personas. Es una muestra de Educación formal. • Promocionar un disco del año. • Actualizar a la audiencia con noticias musicales. 	<p>A través de la interacción con la audiencia.</p> <p>Sección: Conexión 93.5</p> <p>Sección: Sonidos de Cuba.</p>
26	<p>26 de Noviembre: Día del Economista y del Contador en Cuba</p> <p>CD “Lo que traigo” 2023, de Ernesto Blanco.</p> <p>Informaciones recientes de la orquesta Aragón y la próxima edición del festival Chocolate con Café.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exaltar y reconocer la labor de los economistas y Contadores en Cuba. • Promocionar un disco del año. • Actualizar a la audiencia con noticias musicales. 	<p>En todo el programa. A través de la audiencia. Y en boletín de noticias.</p> <p>Sección: Sonidos de Cuba.</p>