

*Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas
Facultad Humanidades
Especialidad Periodismo*

Trabajo de Diploma



Título: El juicio del sujeto perceptor espirituano

Autor: Rosana del Carmen Zamora Fernández

Tutor: Lic. Danny Echerry Garcés

2011

“La primera cosa es pensar. Algunos no tienen muchos pensamientos porque no leen mucho. La lectura hace sabio al hombre.”
Anónimo

Dedicatoria

A mi familia

Agradecimientos

A todo el que ayudó a mi formación como profesional y a la elaboración del Trabajo de Diploma, en modo espiritual y material. A todos mil gracias.

Resumen

Escasos estudios tratan sobre la importancia del acto perceptivo como una de las etapas que se activan durante la exposición de un medio de prensa, y que influye necesariamente en la recepción del mensaje. Por ello la presente investigación pretende caracterizar cómo percibe el público espirituario, mayor de 18 años, la sección *Cartas de los lectores*, del periódico *Escambray*, de la provincia de Sancti Spíritus, durante el primer trimestre de 2011. La perspectiva cualitativa permite vislumbrar, desde la subjetividad, los diferentes procesos mediante los cuales el individuo se orienta y reconstruye el contenido mediático. El estudio también asume una visión interdisciplinaria entre lo psicológico, sociológico y comunicológico. Para su desarrollo se utilizaron como métodos fundamentales: el Bibliográfico Documental y la Fenomenología; y como técnicas: la encuesta, la entrevista y el grupo de discusión. El resultado fundamental de la investigación indica que el público espirituario presenta una percepción íntegra de los textos publicados en esta columna, porque es capaz de captar la esencia del mensaje publicado y de incorporarlo a la postre a su práctica cotidiana.

Índice

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO TEÓRICO	
EL SENTIDO DE LA PERCEPCIÓN.	5
1. La percepción.....	5
1.1 Principales teorías sobre la percepción. Un enfoque interdisciplinario	6
1.2 El sujeto que percibe desde la comunicación	10
1.3 Procesos que integran el acto perceptivo del sujeto.....	14
1.4 Factores que intervienen en la percepción del sujeto.....	17
1.4.1 Factores subjetivos del público que intervienen en el acto perceptivo.....	18
1.4.2 De los públicos a las mediaciones	20
2. La columna que opina.....	23
CAPÍTULO REFERENCIAL	
CARTAS DE LOS LECTORES Y EL PÚBLICO ESPIRITUANO QUE PERCIBE	27
Escambray al pie de la letra	27
Cartas de los lectores	29
El público espirituario que percibe.....	31
PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO	35
Perspectiva de la investigación	35
Métodos y técnicas.....	35
Categorías analíticas: Definición conceptual y operacionalización.....	37
Diseño de la muestra:	40
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
LA PERCEPCIÓN DESDE LA VOX POPULI	42
El público lector espirituario: heterogéneo y activo.....	42
De la disposición al recuerdo	46
Usos y gratificaciones de Cartas de los lectores	60
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	71
BIBLIOGRAFÍA	72
Bibliografía citada.....	72
Bibliografía consultada	76
ANEXOS	78

Introducción

Durante las últimas décadas la comunicación masiva manifiesta un extraordinario desarrollo de la difusión de información, valores morales y espirituales mediante el uso de medios tecnológicos como la prensa escrita, la radio y la televisión. Sobre todo porque no va dirigida a un individuo en particular, sino a grandes grupos heterogéneos donde es capaz de influir de manera simultánea hasta conformar la opinión pública.

Hoy observamos cómo los medios de comunicación devienen elemento regulador del desarrollo de la personalidad del hombre y su normal funcionamiento. En ello influye el proceso cognitivo de la percepción, como la línea que une el entendimiento de los medios masivos y la forma de comportamiento y actividad práctica del sujeto.

Para que este proceso ocurra de manera eficiente debe existir sintonía entre emisor y receptor, pues el acto comunicativo puede verse afectado por ruidos o barreras que deforman el mensaje enviado; como son: las emociones, prejuicios, actitudes y la empatía que existe entre los agentes comunicadores y el público.

En la actualidad los medios masivos experimentan el perfeccionamiento de las vías de penetración en la conciencia humana, proceso devenido aumento de la interacción psicológica en los individuos. La comunicación surgió en el desarrollo de la sociedad y se convirtió en un fenómeno indispensable en la vida del ser humano.

Imprescindible también fue su estudio, en tres campos de análisis fundamentalmente: el proceso de producción y transmisión de los mensajes, la construcción y la recepción de los mensajes. Esta última constituye el momento a través del cual los grupos determinados social y culturalmente emplean los recursos que tienen en sí para entender los mensajes recibidos y apropiarse de ellos en función de su práctica cotidiana.

Alrededor de la década del 1930 aparecieron los primeros intentos de dar una interpretación psicológica a la interrelación entre la fuente del mensaje, o sea, el comunicador y su audiencia masiva.

En el presente la influencia extranjera promueve investigaciones de los procesos de recepción, pero en el campo audiovisual, no en los medios de prensa escrita. En este sentido la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas constituye una institución

representativa de los estudios que se realizan en el centro de Cuba. Sin embargo, la Facultad de Humanidades, que integra al Departamento de Periodismo, cuenta con escasos trabajos que den tratamiento a los procesos cognitivos del hombre relacionados con los medios de prensa.

Por otra parte, sobre el periódico Escambray de la provincia de Sancti Spíritus, si bien ha sido objeto de estudios de emisión en otras ocasiones, no existen pesquisas referidas al acto receptivo o a la opinión que suscitan cada fin de semana sus publicaciones dentro del público lector.

De ahí la importancia de investigar, en este caso, la percepción que experimenta el receptor espirituario en relación con su semanario, específicamente con una de las secciones publicadas en sus planas. El estudio pretende la caracterización de los principales factores que condicionan el acto perceptivo, mediante los cuales el sujeto reconstruye y se apropia del mensaje emitido.

El estudio presenta como pregunta de investigación: ¿Cómo percibe el público espirituario mayor de 18 años la sección *Cartas de los lectores*, del periódico *Escambray* de la provincia de Sancti Spíritus, durante el primer trimestre del año 2011?

Para ello es necesaria la propuesta de objetivos que guíen la investigación.

Objetivo general

Caracterizar la percepción del público espirituario mayor de 18 años sobre la sección *Cartas de los lectores*, del periódico *Escambray* de la provincia de Sancti Spíritus, durante el primer trimestre de 2011.

Objetivos específicos

- Determinar el nivel de lectura que muestra el público espirituario mayor de 18 años del periódico *Escambray*, particularmente de la sección *Cartas de los lectores*.
- Describir los procesos que conforman la percepción de estos destinatarios mientras leen los textos de la sección *Cartas de los lectores* del periódico *Escambray*, de la provincia de Sancti Spíritus, durante el primer trimestre de 2011.
- Determinar si los textos de la sección *Cartas de los lectores* se corresponden con los intereses, motivaciones y necesidades del público espirituario, así como con el contexto situacional en el que actúa esta audiencia.

Interesa *Cartas de los lectores*, pues constituye la sección a través de la cual *Escambray* recibe directamente la retroalimentación de parte del público lector espirituario. Pero no solo asoman criterios sobre lo publicado en el periódico; la mayoría de las misivas constituyen quejas y planteamientos referidos al quehacer de las esferas sociales de la provincia. A partir de ahí, el periodista encargado de la columna interviene, canaliza los argumentos del remitente con los respectivos responsables y trata de ofrecer una respuesta a cada interrogante.

Sin embargo, no existe una investigación realizada a nivel macro que pruebe la verdadera utilidad de esta columna. ¿Cómo las personas incorporan el mensaje finalmente publicado? ¿Lo comprenden? ¿Gratifica sus necesidades e intereses de acuerdo con el momento que viven?

Se ha escogido el estudio del acto perceptivo en el público lector mayor de 18 años porque ya a esta edad el ser humano tiene conformada la mayoría de los rasgos de su personalidad, en tanto alcanza lucidez y madurez en sus criterios sobre determinados asuntos; por ello constituye un grupo indicado para valorar y describir, de manera confiable, cómo ocurre este proceso cognitivo.

La investigación se enmarca en la actualidad (primer trimestre de 2011), ya que la percepción es un proceso flexible y por ende sujeto a cambios, en consecuencia resulta difícil de caracterizar en el pretérito, cuando los temas tratados en la sección han perdido vigencia y el contexto sociocultural que actúa sobre el individuo es otro.

El Capítulo Teórico ofrece las principales propiedades de la categoría percepción: los estudios teóricos fundamentales existentes en la psicología cognitiva y otros campos como el de la sociología y la comunicación, cómo ha sido concebido el sujeto que percibe en el desarrollo de los estudios de la comunicación de masas; así como los distintos procesos y factores subjetivos que intervienen en la actividad perceptual de un individuo determinado.

El Capítulo Referencial expone el devenir histórico del periódico *Escambray* y de la sección *Cartas de los lectores*. Además, se realizará una caracterización sociodemográfica del público espirituario, para el cual trabaja este colectivo de periodistas.

La tercera parte del informe, el Capítulo Metodológico, presenta los métodos y técnicas que utiliza la investigadora en su estudio. Para alcanzar una unidad fiable de planteamientos se empleará el método Bibliográfico Documental y la Fenomenología con sus respectivas técnicas: la encuesta, la entrevista y el grupo de discusión.

En el mismo capítulo se plantea el tipo de investigación, la muestra correspondiente y se realiza la operacionalización de las categorías a estudiar: “percepción” y “sujeto perceptor”. Luego de realizado el estudio, se exponen los resultados y conclusiones a los que llegó finalmente la investigadora.

En las últimas páginas aparecen las recomendaciones para próximas pesquisas relacionadas con esta temática, así como la bibliografía citada y consultada. Los materiales anexos complementan el informe.

El sentido de la percepción.

1. La percepción

La cognición humana y todo el arsenal de conocimientos de los seres humanos tienen como base el acto perceptivo o percepción¹. La ciencia de la Psicología define este proceso como el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social.

“Este proceso de formación de estructuras perceptuales se realiza a través del aprendizaje mediante la socialización del individuo en el grupo del que forma parte, de manera implícita y simbólica en donde median las pautas ideológicas y culturales de la sociedad” (Vargas, 1994, p. 47).

En las últimas décadas el estudio de la percepción ha sido objeto de interés dentro de campos de estudio como la Antropología, la Psicología, la Sociología y la Educación, que indagan sobre la importancia de este proceso mediador entre la realidad objetiva y subjetiva del individuo. Sin embargo, las investigaciones en comunicación no muestran el mismo interés por describir el acto perceptivo.

En la década de 1940, durante el desarrollo de la *corriente de los efectos limitados*, apenas se habló del tema para referirse a la “percepción selectiva” que evidenciaban los receptores, según sus características e intereses individuales, ante los medios masivos. El término fue nuevamente evocado en el estudio de los *efectos a largo plazo*. Pero ambos casos definen el acto perceptivo con el objeto de probar el gran poder de los medios sobre los públicos.

Pocos comunicólogos aluden el tema *desde el otro lado*. Entre ellos el comunicólogo mexicano Guillermo Orozco². El autor refiere la importancia de un “estudio sistemático de los procesos de percepción, negociación, apropiación-resistencia y producción comunicativa que realizan distintos segmentos de la audiencia al poner y contraponer

¹ “El término percepción proviene del latín *percipere*, que significa aprehender. Aprehensión sensorial, reflejo de las cosas en la conciencia del hombre a través de los órganos de los sentidos” (Rosental y Ludin, 1984).

² Guillermo Orozco Gómez es profesor investigador del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara en México. Licenciado en Ciencias de la Comunicación (ITESO, México, 1974) y doctor en Educación (Harvard University, 1988).

referentes y condicionamientos con aquellos proporcionados por los medios y al estructurar y ser a la vez estructurados por diversas mediaciones” (Orozco s.f. citado en Recio, 2003, p. 42).

Hoy el ser humano resulta inmerso, consciente o inconscientemente, en una relación mediatizada con el mundo que lo rodea. De ahí la importancia no solo del estudio de esa compleja organización social que son los medios masivos, sino también del momento mediante el cual el sujeto incorpora los juicios ofrecidos por los mensajes periodísticos.

“Así como no hay culturas puras, tampoco se pueden utilizar ciencias puras para el estudio de fenómenos como estos” (Canclini s.f. citado en Medina, 2005, p. 32). Por tanto, la presente investigación pone en relación diversas disciplinas y consideraciones para determinar qué es la percepción, y demostrar su relevancia dentro de un proceso comunicativo legítimo.

1.1 Principales teorías sobre la percepción. Un enfoque interdisciplinario

La opinión colectiva, o como la han llamado los estudiosos: la opinión pública, tiene su génesis en la información, discusión e interpretación que alcanza el ser humano durante la comunicación cara a cara, o durante su exposición a los medios de difusión masiva. Al mismo tiempo nace de los esquemas cognitivos desarrollados históricamente a nivel individual y a nivel de sociedad.

Los esquemas cognitivos o los procesos cognitivos son los procesos del conocimiento. Constituyen aquellos fenómenos que permiten al individuo conocer las condiciones en que vive, el lugar que ocupa en relación con otras personas; así como tomar conciencia de cada una de sus actividades: trabajo, estudio, leer el periódico. Uno de estos procesos toma el nombre de percepción.

Para los investigadores Vielichkovsky, Zinchenko y Luria (1982, p. 5): “La percepción es solo el primer escalón del conocimiento, sobre el cual se levanta el segundo: el reflejo del mundo en forma abstractológica o teórica”.

Diferentes especialistas trataron esta temática a partir de diversas corrientes; pero, como constituye un proceso cognitivo de la personalidad³, fue primeramente explicado por la Filosofía y la ciencia psicológica, para luego pasar a ser objeto de estudio de la Sociología y la propia Comunicación.

Los filósofos agnosticistas D. Hume (1748) y E. Kant (1781) consideraron que nuestras sensaciones y percepciones eran solo signos convencionales de agentes externos incognoscibles. Sin embargo, coincidieron en la importancia de estos procesos para el razonamiento y conocimiento humano.

Por otro lado, los idealistas subjetivos J. Berkely y E.C. Mach (s.f.) estaban convencidos de que no existía ningún mundo físico; por tanto, tomaban la imagen subjetiva como realidad única existente y el mundo se explicaba como el conjunto de las sensaciones del hombre.

Esta mirada errónea fue aceptada por los psicólogos durante largo tiempo. Los investigadores priorizaban el estudio de los procesos sensoriales elementales, que surgen en los órganos de los sentidos como producto de las acciones de los irritantes⁴. Pero el proceso de la percepción, su información y su rol en la actividad práctica del sujeto permanecían fuera de los límites del estudio.

En la Psicología el primer cuestionamiento con respecto a la percepción fue expuesto por el asociacionismo⁵ en la segunda mitad del siglo XIX. Según sus principales representantes, los científicos alemanes J. Müller y H. Helmholtz (1896), la imagen percibida por el individuo constituye la compleja unión de sensaciones.

En la base de esta teoría se encuentra el *Principio de la energía específica de los órganos sensoriales y la concepción receptora de la sensación*. A partir de ello, Müller concluía que lo que percibe el hombre no es la cualidad de los objetos, sino los diferentes estados de los aparatos sensoriales periféricos. Luego de amplios estudios dentro del campo psicofisiológico contemporáneo estas consideraciones devinieron inconsistentes.

³ Constituye globalmente todas las influencias externas sobre el hombre que resultan socialmente reflejadas y condicionadas por un sistema o conjunto de condiciones internas de la actividad (Petrovski, 1973, p. 303).

⁴ Objetos de la realidad que provocan determinada reacción en el ser humano, por ejemplo, el ruido.

⁵ El asociacionismo es una teoría acerca del modo en que las ideas se combinan en la mente.

La percepción varía con el cambio de las condiciones de vida de los organismos vivos; es un fenómeno que refleja las propiedades reales de los objetos de la realidad, y por consiguiente, lejos de separarnos, nos une más al mundo externo.

Por su parte, los estructuralistas, el alemán W. Wundt (1887) y su discípulo E. Titchener (1898), consideraron que si la percepción era un complejo de sensaciones, la tarea de la Psicología se reducía apenas a la observación de la experiencia subjetiva para encontrar las sensaciones elementales, aislarlas y describirlas.

Este método se llamó *introspección analítica*. Pero, en la forma en que planteó esta cuestión quedaban fuera del campo de estudio psicológico, una vez más, los problemas legítimos del proceso cognitivo, relacionados con la función orientadora de la imagen y su formación en la actividad.

Con una crítica aguda al asociacionismo y al estructuralismo surgió un grupo de psicólogos alemanes, entre ellos M. Wertheimer (1922), V. Kohler (1929) y K. Koffka (1935). Estos científicos concebían el proceso de la percepción determinado no por las sensaciones elementales sino por la estructura de la situación percibida en su conjunto. Esta dirección fue denominada Psicología de la *Gestalt*⁶.

Al método de la *introspección analítica*, la *Gestalt* opuso el método *fenomenológico*, que consistía en la descripción inmediata del observador acerca del contenido de su percepción. “Se preguntaban: ¿por qué nosotros vemos el mundo tal y como lo vemos?” (Vielichkovsky, Zinchenko y Luria, 1982).

Sin embargo, también los gestaltistas negaron el estudio de la percepción en relación con sus funciones, pues consideraban que los procesos perceptuales eran innatos. Y aunque quedaron manifiestos una serie de problemas fundamentales como la percepción de las relaciones, la naturaleza del carácter integral de la percepción y los modelos fisiológicos de los procesos perceptuales, la *Gestalt* no consiguió resolverlos porque conservó todas las deficiencias fundamentales de la psicología asociacionista.

⁶Dícese estructura, forma, configuración. La psicología de la Gestalt es una corriente de la psicología moderna, surgida en Alemania a principios del siglo XX. Plantea que la mente configura, a través de ciertas leyes, los elementos que llegan a ella a través de los canales sensoriales (percepción) o de la memoria (pensamiento, inteligencia y resolución de problemas).

El término percepción social fue introducido por el psicólogo estadounidense J. Bruner en 1947, y se consolidó posteriormente por los psicólogos sociales como el proceso de percepción de los “objetos sociales”, por los cuales se sobrentienden otras personas, grupos sociales, grandes comunidades sociales.

“A través de la percepción social, el sujeto construye un conjunto de representaciones simbólicas del grupo social al cual pertenece en un determinado entorno cultural. Este universo simbólico implica la significación social de objetos, acontecimientos, relaciones, que el individuo resignifica en función de su historia personal” (Cuesta, 2006, p. 10).

Otros psicólogos progresistas occidentales, a partir de nuevas vías en el análisis teórico de la percepción, la explicaron como un proceso cognitivo devenido de la actividad. En tal sentido, el psicólogo norteamericano J. Gibson (1950) fue quien realmente aportó algo nuevo a la psicología moderna.

Según este autor, percibir el ambiente es percibir cómo interactuar con él. La percepción es holística⁷ e integrada, explica Gibson, de manera que las propiedades ambientales se perciben no como puntos aislados sino como entidades significativas dentro de un determinado contexto ecológico de variables relacionadas entre sí. Este punto de vista resultó un paso de avance, pero la teoría carecía del análisis del desarrollo de la percepción y no revelaba las causas que condicionan este proceso cognitivo.

Con el materialismo dialéctico ocurre una superación radical de las antiguas consideraciones sobre la percepción. Dentro de estas tendencias se encuentra la *Teoría de las acciones perceptuales* conformada por la escuela de la Psicología Soviética y la *Teoría leninista del reflejo*, que considera la percepción como un conjunto de procesos que garantizan el reflejo subjetivo parcial y al mismo tiempo adecuado de la realidad, que depende de la actividad del sujeto con relación a la realidad reflejada (Vielichkovsky, Zinchenko y Luria, 1982).

Algunos investigadores hablan también de la existencia de una percepción subliminal o percepción inconsciente, referida “a la captación de un estímulo que, por diversas

⁷ Perteneiente o relativo del holismo, doctrina que propugna la concepción de cada realidad como un todo distinto de la suma de las partes que la conforman.

circunstancias, como la baja intensidad, falta de atención o breve duración del mismo, alcanza la representación consciente” (Lorenzo citado en Martínez-Salanova, 1998).

Luego del largo camino recorrido por la ciencia psicológica, los psicólogos contemporáneos concuerdan en que percibir significa resolver una u otra tarea perceptual dando un reflejo adecuado de la situación. Mantiene como característica fundamental su historicidad: “Reflejamos no solo el objeto de la realidad sino su significación, que ha sido elaborada por la sociedad durante su desarrollo” (Bello y Casales, 2004a, p. 112).

Este proceso implica una triple naturaleza biológica, psicológica y social: “Como las personas, según su edad, su nivel cultural, su profesión y otras condiciones tienen distinta experiencia, la percepción de los mismos objetos y fenómenos es diferente en cada uno de ellos e incluso en una misma persona en distintos periodos de su vida” (Leontiev et al. 1961, p. 144).

La comunicación, por su parte, suscribe el acto perceptual como “conciencia inicial de una actividad sensorial, proceso que trae la interpretación de estímulos o sucesos circundantes (...) La percepción difiere de la sensación en que esta designa un proceso pasivo, en tanto la percepción selecciona de una manera activa y da sentido a un material que procede del mundo total” (Suvillan 1997 citado en Cuesta, 2006, p. 11).

A partir de las disertaciones teóricas, el presente estudio concibe el fenómeno perceptivo como el proceso básico y activo que orienta el pensamiento humano, mediante el cual el individuo es capaz de obtener un reflejo subjetivo pero adecuado de la realidad. De ahí su carácter holístico, integral y racional.

La veracidad de las percepciones del hombre y su concordancia con el entorno depende de lo que proponen los medios de comunicación como intérpretes de los fenómenos reales. Pero asimismo obedece a las circunstancias concretas en las que surge la actividad determinada: de las condiciones del objeto, el estado emocional del sujeto y sus conocimientos, necesidades, intereses, motivos y objetivos.

1.2 El sujeto que percibe desde la comunicación

El hombre que lee el periódico, escucha la radio u observa la televisión; el hombre *del otro lado*, es llamado de múltiples formas en su relación con los medios: objeto, sujeto,

receptor, público, audiencia. Mas, para llegar a conformarse como esa parte ineludible del acto comunicativo, experimenta en un primer momento la percepción.

El sujeto que percibe varía en su definición y significación tanto como cambia el estudio de diversas ciencias, entre ellas la comunicación. Ien Ang (1996), profesor de los *cultural studies* en la Universidad de *Western Sydney* en Australia, advierte a la audiencia como un objeto cuyos atributos pueden describirse dentro de la investigación y darse a conocer, ya sea desde términos de preferencias, de usos, de efectos, de decodificación y otras estrategias interpretativas.

Las primeras consideraciones respecto a los receptores surgieron a finales de la década de 1920, cuando el sociólogo norteamericano Harold Lasswell propuso el *Modelo de los Efectos*. Sus tendencias partían de la idea de una audiencia totalmente manipulable. Cuestionaban: ¿qué efectos tienen los medios de comunicación en la sociedad de masas?

A partir de los 60 los sociólogos Lasswell y Paul Lazarsfeld, junto con los psicólogos Kurt Lewin y Carl Hovland, plantean el análisis funcional de los medios, del cual emergen las investigaciones sobre *los usos y gratificaciones de los medios*.

¿Qué hacen las personas con los medios? Resulta el nuevo cuestionamiento. Esta teoría explica cómo los medios masivos son utilizados por los receptores para satisfacer sus necesidades. Por vez primera el público ejerce su autonomía en el proceso comunicativo, un papel consciente, con capacidad crítica y de discernimiento.

“Con este presupuesto, la eficacia de la comunicación de masas es comprendida a partir de las consideraciones de un receptor que tiene en cuenta la gratificación de sus necesidades, lo que conduce a dimensionar interpretaciones, experiencias, conocimientos, motivaciones y contextos situacionales de ese público. Constituye además un acercamiento a las razones por las que las audiencias prestan atención a los medios” (Alonso 2003 citado en Montano, 2007, p. 19).

Existen otros factores que determinan el acercamiento del sujeto perceptor a la prensa, que no se reduce solamente a la satisfacción de determinada necesidad; pero la *Teoría sobre usos y gratificaciones*, contrario a otras tendencias, no integró a su campo de estudio este aspecto.

“El paso delantero en la comprensión del receptor se desvirtúa al concebir un enfoque demasiado individualista, que obvia un poco las condiciones sociales. Aún predomina una concepción lineal (...) de los procesos comunicativos” (Medina, 2005, p. 6).

Fueron las investigaciones en el viejo continente las que dieron al fin con una concepción más acertada de audiencia. Entre ellos los estudios literarios, donde destaca la semiótica interpretativa del italiano Umberto Eco. A partir de sus valoraciones el proceso comunicativo es visto como un fenómeno de negociación; ello implica que, además del emisor, el destinatario posee sus propias construcciones de sentido y realiza la interpretación definitiva del texto.

“Al entrecruzamiento de las circunstancias y de las presuposiciones se anudan entrecruzamientos de los códigos y subcódigos para hacer que cada mensaje o texto sea una forma vacía a la que pueden atribuirse varios sentidos posibles. La propia multiplicidad de los códigos y la indefinida variedad de los contextos y circunstancias hace que un mismo mensaje pueda codificarse desde puntos de vista diferentes y por referencia a sistemas de convenciones distintas. La denotación básica puede entenderse como el emisor quería que se entendiera, pero las connotaciones cambian simplemente porque el destinatario sigue recorridos de lectura diferentes a los previstos por el emisor” (Eco 1980 citado en Montano, 2007, p. 24).

Al considerarse el concepto de significación y construcción de sentido la *teoría de los usos y gratificaciones* quedaba enriquecida. Pero a pesar de los valiosos aportes de los *estudios semióticos* a la producción de sentido de los receptores, sus esfuerzos se centraron mayormente en la construcción del mensaje, en su valor ideológico.

A finales de 1960 la falta de interés de los investigadores por los textos periodísticos condicionó que un grupo de ellos comenzaran a experimentar con métodos interpretativos y cualitativos sobre las audiencias, basados en teorías derivadas de la psicología cognitiva (Ang, 1996). Tales métodos fueron desarrollados por la escuela inglesa de Birmingham: *Center for Contemporary Cultural Studies*.

En 1972 la dirección del Centro la asumió Stuart Hall, quien a partir del *Modelo de Codificación/ Decodificación* argumenta que los momentos de emisión y recepción están

relacionados, pero no suceden bajo las mismas condiciones. Propuso la existencia de tres modalidades principales de decodificación del discurso televisivo que corresponden a respuestas dadas por el lector según su condición social:

“La lectura dominante, cuando el receptor toma e interpreta el significado de un mensaje en su sentido literal tal y como había sido transmitido. La lectura negociada, cuando la audiencia acepta la legitimidad del código dominante pero adapta la lectura a su condición social específica; y la lectura opositora, que se presenta al momento en que el espectador decodifica el mensaje en un sentido radicalmente opuesto a la lectura privilegiada por el comunicador” (Hall 1972 citado en Meyer, 2005, p. 32).

La limitación de los estudios culturales residió en considerar al receptor como un ente totalmente invulnerable ante la emisión de mensajes, y a los medios carentes de todo poder de manipulación. Sin embargo, esta corriente advirtió a la audiencia como parte de un contexto político, económico y social donde tenía lugar la producción de sentido y que influía significativamente en la recepción y apropiación del mensaje.

“En el horizonte se perfila otro paradigma, el del reconocimiento del sujeto y la pertinencia de una teoría que parte de las percepciones de aquel, de su subjetividad, que acoja las oscilaciones de sentido, que capte la comunicación como un proceso dialogante donde la verdad, que nunca más será única, se desprende de la intersubjetividad” (Mattelart s.f. citado en Vidal, 2002, p. 69).

Cada corriente de alguna manera había evolucionado con respecto a su antecesora, también los estudios latinoamericanos. Sus concepciones asumen, imbrican y renuevan las investigaciones anteriores, dando lugar al llamado *paradigma de la recepción activa*. Según el comunicólogo español Jesús Martín Barbero⁸ (2008, p. 249): “Si entendemos por lectura la actividad por medio de la cual los significados se organizan en un sentido (Canclini), resulta que en la lectura -como en el consumo- no hay solo reproducción, sino producción también” de sentido. De ahí que la recepción resulte un proceso activo, un momento de negocio, de colaboración y conflicto entre emisor y receptor.

⁸ Doctor en Filosofía con posdoctorado en Antropología y Semiótica. Coordinador del Programa de estudios culturales de la Universidad Nacional de Colombia. Asesor en comunicación y política de la Fundación Social.

Al decir de Guillermo Orozco (2002), representante de los estudios latinoamericanos contemporáneos: “La recepción no comienza ni termina en los momentos de contacto directo con los referentes mediáticos” (citado en Rodríguez y Mesa, 2006, p. 23). Constituye un complejo proceso determinado no solo por el contenido del discurso periodístico, sino también por las características propias de la audiencia, pero sobre todo por los contextos donde actúa el sujeto, porque son estos los que crean las condiciones dentro de las cuales los mensajes adquieren sentido.

“La audiencia a la que me refiero es una audiencia multisegmentada, según clase social, edad, sexo, etnia o región, y según otros muchos criterios y condiciones situacionales, contextuales y estructurales. Por tanto una audiencia heterogénea, a la vez que contradictoria; una audiencia objeto y sujeto de mediaciones de diverso tipo, con distintos condicionamientos y grados de poder y de acceso al bienestar, a la cultura. Una audiencia con historia y memoria individual y colectiva (Orozco 1992 citado en Medina, 2005, p. 48).

Para esta investigación el sujeto que percibe nunca es el mismo receptor todos los días. Su posición varía como la agenda e intenciones de los medios cambian, y como cambia también la realidad compleja, diversa y paradójica que compromete su persona y actividad práctica. De ahí que el individuo adopte una postura activa: selecciona, discierne, construye y reconstruye un sentido subjetivo a partir de lo que ofrece la prensa.

1.3 Procesos que integran el acto perceptivo del sujeto

La percepción constituye un proceso y, al mismo tiempo, otro conjunto de procesos lo integran para garantizar un reflejo subjetivo, parcial y adecuado de la realidad del sujeto que percibe. Debido al carácter racional del acto perceptivo, estas fases no pueden verse de manera separada, sino que todas guardan relación entre sí y ocurren de forma prácticamente instantánea.

Según distintas disertaciones, de estudios como los del profesor e investigador húngaro George Gerbner (1956) con su *Modelo General de la Comunicación*⁹, los psicólogos J.

⁹ La versión verbal de este modelo refiere que 1) alguien 2) Percibe un acontecimiento (mensaje) 3) y reacciona 4) en una situación 5) a través de unos medios 6) con el fin de hacer disponibles algunos materiales 7) con una cierta forma 8) en un contexto 9) y transmitiendo un contenido (respuesta) 10) con unas ciertas consecuencias.

Rubinstein (1967) y A. Petrovski (1990) y el comunicólogo mexicano Guillermo Orozco (1996), los diferentes momentos por los que pasa el fenómeno de la percepción son: la disposición preparatoria, el descubrimiento o reconocimiento, la atención o selección, la comprensión, la valoración de lo percibido y la recordación.

La disposición preparatoria constituye el momento en que el sujeto está dispuesto para recibir el estímulo. Luego corresponde el descubrimiento o reconocimiento. “En esta etapa el sujeto da respuesta a la pregunta: ¿Existe o no el estímulo?” (Petrovski, 1980, p. 238). El receptor prioriza determinados estímulos, mira en correspondencia con sus hábitos y factores culturales, pero no selecciona la información.

“El reconocimiento es un proceso importante involucrado en la percepción porque permite evocar experiencias y conocimientos previamente adquiridos a lo largo de la vida con las cuales se comparan las nuevas experiencias, lo que permite identificarlas y aprehenderlas para interactuar con el entorno (...) De acuerdo con los referentes del acervo cultural lo percibido es identificado y seleccionado, sea novedoso o no, adecuándolos a los referentes que dan sentido a la vivencia” (Vargas, 1997).

A partir del reconocimiento, el sujeto decide si atiende a la actividad dada o la rechaza. Al atender la conciencia busca concentración en determinados objetos que suponen una elevación del estado activo de lo sensorial, intelectual y motriz. La atención implica desviar el cuidado de todo lo que es extraño al ejercicio dado.

Resulta más intensa esta etapa del proceso cuando existe mayor interés hacia la actividad o cuando es más difícil la concentración porque sea menos conocida por el individuo o porque se manifieste la influencia de elementos que distraen (Petrovski, 1980).

Existe también la atención involuntaria, que surge y permanece independientemente de las intenciones conscientes del individuo. Sin embargo, mientras más conscientes se está a la hora de la exposición a una actividad dada, más efectiva resultará la comprensión de cuanto se hace y percibe.

“Al percibir, el individuo interpreta, discrimina e identifica objetos que son experimentados como existentes en el ambiente (...). Mediante este procedimiento se logra la más clara comprensión de las relaciones existentes entre los fenómenos

y la conducta del organismo, proporcionándoles la base racional de los actos y de las habilidades del ser humano” (Howard 1969 citado en Suárez y González, 2007, p. 19).

La comprensión que adopta el público de gran parte de la realidad social resulta casi siempre modificada por los *mass media*. Para un mejor entendimiento de los textos resulta fundamental el conocimiento del idioma y el tema tratado. En este sentido, estudios como los del lingüista y profesor Jan Renkema (1999) han demostrado que las presuposiciones y las inferencias poseen gran influencia en la comprensión de un mensaje.

La presuposición constituye un tipo especial de información implícita, que puede aprehenderse a partir de los diferentes elementos de la oración como su estructura, el énfasis en determinada parte, el significado de las palabras, así como la entonación emitida.

La inferencia, por su parte, es el término colectivo para toda la información implícita posible que puede aprehenderse a partir de un discurso. Es cuando el texto apela a conocimientos anteriores de la audiencia, que no necesariamente es del conocimiento de todos.

Según la semiótica de Umberto Eco (1965), las competencias interpretativas de la audiencia determinan la multiplicidad de sus comprensiones. Según las circunstancias y características propias del sujeto, estos presentan códigos y subcódigos. Si recibe el mensaje original, el receptor ha experimentado la decodificación fértil; de lo contrario, una decodificación aberrante si los receptores confunden los intereses del emisor.

A partir de su comprensión e interpretación del asunto, y teniendo en cuenta también sus intereses, el individuo valora lo percibido y selecciona qué es necesario memorizar y qué es necesario recordar: “La cognición es un sistema de memoria a largo y a corto plazo, que almacena y retiene la representación, permitiendo una recuperación posterior de los contenidos del texto” (Van Dijk, 1994, p. 60).

De acuerdo con el psicólogo soviético Rubinstein (1967), las percepciones en las que el hombre comprende el todo que lo rodea no desaparecen sin dejar huellas; se fijan, persisten y se reproducen en el ulterior desarrollo. “El contenido del recuerdo no es

invariable. Es dinámico. Se reconstruye y se vuelve a apreciar de acuerdo con la evolución de la orientación de la personalidad” (Petrovski, 1980, p. 285).

El lingüista y profesor de la Universidad de *Amsterdam*, Teun A. van Dijk, declara en su libro *La noticia como discurso* que en realidad la gente recuerda muy poco de las noticias que lee en la prensa, especialmente cuando transcurre mucho tiempo.

“Lo que los lectores hacen no es tanto recordar las informaciones periodísticas como construir modelos nuevos de la situación descrita por esas informaciones actualizando los viejos. Así, la evocación (o recuerdo) se basa en la recuperación parcial de estos modelos” (Van Dijk, 1990, p. 257).

Los individuos recuerdan mejor aquello que ya conocen, especialmente si coincide con una creencia, estereotipada o prejuizada, ya existente. También los sucesos emocionales, como crímenes y accidentes, suelen recordarse mejor. Sin embargo, los detalles de los textos periodísticos, por lo general, se olvidan.

Este engranaje de sucesos o procesos pueden determinar un cambio repentino en el conocimiento y la actitud de cada persona, en las creencias y opiniones del lector. Pero esto no ocurre de un día para otro, aunque en ciertas ocasiones las personas cambian de opinión sin hablar del asunto.

He aquí la importante teoría de la politóloga y profesora de la Universidad de Mangucia, Elizabeth Noelle–Neuman (1995), *la espiral del silencio*, que indica que cuando los individuos perciben que su opinión no es tan popular como la de los otros, prefieren permanecer en silencio, adoptando una actitud conforme.

De acuerdo con Van Dijk (1990), si sabemos el tipo de información que la gente percibe y representa mejor y más efectivamente, y la que incluso es capaz de recuperar después de mucho tiempo, también sabremos qué información utilizar para construir el conocimiento más general y los modelos de actitudes de los individuos.

1.4 Factores que intervienen en la percepción del sujeto

La comunicación masiva, respaldada por el progreso de las nuevas tecnologías, deviene único y extraordinario instrumento al servicio de la sociedad. Tiene el poder de proveer al público de un conocimiento real o espurio muchas veces, de provocar actitudes en

relación con sus intereses, de conformar opiniones y de servir de estímulo para la descarga emocional producto de los acontecimientos actuales.

Sin embargo, el mensaje representa para el emisor una serie de significados que pocas veces coinciden en su totalidad con aquellos que confecciona el receptor.

“Existen barreras gnoseológicas entre el comunicador y la audiencia, por lagunas en la experiencia o el conocimiento; barreras psicológicas tales como la pasividad de la atención, errores de percepción y de comprensión, así como actitudes preconcebidas, prejuicios, tabúes sociales; y se constan barreras sociales determinadas por el status y los roles sociales de los individuos” (Bello y Casales, 2004b, p. 115).

El grado de eficacia de los medios de comunicación depende de vencer dichas barreras, poniendo interés no solo en la producción de noticias, sino en cómo responder a las necesidades, intereses y motivaciones de la audiencia, cómo nutrir la experiencia y el conocimiento del público y cómo hacer corresponder el mensaje con el contexto situacional en el que actúan los seres humanos de hoy.

1.4.1 Factores subjetivos del público que intervienen en el acto perceptivo

El ser humano, en su relación con el entorno, enfrenta no solo la realidad que le rodea, sino también la que construyen y reconstruyen los medios masivos. A veces resulta difícil distinguir los sucesos y contenidos reales de los que refleja la prensa.

A partir de la realidad que percibe, el hombre conforma y comprende sus actitudes, ideologías, valores culturales, prejuicios y creencias, representaciones sociales; que a su vez intervienen en su relación con los medios. Otros elementos de la cognición humana intervienen entre la prensa y la recepción definitiva, factores que más de cerca determinan la percepción humana; estos son: las necesidades, motivaciones, intereses, experiencia y el conocimiento.

La necesidad “constituye el estado de la persona que expresa su dependencia a las condiciones concretas de existencia y la cual actúa de estimulante para la actividad del hombre” (Petrovski, 1990, p. 94).

Las necesidades básicas del individuo se complementan con su educación como ser social y con el contacto e intercambio con la cultura humana. Los objetos que rodean al hombre en los diferentes momentos de su vida devienen objetos de sus necesidades; por tanto, a medida que hayan satisfecho las primeras, en su lugar aparecerán otras como un proceso cíclico.

De acuerdo con los investigadores cubanos Bello y Casales (2004b, p. 117), “la expectativa de que una de sus necesidades va a ser satisfecha resulta un factor importantísimo a la hora de convertir al sujeto en partícipe de la audiencia de determinado canal de comunicación”.

Por otro lado, los medios de comunicación, basados en los niveles de necesidades delimitadas por el psicólogo norteamericano Abraham Maslow (1970), tienen la responsabilidad de gratificar las necesidades psicológicas de la audiencia si desean garantizar la eficiencia de la comunicación masiva.

En tal sentido, los sociólogos Eliu Katz, Jay Blumler, Michael Gurevitch y Haas (1973) propusieron cinco clases de necesidades presentes en los sujetos que hacen uso de la prensa: “Cognoscitivas (adquisición y refuerzo de conocimientos y de la comprensión), afectivo-estéticas (refuerzo de la experiencia estética, emotiva), integradoras a nivel de la personalidad (seguridad, estabilidad emotiva, credibilidad y *status*), integradoras a nivel social (refuerzo de los contactos interpersonales) y de evasión (relajación de tensiones y conflictos)” (Citado en Wolf, s.f., p. 40).

Según el autor cubano Ramón Vidal (2002), el uso de cualquier órgano de prensa puede ofrecer todos los beneficios. Pero corresponde al miembro de la audiencia buena parte de la iniciativa de vincular la gratificación de la necesidad y la elección de los medios, en función de sus intereses y motivaciones.

Las personas encuentran sus motivos, consciente o inconscientemente, sobre la base de cada una de sus necesidades. “Si las necesidades son la esencia, los motivos actúan como manifestaciones concretas de esta esencia de todos los tipos de actividad humana” (Petrovski, 1980, p. 100).

Por su parte, los intereses constituyen manifestaciones emocionales de las necesidades cognoscitivas de la persona y constituyen un aspecto determinante en la motivación de la

práctica cotidiana. Su satisfacción contribuye a llenar vacíos en los conocimientos, una mejor orientación y comprensión de los hechos que adquieren significado.

El papel de los intereses y las motivaciones resulta de gran importancia para la percepción del ser humano, ya que ellos obligan a las personas a buscar activamente medios para satisfacer ansias de conocimiento surgidos en el individuo. Consecuentemente, originan la aparición de nuevos intereses y motivaciones que responden a un nivel más alto de la actividad cognoscitiva y de la experiencia.

La percepción tiene en todo ser humano carácter histórico. Está vinculada a su vida e implica la conexión continuada de su experiencia, esta última constituye otro de los elementos que ayudan a una más completa concepción de la realidad.

El individuo obtiene su experiencia directamente de lo que vive y siente; resulta un conocimiento individual, no es transferible o enseñado. Los recuerdos conciben este tipo de conocimiento subjetivo y, mientras más rica sea la experiencia personal, mayores serán los conocimientos de la persona para disponerse a la percepción.

Por otra parte, al decir del lingüista Teun A. van Dijk (1998, p. 54), “todas las explicaciones acerca de los significados implícitos, las presuposiciones o las interpretaciones del discurso de los usuarios del lenguaje, suponen alguna forma del conocimiento de los participantes”.

Cualquier actividad práctica del hombre requiere de los conocimientos adquiridos no solo en determinada situación de la experiencia personal, sino que también deben ser extraídos y abstraídos de este contexto y aplicarlos a otro contexto cualquiera.

1.4.2 De los públicos a las mediaciones

Entender el consumo de un medio implica los rasgos cognitivos, sensibles y conductuales que ha desarrollado el individuo durante su devenir; también es importante el trasfondo social: ¿Tiene cierto nivel cultural? ¿Es trabajador o no? ¿Es religioso o no? ¿Vive en el campo o en la ciudad? Todo influye en el modo en que cada persona se vincula con los medios.

El acto de percibir nunca es pasivo, “está necesariamente *mediado* desde diversas fuentes” (Orozco, 2002), que confluyen con la rutina diaria del uso de los medios masivos en diferentes contextos, ya sea familiar, comunitario, nacional e internacional.

Fue el comunicador español Manuel Martín Serrano (s.f.) quien ofreció las primeras consideraciones en cuanto al tema:

“La relación entre ambos sistemas (emisor/receptor) está mediada, cualesquiera que sean los niveles entre los que se produzca, por los procesos cognitivos que guían la acción social de los agentes. Por esa razón (...) no se puede deducir cuáles van a ser las transformaciones que van a aparecer en los relatos de los medios de comunicación de masas, a partir del conocimientos de los cambios que suceden en la organización”.

Jesús Martín Barbero, interesado más en los receptores, reformula este concepto. Según este autor, es la cultura la mediación fundamental. A partir de ahí, Guillermo Orozco (1991) la define como “un proceso estructurante que configura y reconfigura, tanto la interacción de los auditorios con los medios, como la creación por el auditorio del sentido de esa interacción” (Citado en Medina, 1995, p. 80).

Es precisamente Guillermo Orozco con su *Modelo de Mediación Múltiple* quien alcanza el *enfoque integral de la recepción*. Algunas consideraciones como las de las comunicólogas M. M. Alonso (1999) y Nora Gámez (2005) señalaron limitaciones a su estudio, y a partir de ahí formularon nuevas propuestas respecto al momento receptivo y los factores que median dicho proceso.

Sin embargo, luego de analizar sus planteamientos, no existen dudas de que el *Modelo de Mediación Múltiple* de Orozco constituye el más idóneo para tener en cuenta en la presente Tesis de Licenciatura. En primer lugar porque “traduce” las consideraciones abstractas que sobre recepción han ofrecido las demás teorías, y logra un mejor entendimiento mediante la operacionalización de la categoría mediación.

Distingue la mediación individual que incluye el nivel cognitivo y de referencia del ser humano. El primero refiere que el nivel educativo de cada persona, así como la madurez emocional, el desarrollo cognoscitivo, la inclusión laboral-profesional, la estancia en el

desempleo o subempleo, las vivencias acumuladas y sensibilidades, ejercen diferentes mediaciones.

“Las mediaciones de referencia incluyen todas aquellas características que sitúan en un contexto o ambiente determinados: por ejemplo, la edad, el género, la etnia, la raza o la clase social. Estas mediaciones van connotando, hacen estar en la realidad y desde esa forma de estar se interactúa -en caso de la recepción- con los medios de comunicación” (Orozco 1996 citado en Rodríguez y Mesa, 2006, p. 36).

El contexto situacional de los públicos actúa también como mediador de la percepción. El marco de una situación social, como el tiempo, el lugar, la posición del hablante, situarse en un lugar privado o público, informal o institucional, influyen en el comportamiento del individuo hacia el objeto medio.

Cada individuo constituye un ser social; por tanto, los contextos suelen convertirse en construcciones mentales diferenciadas en cada sujeto. Sin este carácter subjetivo del pensamiento de las personas, los mismos contextos tendrían igual efecto en todos los sujetos que perciben la misma situación.

“El contenido de los periódicos suele manifestar, expresar y modelar las situaciones contextuales. Intuitivamente el contexto parece implicar algún tipo de entorno o circunstancias para un suceso, acción o discurso. Algo que necesitamos saber para comprender en forma apropiada el suceso, la acción o el discurso. Algo que funciona como trasfondo, marco, ambiente, condiciones o consecuencias” (Van Dijk, 1998, p. 32).

Por otro lado, cada institución social influye en la interacción del destinatario con el medio, entre ellas la familia, *donde los individuos se muestran tal cual son*, la escuela, el grupo de amigos o la pareja. Determinan la percepción de la audiencia porque tienen legitimados diferentes usos, hábitos, esquemas y patrones que actúan sobre el individuo para transmitir e inculcar las pautas sociales y culturales vigentes en la sociedad y grupos a los que pertenece.

El profesor Guillermo Orozco alcanza una mayor madurez teórica en 2001 con la publicación de los textos *Audiencias, televisión y educación* y *Audiencias, televisión y educación: una desconstrucción pedagógica de la televidencia y sus mediaciones*. Dentro

de sus planteamientos introduce nuevos términos y otros tres tipos de mediaciones: la identidad, la percepción y una concepción de mediación institucional a partir de la primera.

Entiende que la identidad de la audiencia, expresada como memoria histórica o sentimientos latentes del pasado de un grupo social, puede provocar resignificaciones del mensaje enviado por los medios. Igualmente sucede con la mediación proveniente de la percepción de las audiencias. Este resulta un proceso cognoscitivo múltiple que conforma las apreciaciones o representaciones ante determinado tipo de programación y sus significaciones.

Replantea su concepción de mediación institucional amén de las transformaciones que sufrieron las mismas. “Transformaciones sustentadas en el cambio de la vida postmoderna, en la salida de la mujer del hogar, en el intercambio de roles en el seno de la familia, en la politización de la vida urbana, y en la influencia cada vez más creciente de la televisión y los nuevos adelantos tecnológicos” (Rodríguez y Mesa, 2006, p.52).

Independientemente de las recientes innovaciones que aporta Orozco en el estudio de los públicos, la presente investigación tiene en cuenta solamente cuatro mediaciones fundamentales: la individual, situacional, institucional y massmediática. Esta última determina también que los resultados luego de exponerse a los mensajes mediáticos resulten impredecibles. Cada medio de prensa posee diferentes lenguajes y estrategias de comunicabilidad, con lo cual pretende llamar la atención sobre los perceptores.

De acuerdo con la Doctora en Comunicación María Margarita Alonso (1999), reconocer un texto teniendo en cuenta su género y las características del mensaje en sí puede provocar en los destinatarios una orientación cognitiva que los impulse a seleccionar determinadas informaciones y a rechazar otras.

La inserción del proceso receptivo en una historia cultural que determina las prácticas de lectura y de consumo de la audiencia estableció, asimismo, la importancia de los géneros como articuladores y definidores del acto perceptivo, mediante el cual se produce el sentido de determinado objeto periodístico.

2. La columna que opina

Los géneros son utilizados por la empresa mediática en dependencia de las funciones que cumplen dentro del cuerpo mediático; de ahí los múltiples modos de escritura que se encuentran específicamente en las páginas de los diarios. La mayoría de los autores los agrupan en tres grupos fundamentales: los géneros informativos, interpretativos y de opinión.

Los más frecuentes géneros de opinión que aparecen en la prensa son tres: aquel que se publica en nombre de la empresa propietaria del medio y que trata de asuntos trascendentes, el editorial; el comentario, que firma un escritor de modo ocasional, sin periodicidad ni ubicación fijas; y la llamada columna (Yanes, 2004).

El periodista Juan Gargurevich (s.f., p. 107) señala: “Pocos géneros del periodismo son tan populares entre los periodistas como la columna (...). Todos los diarios del mundo tienen sus columnas, artículo que posee como características básicas un lugar fijo en el diario, tamaño permanente y un título que lo identifique a modo de logotipo”.

La columna periodística en cuanto a sus exigencias de periodicidad, espacio y características literarias nace durante el siglo XVIII en toda Europa. Después, en el siglo XIX, los columnistas incrementaron y fueron verdaderos protagonistas de ese periodismo de opinión que convivía con el periodismo informativo.

Este género comprende su antecedente en el *entrefilet*, un espacio situado entre dos columnas del periódico que a veces quedaba libre y se aprovechaba para insertar juicios u opiniones de actualidad. A mediados del siglo XX derivó en lo que fue llamado en Alemania artículos cortos: textos reducidos a la exposición de los hechos y a un cotejo concluyente.

En Francia era un espacio para las consideraciones del día, la mayoría sobre cuestiones culturales, escritos por autores conocidos que atraían a un gran número de lectores y que producían colaboraciones habituales en los periódicos. En Estados Unidos fue identificado como *today column*, para muchos estudiosos la precursora del columnismo actual.

Debido a que la columna resulta un modo de escritura que adopta la libertad de quien la escribe, suele incluir elementos de otros géneros: ser interpretativa y valorativa como el

comentario, introducir sentimientos personales como la crónica; algunas incluso presentan una tendencia hacia el reportaje.

Desde el punto de vista formal, la mayoría de los autores defiende una estructura tripartita de la columna: la entrada, en la que se presenta el acontecimiento de actualidad que es objeto de comentario; el cuerpo narrativo o reflexivo, con un análisis en profundidad sobre sus antecedentes y relaciones con otros sucesos actuales; y la conclusión, con una valoración subjetiva u objetiva que a veces va acompañada de una predicción sobre las posibles consecuencias o soluciones.

Debido a que un periódico solo tiene a favor el uso correcto de la tipografía, el color y la gracia de quien lo escribe para llamar la atención del público, el título resulta la parte más importante de este artículo. El titular no debe ser informativo, el autor posee la oportunidad de aprovechar su absoluta libertad estilística para apropiarse de recursos con la suficiente originalidad para retener el interés del lector: la frase jocosa, el uso del retruécano o refrán popular, incluso hasta una pregunta.

Otro aspecto importante que tienen los escritores de los géneros de opinión para dar valía a su producto comunicativo son los recursos lingüísticos estéticos, la columna no es la excepción. El columnista supone un estilo brillante, rico en el uso de las palabras, en juegos retóricos, en la alusión de las emociones. El lenguaje puede ser variado y creativo, con una personalidad según el autor o el tema a tratar; el estilo, narrativo, descriptivo, explicativo, interpretativo, argumentativo, o una combinación de dos o más de ellos.

El reportero que atiende una columna generalmente tiene un público fiel definido, y a este público debe su prestigio profesional. El periodista necesita saber qué piensan las personas de cuanto escribe, para lograr ese grado de identificación e intimidad con su audiencia y crear una opinión a partir de la propia.

El éxito de una columna depende no solo de las ideas que expone, sino de ampliar las perspectivas sobre los hechos explicados, suscitar el interés y el debate, incidir para mejores actitudes humanas y para alentar un pensamiento que se rebele contra los abusos y manipulaciones de determinado poder.

Escribir una columna no es tarea fácil, dicen los principales autores contemporáneos. Requiere de un profundo bagaje cultural y del conocimiento del tema, pero también de la

habilidad para proyectar una personalidad fuerte y atraer al público, simpatizar con él y mantener su atención hasta llegar a una efectiva percepción del discurso periodístico.

Juan Gargurevich (s.f.) indica cuatro grupos importantes de columnas: por autor, por temática, de comentario y de noticia. Otras clasificaciones más específicas que emite este autor incluyen la columna de política interna; las locales, que comentan sucesos relativos a la comunidad, así como problemas cotidianos; las deportivas; las culturales; de consejo, dedicadas a problemas sentimentales, legales o de cocina.

De acuerdo con este autor, la unidad de análisis de la investigación, *Cartas de los lectores*, constituye una columna de servicio: “Cuando los lectores piden ayuda al diario o a través del diario para resolver sus problemas, y los columnistas especializados realizan gestiones en base a esas cuestiones del público” (Gargurevich, s.f., p.109).

Para conocer el modo en que el público espiritano mayor de 18 años percibe esta columna resulta imperioso desandar la historia del semanario *Escambray* donde aparece publicada periódicamente; así como delimitar las características sociodemográficas de la ciudad de Sancti Spíritus en el contexto actual, las cuales inciden también en el sujeto perceptor

Cartas de los lectores y el público espirituario que percibe

Escambray al pie de la letra

Al primero que se le escuchó comentar la idea de un periódico en Sancti Spíritus fue al secretario del Partido en la provincia, Joaquín Bernal Camero, en los años 70 del pasado siglo. “Si no hay periódico no hay provincia”, declaraba el compañero Bernal, como expresión concreta de la urgencia de fundar un medio de comunicación que constituyera vehículo para el desarrollo, educación y orientación de los espirituanos, luego de la División Político-Administrativa de 1976.

Como la salida a la luz del órgano de prensa requería de oficio y, por tanto, de profesionales competentes, se contó con la colaboración de periodistas de provincias como La Habana, que contribuyeron a la formación del personal. Villa Clara y Holguín, por su parte, aportaron medios tecnológicos.

Según Pastor Guzmán Castro, uno de los fundadores del periódico, las labores de impresión se hacían difíciles porque se disponía tan solo de una vieja máquina rotativa de inicios del siglo XX y los técnicos de la ciudad espirituaña poseían escasa experiencia.

Luego de un período de preparación, el día 4 de enero de 1979 queda oficialmente fundado *Escambray*¹⁰, como continuidad del legado de más de 145 años de prensa escrita en la Villa. Técnicos, fotógrafos, correctores, periodistas empíricos y graduados conformaban el pequeño colectivo del diario.

“Se impuso entonces el otro reto de llenar cuatro páginas inmensas desbordadas de inmediatez, concebidas en el vórtice mismo del suceso, para que cada mañana, después de esfuerzos descomunales (...) la realidad y la utopía fueran confraternizando en un alarde de conquistas y de reconocimiento mutuo, atrapadas definitivamente en el papel” (Echevarría, 2009, p. 3).

Cuando apenas cumplía un lustro de publicarse en blanco y negro, las páginas de *Escambray* renuevan su imagen con una combinación de negro y verde, aunque mantiene el formato de 58 centímetros de largo por 38 de ancho. Con un ritmo de trabajo extremo

¹⁰ Una encuesta aplicada entre los lectores decidió el nombre de *Escambray*, por la trascendencia histórica de esas montañas. Fidel había dicho “Escambray: donde el enemigo quiso abrir una trinchera, la Revolución erigió un baluarte invencible”.

por causa del diarismo, el medio permanecía atento al desarrollo social, económico y político del territorio y daba cobertura, además, a los principales acontecimientos nacionales e internacionales de cada momento.

Más, la prensa existe de acuerdo con las circunstancias económicas de cada país. En la década de 1990 Cuba entra a la etapa más difícil del proyecto revolucionario: el llamado Período Especial. En 1992 las dificultades con el servicio eléctrico y la carencia de tinta y papel determinaron que *Escambray* llegara a salir quincenalmente.

Sin embargo, en 1995 las condiciones de la nación comienzan a mejorar, momento propicio para enfrentar también transformaciones en el orden periodístico. La publicación espiritana emprende una nueva etapa, que se extiende hasta los días actuales, donde se afana en el perfeccionamiento de su diseño y sus contenidos.

El colectivo de periodistas dijo adiós a las máquinas de escribir y se gratificó con la llegada de la tecnología computarizada. Aplica la nueva técnica de impresión *offset*, que posibilitó mayor calidad en la presentación gráfica de los contenidos.

El periódico asume entonces el formato tabloide, con ocho páginas. *Escambray* deviene semanario y ofrece espacio para dos suplementos cuatrimestrales: *Vitrales*, vocero de la cultura espiritana, y *El Arriero*, con el acontecer del Plan Turquino en la provincia.

Luego de varias pruebas de impresión, en 1997 el medio de prensa comienza a publicar su contenido en una elegante combinación de rojo y negro. Tres años más tarde estrena la versión digital, con el propósito de expandir el acontecer de Sancti Spíritus y Cuba por el mundo, hoy recibe como promedio 4 045 visitas semanales de internautas de todos los continentes.

“A los fundadores les creció el oficio con la praxis y después llegó el renuevo egresado de las aulas universitarias para aunar tres generaciones, que hoy crean a expensas del imaginario social en franco desafío a las exigencias de preservar la memoria y dejar atrás las viejas fórmulas” (Echevarría, 2009, p. 3).

En la actualidad, el periódico cuenta con un colectivo integrado por 24 profesionales: once periodistas, un fotógrafo, dos diseñadores, igual número de correctoras, editores del sitio web y traductoras, un gestor de información, un informático y cuatro miembros del Consejo de Dirección: Director, Subdirectora Editorial, Jefe de Información y Jefa de Redacción.

En los Festivales Nacionales de la Prensa Escrita *Escambray* acumula cerca de 30 lauros, entre ellos cuatro veces la categoría de Mejor Publicación Integral Provincial. A la altura de más de tres décadas, este órgano de prensa apuesta por la buena pluma y la buena intención, como dijera una de sus fundadoras. Informa, señala, exige, describe al pie de la letra las vivencias de la más central de todas las provincias.

Diversidad de géneros informativos y de opinión, acompañados con la fotografía, la caricatura y otros recursos gráficos amenizan las ocho planas del semanario espirituano. Tampoco falta el diálogo directo con la población. No habían pasado dos años de la salida de *Escambray*, cuando el Consejo Editorial decidió crear una sección que atendiera los mensajes de los lectores y ofreciera respuestas a sus inquietudes y a sus planteamientos en general. Esta columna toma el nombre de *Cartas de los lectores*.

Cartas de los lectores

Cartas de los lectores surge como una sección de correspondencia en septiembre de 1981, con la finalidad de encauzar las inquietudes, insatisfacciones y opiniones del público espirituano, y de fomentar, por tanto, el diálogo entre el medio y el lector.

Las primeras periodistas que atendieron el espacio fueron: Carlota Gillot, ya jubilada; Oria de la Cruz, actualmente periodista de la revista *Negocios en Cuba*, de la agencia Prensa Latina; y Marcia Silva, colega de Radio Ciudad del Mar. En la actualidad, generalmente la escribe Delia Proenza Barzaga, graduada en Lengua Rusa en la antigua Unión Soviética; aunque en algunas ocasiones la asumen otros periodistas.

La sección *Cartas de nuestros lectores* -así se le denominó en sus inicios- debía salir diariamente, pero su destino se vio truncado durante el Período Especial en Cuba ante la avalancha de problemas acumulados. El espacio perdía su razón de ser, eran muchos los problemas y muy pocas las soluciones, cuenta la periodista Delia Proenza Barzaga.

Ya en 1997 emerge con las características de una columna y con el actual nombre: *Cartas de los lectores*. Hoy aparece publicada habitualmente en la página de opinión (página dos) y en menos ocasiones en la informativa (página tres) del semanario.

Las dinámicas productivas del órgano de prensa comprenden la recepción y clasificación de los mensajes (cartas y correos electrónicos) por parte de la Jefatura de Información, encargada de presentarlos al Consejo Editorial, que aprueba o no su tratamiento.

Una vez decidida su cobertura, el comunicado se entrega a la periodista titular de la columna, quien comprueba, como tendencia, la veracidad del tópico expuesto antes de ser tratado editorialmente, premisa de la credibilidad no solo de este espacio en particular, sino del semanario en general.

La sección está diseñada para unas 45 líneas, según las normas del periódico; excepcionalmente su extensión aumenta en dependencia de la magnitud del asunto. En ocasiones una carta o varias de estas dan pie a un reportaje o a un comentario más amplio sobre determinado tema.

Generalmente la población ve al periódico como el bálsamo a sus problemas cuando se han agotado todas las demás vías posibles de solución. He aquí la importancia de contar con este tipo de columna en un medio de prensa, puntualiza Delia Proenza Barzaga.

Según esta periodista, hay instituciones bastante respetuosas con el periódico y responden inmediatamente a lo publicado; sin embargo, abundan otras que no se pronuncian, y eso desalienta a los lectores. Las oficinas de Gobierno que atienden las quejas de la población deberían dar seguimiento a cómo los organismos reaccionan a lo que se difunde en este espacio.

La columna asume múltiples cuestiones: vivienda, abasto de agua, alcantarillado, viales, Seguridad Social, Revolución Energética, contaminación ambiental, salud, educación formal. En ciertas oportunidades se reflexiona a partir de la opinión del pueblo sobre el maltrato a los animales y las normas de conducta de la sociedad, en especial, el comportamiento de los jóvenes.

Según el jefe de Información de *Escambray*, Reidel Gallo Rodríguez, las temáticas que se traten en la sección dependerán del nivel de prioridad que supone un caso con respecto al otro; o sea, la urgencia del problema, su repercusión social, cuán reiterativo haya sido su tratamiento, la continuidad a asuntos tratados anteriormente.

A veces en una misma edición la columna expone el reclamo del lector, con la explicación enviada por el organismo, así como la sugerencia, crítica u opinión del periodista. En ocasiones se publica únicamente la denuncia del remitente para llamar la

atención de las instituciones u organismos implicados. A menudo se logra no solo una explicación o una disculpa, sino que se solucionan los problemas particulares de los lectores.

La sección incluye ocasionalmente agradecimientos de determinadas personas por buenos tratos y servicios, especialmente en el sector de la Salud.

El estilo del espacio deviene libre decisión del autor. Delia Proenza Barzaga afirma que ella busca la médula del problema y en dependencia de este utiliza indistintamente la exposición, la descripción y la narración¹¹; siempre con un lenguaje asequible, para no dar lugar a malas interpretaciones.

Cartas de los lectores traduce la voz y criterio del público lector de Sancti Spíritus. De los más intrincados parajes surgen llamados de auxilio para el periódico, que no vacila en vencer los mecanismos burocráticos, llegar al pináculo de la estructura institucional y hacer notar el reclamo de las personas. A partir de esta columna, *Escambray* se propone devolver la respuesta, la solución, la explicación ansiada; la población debe sentir que se le escucha.

Sin embargo, además de las características que como género presenta este espacio, también los rasgos sociodemográficos de su público inciden en la percepción que puedan experimentar como destinatarios.

El público espirituario que percibe

Las características particulares del territorio espirituario influyen necesariamente en la cosmovisión que tienen sus habitantes sobre la realidad que ilustra en sus géneros el periódico *Escambray*. El público lector al que hace referencia el presente estudio se circunscribe a la zona urbana del municipio de Sancti Spíritus, pues constituye la población a la que la investigadora pudo tener acceso.

La ciudad de Sancti Spíritus pertenece a la provincia con el mismo nombre que emergió luego de la División Político-Administrativa de Cuba en 1976. Por su ubicación en la región central de Cuba es sitio de paso obligatorio entre el Occidente y Oriente de la Isla.

¹¹ La exposición, narración y descripción junto con el diálogo constituyen formas elocutivas, modos de escritura de un texto.

Presenta como superficie unos 1134.42 Km cuadrados y limita al Norte con los municipios de Fomento, Cabaiguán y Taguasco; por el Sur, con la Sierpe y el Mar Caribe; por el Este con Jatibonico y La Sierpe, y por el Oeste con los municipios de Fomento y Trinidad.

El relieve espirituario resulta variado, con regiones montañosas como las Lomas de Banao y llanos, rodeada por zonas de topografía alomada y al Sur Oeste existen áreas cenagosas. En el municipio se encuentra parte de la cadena montañosa de Guamuhaya en el Escambray que, aunque de relativamente poca elevación, es una de las tres más notables del país. También se localiza en este territorio el río Zaza, de 155 Km de longitud, y se encuentra ubicada la presa Zaza, la mayor del país.

Fundada por el Adelantado Don Diego Velázquez en 1514, la Villa del Espíritu Santo constituye en la actualidad Ciudad Monumento con 497 años cumplidos. De calles estrechas y arquitectura colonial, conserva un Centro Histórico con edificaciones de los siglos XVIII y XIX, entre los que se destacan la Iglesia Parroquial Mayor y el Puente sobre el río Yayabo, Monumento Nacional.

Hoy es la capital provincial menos poblada de Cuba, perteneciente a una de las tres provincias más envejecidas del país, junto con La Habana y Villa Clara. Según el actual Anuario Demográfico del país, su población apenas rebasa los 136.836 habitantes, con una densidad poblacional de unos 114.3 habitantes por Km cuadrado; donde viven más mujeres que hombres.

Las actividades económicas fundamentales están basadas en la industria agrícola con cultivos de arroz, café, tabaco, caña de azúcar, cítricos y hortalizas; también se practican la pesca y la cría del ganado. El tejido industrial se sustenta en las plantas de productos lácteos, la planta de asfalto, serrerías, fábricas de tabaco y cerámica.

Esta ciudad inicia el 2011, primer año del quinquenio, en el cual de modo gradual y progresivo se introducirán cambios estructurales y de conceptos en el marco de la actualización del modelo económico de la Isla, a través de la implementación de los nuevos Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, aprobados definitivamente por el VI Congreso del Partido Comunista de Cuba en sus sesiones de abril de 2011.

Paralelo a estas transformaciones económicas, la dirección del país continúa concediendo prioridad al perfeccionamiento de la educación, la salud, la cultura y el deporte.

En el panorama de la salud, que ha estado matizado por el reordenamiento a partir del nuevo contexto nacional, sobresalen el bajo índice de mortalidad infantil en menores de un año, el aumento de los servicios en el Centro Oftalmológico de la provincia, la reapertura de nuevos consultorios de Atención Primaria y la aplicación de una serie de programas nacionales de lucha contra el cáncer y las enfermedades crónicas no transmisibles, entre muchos otros; todos en función de elevar la calidad de vida de la población.

La actividad científico-técnica en Sancti Spíritus experimenta en el actual año un avance sostenido con la obtención de nuevos productos y la consolidación de resultados anteriores. El Centro de Ingeniería Genética y Biotecnología, por ejemplo, consolida su labor de investigación, desarrollo y producción con diversas aplicaciones en la biomedicina, la salud, la industria y la agricultura.

También el trabajo científico de la Universidad “José Martí” y la de Ciencias Médicas Doctor Faustino Pérez Hernández alcanzan resultados notorios, amén de lograr mayor efectividad en el sector productivo. Estos centros, así como la Universidad Pedagógica Capitán Silverio Blanco Núñez, entre otros, garantizan la nueva generación de trabajadores en el territorio.

En la etapa que sirve de contexto a la presente investigación, el movimiento cultural mantuvo la convocatoria de diversos eventos que ayudan a concertar la identidad de los espirituanos y de los cubanos en general; en tal sentido pueden enumerarse la Feria Internacional del Libro, la Jornada Cultural Villa del Yayabo, el Encuentro Voces de la República, organizado por la Sociedad Cultural “José Martí”, y las jornadas mensuales del Proyecto Sociocultural “La Guayabera”.

El quehacer de los diferentes sectores de la sociedad espirituana es reflejado por los medios de prensa que tienen como sede la capital provincial. Entre ellos se destacan el Telecentro *Centro Visión Yayabo*, *Radio Sancti Spíritus*, *Radio Vitral*, y el periódico *Escambray*.

De este último, el público guarda las mejores expectativas. Pero, una vez publicada en él la sección *Cartas de los lectores* a la que los mismos receptores nombran “sección de

correspondencia”, ¿cómo percibe la audiencia su contenido? Para llegar a conclusiones es menester implementar la metodología de investigación que se expone a continuación.

Procedimiento metodológico

Con el objeto de caracterizar el modo en que el público espirituario mayor de 18 años percibe los textos de la sección *Cartas de los lectores*, publicados en el periódico *Escambray* de la provincia de Sancti Spíritus durante el primer trimestre de 2011, se concibe el presente estudio interdisciplinario entre la sociología, la psicología y la comunicación masiva.

Perspectiva de la investigación

La investigación supone un estudio cualitativo puesto que asume la descripción de un proceso con carácter subjetivo: la percepción. A partir de este paradigma se pretende comprender e interpretar el fenómeno perceptivo a través de las opiniones y los significados producidos por las experiencias únicas de los destinatarios.

Al decir del metodólogo mexicano Roberto Hernández Sampieri (2006, p. 21) “la investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente. También aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como su flexibilidad. Este enfoque permite que cualquier valor o creencia que posea el investigador sobre el proceso influya en el proceso investigativo”.

Métodos y técnicas

Se emplean diferentes métodos y técnicas para obtener la mayor información posible dentro de la unidad de análisis, el público espirituario mayor de 18 años.

Fenomenología: la Fenomenología permite conocer, desde la experiencia de las personas, el modo en que la audiencia espirituitana percibe la sección *Cartas de los lectores*; es decir, cómo estos individuos definen, interpretan, dan significado a los textos de esta, y actúan en consecuencia con lo que incorporan a su memoria.

Revisión Bibliográfica Documental: actividad indispensable que aporta gran parte de la información y avala el estudio teórico-metodológico. Se utilizan fuentes primarias documentales; entre estos libros, tesis y ejemplares del periódico *Escambray*. Con el fin de complementar estas, se consultan las fuentes secundarias como son las enciclopedias y diccionarios; así como archivos de Internet, proveedores de información actualizada.

Entrevista en profundidad: técnica que permite la elaboración del Capítulo Referencial, que consiste en historiar el periódico *Escambray* y la sección *Cartas de los lectores*. Ello implica la conversación con comunicadores y periodistas fundadores del medio, y también con los profesionales que trabajan en la actualidad.

Encuesta: dirigida a captar, de forma ágil y objetiva, la visión del sujeto perceptor en relación con la unidad de análisis, la sección *Cartas de los lectores*. Se aplicará una encuesta por cuestionario a los consumidores del periódico *Escambray*. Ello aporta datos cuantificables acerca de la frecuencia con que los destinatarios realizan la lectura de la columna, refiere los elementos que motivan su consumo, las valoraciones personales acerca de los rasgos estructurales y de contenido de la sección, así como de la utilidad pública que supone, y las sugerencias para promoverla.

Entrevista Individual: dirigida a enriquecer la información ofrecida por la encuesta. Se realizarán a los lectores encuestados para conocer con profundidad su percepción sobre *Cartas de los lectores* antes, durante y después de la exposición al contenido de sus textos.

Grupos de discusión: su aplicación, en este caso, se desarrolla para obtener datos específicos y novedosos sobre la percepción del público lector espirituario. Se logra multiplicidad de criterios pues el encuentro está concebido con un total de ocho personas, escogidas al azar, que leen con frecuencia la columna *Cartas de los lectores* y además presentan diversidad en sus características sociodemográficas: dígase sexo, edad, ocupación y nivel de escolaridad.

Los destinatarios efectúan una segunda lectura de las columnas *Cartas de los lectores* publicadas durante el primer trimestre de 2011 en el periódico *Escambray*. Guiados por la investigadora, los perceptores tienen total libertad para debatir sobre los temas tratados en la sección; así como sus impresiones al respecto.

Triangulación

Para lograr el éxito de la investigación, su fiabilidad, resulta imprescindible la confrontación y contrastación de métodos y técnicas. Esto se llevará a cabo a través de la triangulación metodológica, así como la de datos y la teórica desde tres perspectivas: la ciencia psicológica, sociológica y de la comunicación de masas.

Categorías analíticas: Definición conceptual y operacionalización

Las consideraciones de autores de la psicología, sociología y la comunicación de masas señaladas en el Capítulo Teórico determinan la definición de las categorías analíticas del presente estudio: “percepción” y “sujeto perceptor”. Tales definiciones coincidieron y al mismo tiempo se enriquecieron durante la recolección de datos a partir de la aplicación de los métodos y técnicas de investigación.

A continuación se ofrece la síntesis conceptual de cada categoría para un mejor entendimiento durante el análisis de los resultados que se exponen en el próximo capítulo.

Percepción: constituye el proceso cognitivo básico que orienta al pensamiento humano mediante el cual “el individuo interpreta, discrimina e identifica objetos del entorno” (Howard, 1969). Asimismo “garantiza el reflejo subjetivo parcial y al mismo tiempo adecuado de la realidad, que depende de la actividad del sujeto con relación a la realidad reflejada” (Vielichkovsky, Zinchenko y Luria, 1982).

Para esta investigación acto perceptivo que experimenta el público sobre los textos de *Cartas de los lectores* transita por un conjunto de procesos, influenciados por las características subjetivas de la personalidad, así como por el contexto histórico propio de un sujeto perceptor con carácter activo. Este reflejo condicionado lo transforma en experiencia útil y lo incorpora a su práctica cotidiana.

- *Disposición preparatoria*: cuando las personas encuentran las circunstancias precisas, consciente o inconscientemente, para iniciar la lectura de la columna *Cartas de los lectores*. Esto comprende, por ejemplo, determinado lugar o momento, en relación con el estado emocional y físico que prefiere el individuo para consumir la sección.

- *Reconocimiento o Descubrimiento*: cuando a partir de determinados elementos evocados desde la experiencia y conocimientos previos, el individuo es capaz de identificar y dar sentido a los textos de *Cartas de los lectores*, sean novedosos o no. Estos elementos pueden ser: la ubicación en página y el diseño gráfico de la sección, el título del artículo, el nombre del periodista que escribe, la temática tratada, la entrada y las conclusiones del texto, entre otros.

- *Atención*: referida al momento mediante el cual “la conciencia se concentra en determinados objetos que suponen una elevación del estado activo de lo sensorial, intelectual y motriz” (Petrovski, 1980). Para ello el sujeto que percibe tiene en cuenta sus intereses, motivaciones, necesidades, experiencias y conocimientos; a partir de ahí el receptor selecciona, entre otros géneros, el consumo de la columna *Cartas de los lectores*.

- *Compresión*: cuando según las circunstancias y características vividas, el sujeto perceptor ha integrado a su pensamiento ideas, presuposiciones y significados únicos en él, que ayudan a la interpretación y asimilación del contenido (nuevo o viejo) de la columna *Cartas de los lectores*. Existen elementos que ayudan a la decodificación de estos textos; entre ellos: el conocimiento del tema, la comprensión de las palabras y la igualdad de significados (o códigos) entre emisor y receptor.

- *Valoración de lo percibido*: referida a las inferencias que conforma el sujeto que percibe de cuanto lee en *Cartas de los lectores*. Dígase del momento en el que el receptor, de acuerdo con lo leído, apela a conocimientos previos e incorpora, o no, nuevos sentidos sobre determinados asuntos. Luego el destinatario expresa su apreciación de modo verbal o conductualmente. Esta valoración implica la “decodificación fértil” (Eco) de la esencia del mensaje emitido o la tergiversación de los significados que expresa el discurso periodístico original de la columna.

- *Recordación*: refiere Petrovski (1980) que “el recuerdo tiene carácter dinámico. Se reconstruye y se vuelve a apreciar de acuerdo con la evolución de la orientación de la personalidad”. La evocación del recuerdo de la columna *Cartas de los lectores* sucede cuando el contenido aprehendido se adhiere en la memoria del perceptor y puede reproducirse posteriormente, ya sea con detalles o a través de ideas generales referidas al contenido del texto.

Sujeto Perceptor: constituye un sujeto con determinado nivel de lectura, que tiene en cuenta para ello, consciente o inconscientemente, sus rasgos personales en la adopción de una postura activa. A partir de lo que ofrece la prensa, el receptor selecciona, discierne, construye y reconstruye un sentido “subjetivo, parcial y al mismo tiempo adecuado de la realidad” (Vielichkovsky, Zinchenko y Luria, 1982).

El sujeto que percibe es el receptor del cual ha teorizado el comunicólogo mexicano Guillermo Orozco. Constituye el individuo con características socioculturales únicas; multisegmentados en edad, sexo, grupos. “Por tanto una audiencia heterogénea, a la vez que contradictoria; una audiencia objeto y sujeto de mediaciones de diverso tipo, con distintos condicionamientos (Orozco, 1992).

- Mediaciones individuales: que implica factores cognoscitivos y de referencia

- Mediaciones individuales cognoscitivas: referido a que cada persona de acuerdo con el nivel educativo, la madurez emocional y el desarrollo de su pensamiento percibe el ambiente de una manera única con respecto a los demás. En este caso se tiene en cuenta las necesidades, motivaciones, intereses, experiencias y conocimientos adquiridos por el sujeto perceptor.

Necesidades: “constituye el estado de la persona que expresa su dependencia a las condiciones concretas de existencia y la cual actúa de estimulante para la actividad del hombre” (Petrovski, 1990).

Basados en los niveles de necesidades delimitadas por el psicólogo norteamericano Abraham Maslow (1970), los sociólogos Eliu Katz, Jay Blumler, Michael Gurevitch y Haas (1973) propusieron cinco clases de necesidades presentes en los sujetos que hacen uso de la prensa: cognoscitivas (adquisición, comprensión y refuerzo de conocimientos), afectivo-estéticas (cuando el individuo se siente a gusto con el producto comunicativo), integradoras a nivel de la personalidad (relacionadas con la seguridad, estabilidad emotiva, credibilidad y estatus), integradoras a nivel social (referida al refuerzo de los contactos interpersonales), y de evasión (relajación de tensiones y conflictos).

Intereses y Motivaciones: elementos que dan causa o incitan al individuo a exponerse en este caso a la sección *Cartas de los lectores*.

Experiencia y conocimiento: constituye el conocimiento adquirido a partir de lo vivido o estudiado, que determina las competencias interpretativas de los destinatarios.

- Mediaciones individuales de referencia: dicese de las características sociodemográficas como son el sexo, la edad, la ocupación (quehacer de los individuos como entes sociales: trabajador, jubilado, estudiante, ama de casa o sin ocupación alguna), y el nivel de escolaridad (niveles de estudios cursados: primario, secundario, preuniversitario, obrero calificado, técnico de nivel medio y universitario).

- Mediaciones situacionales: se refiere al marco situacional (léase lugar y momento de la lectura, en público o solo, en un espacio formal o institucional) las circunstancias y fenómenos de índole económica, política y sociocultural que actúan sobre el sujeto que percibe.

- Mediaciones massmediáticas: dicese de las características que como género presenta la columna *Cartas de los lectores*, en contenido y forma, que influyen en la aceptación o rechazo a la hora del perceptor exponerse a su lectura. Entre estas características se encuentran: el lugar fijo dentro de la edición del periódico *Escambray*, el tratamiento de temáticas sociales, la periodista que escribe.

- Mediaciones institucionales: referidas a las diversas instituciones como son el hogar, la escuela, el centro de trabajo, el grupo de amigos; que legitiman pautas, costumbres y actividades en la sociedad y con ello influyen en el uso que da el sujeto perceptor a los medios de prensa y, en este caso, en el hábito de lectura de la columna *Cartas de los lectores*.

Diseño de la muestra

Para poder acceder al público lector mayor de 18 años del territorio urbano del municipio de Sancti Spíritus, y lograr una representación adecuada durante el estudio se realizarán dos muestreos.

En primer lugar un muestreo probabilístico aleatorio simple para aplicar las encuestas, debido a que no existe un antecedente de la presente investigación y todos los sujetos tienen igual probabilidad de ser elegidos. De una población de 80 302 habitantes

(personas mayores de 18 años) estimadas hasta el año 2009, se escoge una muestra de 200 personas, para un margen de error de un 7%.

De estas 200 personas, se descarta el 27% porque no realizan la lectura del periódico *Escambray*. No existe modo de conocer la percepción de la columna *Cartas de los lectores* si los sujetos no se exponen al medio en que aparece publicada.

El muestreo para las entrevistas y el grupo de discusión será probabilístico intencional por criterio: teniendo en cuenta que el público lector seleccionado haya leído con cierta regularidad la columna de correspondencia durante los respectivos meses de enero, febrero y marzo de 2011; y que tome una actitud valorativa y crítica ante los mensajes emitidos.

La percepción desde la vox populi

El trabajo periodístico del semanario *Escambray* goza de prestigio y respeto en toda Cuba porque generalmente alcanza un producto comunicativo de calidad en sus publicaciones. Esta constituye la opinión de un grupo de especialistas que cada cierto tiempo se reúnen, analizan los medios en el país y luego otorgan premios como los del Festival Nacional de la Prensa Escrita.

Sin embargo, tales criterios dejarían de tener sentido si el público discrepara del mensaje que emite semanalmente en las planas este medio. Por ello, sus periodistas continúan construyendo realidades a través de múltiples géneros periodísticos en busca de satisfacer las expectativas de audiencias multisegmentadas, cada día más activas y exigentes ante lo que escribe la prensa.

Uno de estos géneros es la columna *Cartas de los lectores*: espacio mediante el cual los periodistas canalizan los mensajes de los destinatarios enviados a la Redacción del periódico *Escambray*, que casi siempre se traducen en quejas, planteamientos y críticas sobre determinada temática de índole social. Pero, luego de publicada, ¿qué opinión esgrime el público espirituario acerca de dicha sección?

El público lector espirituario: heterogéneo y activo

Para describir cómo percibe el público espirituario (personas mayores de 18 años) la columna de correspondencia que se publicó en *Escambray* durante los meses de enero, febrero y marzo de 2011, resulta necesario conocer primero las características que poseen como lectores.

Un conjunto de 54 personas de la muestra seleccionada, entre los que predominan los jóvenes, alegan no leer el semanario espirituario. La escasez de tiempo, el no estar suscripto al medio, la existencia de mayor demanda que oferta de periódicos en los estancillos de prensa y en los centros de trabajo derivan en que estos espirituarios no posean el hábito de lectura. Este grupo de individuos no se tendrá en cuenta para el

presente estudio puesto que no existe modo de conocer su percepción si nunca interactúa con la columna *Cartas de los lectores*.

No obstante, del total del público espirituario encuestado un 73% recepciona los mensajes escritos en el periódico *Escambray*, lo cual posibilita lograr el objetivo general propuesto por la investigación.

“Me gusta leer la prensa, me encanta estar actualizado. No veo el periódico como un mero medio de divulgación, lo veo y me detengo a leerlo como un libro, como un documento de referencia, como un material de estudio” (Especialista de EcuRed, comunicación personal, 15 de marzo de 2011).

La pesquisa ratifica que quienes consumen con mayor periodicidad el semanario son los individuos de edades maduras, entre los 35 y 74 años. Además de estos lectores, un grupo de 40 espirituarios jóvenes, situados entre los 18 y 34 años, alcanzan también un amplio nivel de lectura de este medio, seguidos por un conjunto mucho menor que sobrepasa los 75 años, el cual representa solo el 0.5% de los encuestados.

El análisis demográfico corrobora la idea de que son los hombres quienes consumen más los medios de prensa, con una diferencia de un 12.4% por encima de las mujeres. Independientemente de ello no existen disparidades, en cuanto a género (masculino y femenino), referida a la comprensión de los mensajes escritos en el periódico.

La audiencia espiritua que consume con cierta regularidad las publicaciones de *Escambray* presenta diversos grados de escolaridad. Predominan los universitarios (71 encuestados), les siguen los técnicos de nivel medio (28 encuestados), los que alcanzan el duodécimo grado (17 encuestados), los obreros calificados (6 encuestados), y con menor representación se encuentran los que no continuaron estudios luego de la Secundaria Básica (5 encuestados) y la Primaria (3 encuestados).

En cuanto a la ocupación, sin lugar a dudas, son los trabajadores quienes más acuden a tales textos (86 encuestados); también los jubilados dan lectura al medio (21 encuestados), así como los estudiantes (15 encuestados) y amas de casa o desocupados (8 encuestados).

Pero, estos rasgos sociodemográficos como la edad, el sexo, la ocupación y el grado de escolaridad del público no determinan la percepción de los individuos; el acto perceptivo obedece más al carácter subjetivo de la personalidad humana. Los gustos y preferencias

del individuo, las motivaciones, intereses, experiencias y conocimientos, así como sus necesidades y el contexto en el que vive influyen en mayor medida en la percepción o no de un periódico como *Escambray* y, específicamente, de la columna *Cartas de los lectores*.

El carácter comunicativo, extrovertido y de franqueza de los espirituanos permitió un intercambio espontáneo de criterios entre la investigadora y el público. Convivir en el mismo ambiente, con las mismas características contextuales y situaciones problemáticas de la vida en sociedad devino posibilidad de penetrar en cuestiones íntimas de las rutinas cotidianas del público como es la lectura de la prensa.

Generalmente el receptor espirituario concibe el periódico como un conjunto de trabajos periodísticos que tratan asuntos de diversa índole ya sean sociales, económicos o políticos. De ahí que resulte un tanto difícil mantener el enfoque en solo una de sus secciones, pero la actitud incisiva de la investigadora permitió la concentración en la columna *Cartas de los lectores*.

Sólo 16 personas de la muestra seleccionada dentro de la audiencia espirituaña reconocen no haberse detenido a leer la columna durante el período que ocupa la investigación, aunque sí consumen el resto de los espacios del periódico *Escambray*.

Entre las razones que explican tal actitud se destaca el hecho de que a veces los lectores solamente tienen acceso a la versión digital del semanario, donde no aparece publicada la unidad de análisis. Con respecto a los que sí reciben la edición impresa del medio, algunos argumentaron no conocer la existencia de dicha sección.

“Parece mentira, pero mira que llevo años leyendo el *Escambray*, y nunca me había percatado de esa sección. Yo voy directo a lo que escribe Donarys, que es lo científico, ¿no? Y lo otro que leo son las culturales y las deportivas. Error mío, desde ahora conseguiste otro lector de la sección” (Estudiante universitario, comunicación personal, 12 de marzo de 2011).

A otras personas no les motivó luego de una primera lectura y a otro grupo de individuos no le interesa las secciones de este tipo. *Cartas de los lectores* compite con otros textos como son los comentarios, que se publican también en la página dos; las informaciones de la página tres; y los reportajes especiales. Resultan textos más atractivos para gran

parte del público lector, favorecidos visualmente por el uso diferenciado de la tipografía y otros recursos gráficos como la caricatura y la fotografía.

También existen sujetos que no simpatizan con el tratamiento periodístico dado en la columna: “¿Para qué voy a leer esa sección? Ahí siempre es lo mismo: dicen el problema que conoce todo el mundo; pero ¿dónde dice que se le da solución?”(Obrero de la Fábrica de Galletas, comunicación personal, 3 de marzo de 2011).

Sin embargo, *Cartas de los lectores* tiene, por otra parte, la ventaja de constituir una columna de servicio a los receptores; posee la responsabilidad social de ofrecer una respuesta a las inquietudes de su público, basándose en fuentes institucionales. De ahí que del total de encuestados que consumen el periódico provincial de Sancti Spíritus, el 89% lee la columna.

El lugar y tamaño permanente dentro de la edición del semanario espirituario, el título a modo de logotipo, y el recurrente tratamiento de temas sociales constituyen rasgos que el receptor reconoce, consciente o inconscientemente, y que ayudan a gratificar su necesidad afectivo-cognoscitiva; el individuo se siente a gusto y se identifica con el producto comunicativo que le informa.

Estas características que como género supone *Cartas de los lectores* promueve el interés en la mayoría del público espirituario: “Leo esta sección porque da la oportunidad al pueblo de plantear diferentes inquietudes, de ilustrar problemas ‘gordos’ de la sociedad; y trata de dar una respuesta lo más justa posible. Cuando menos, sirve de orientación” (Estudiante universitaria, comunicación personal, 7 de marzo de 2011).

“*Cartas de los lectores* siempre guarda algo interesante. Podría decir que la leo por curiosidad, para conocer diferentes planteamientos y quejas de la población espiritua. En ella salen a la luz pública situaciones que desconocemos y que existen realmente en nuestro territorio” (Trabajadora de la Fábrica de Tabacos, comunicación personal, 7 de marzo de 2011).

“La leo porque no solo habla de la cabecera provincial. He visto quejas de otros municipios como Trinidad, Yaguajay y Cabaiguán, sobre todo. Busca una representación equitativa. Eso me gusta porque aunque yo viva aquí (en Sancti Spíritus), mi familia es de Cabaiguán. Una vez mi suegro escribió al periódico y la periodista me demostró que las cartas no se toman a la ligera. Ella se presentó a la casa para verificar el problema, se

estudió el caso, se profundizó y se le dio solución” (Licenciada en Matemática y Computación, comunicación personal, 16 de marzo de 2011).

De la disposición al recuerdo

Las conversaciones con el público demostraron que su **disposición** para realizar la lectura de los textos escritos en *Cartas de los lectores* depende de dónde y cuándo reciben el periódico; léanse, el centro laboral, bibliotecas públicas, parques... El lugar de mayor preferencia para los suscriptos al semanario -y los no suscriptos también- tiende a ser el hogar. Sin embargo, esta no constituye una constante.

“Leo todo el *Escambray* siempre que puedo comprarlo. Yo no recibo el periódico en casa, tengo que comprarlo en los estanquillos. Los sábados se hace difícil porque los ancianitos nuestros, o son promotores activos del periódico o ellos los coleccionan; en fin, limitan que el resto de la población lo compre. A veces opto por leer la sección en la Biblioteca Provincial de Sancti Spíritus y, en otras ocasiones decido hojearlo en el parque Serafín Sánchez” (Especialista de EcuRed, comunicación personal, 15 de marzo de 2011).

En cambio, otra lectora manifiesta: “Habitualmente me gusta leerla más en mi casa que aquí (se refiere al centro de trabajo). Aquí la leo por un problema de que me tengo que informar. Es diferente. En mi casa la leo más tranquila, en la sala, cuando he terminado las labores domésticas y ya nadie me molesta. Entonces le doy una interpretación correcta a los artículos” (Técnica de nivel medio en Bibliotecología, Grupo Focal).

El instante y día preciso de lectura de la columna varía en cada entrevistado. Realmente el medio favorece eso; luego que llega a las manos del lector, el periódico puede ser examinado en cualquier sitio y horario. Pero el marco situacional en el que el individuo consume la sección mediará necesariamente en el efecto del mensaje publicado.

Situarse en un lugar acogedor para el lector: privado o público, informal o institucional; así como encontrar el tiempo deseado, determinan que el receptor se encuentre a gusto en su actividad. Dichas circunstancias propicias evitan la indisposición o predisposición negativa hacia la lectura de *Cartas de los lectores*.

De manera general, los suscriptos tienden a leer la columna durante el fin de semana; los no suscriptos realizan la lectura el sábado -si compran el periódico en los estanquillos- el

lunes cuando llegan al centro de trabajo, u otro día de la semana si pueden consultar el medio en bibliotecas públicas u otros espacios.

“En mi casa se recibe el *Escambray*, pero como soy becada muchas veces no tengo ni el tiempo ni las condiciones para leerlo porque a la escuela llegan solamente los periódicos y revistas nacionales. Entonces unas veces sí lo leo, otras no... *Cartas de los lectores* suele ser un poco reiterativa con los temas que trata, pero siempre que trae algo novedoso, cuando habla de problemas que casi nunca trata el periódico, sí la leo” (Estudiante universitaria, comunicación personal, 8 de marzo de 2011).

Cuando un sujeto prefiere el hogar u otros espacios para consumir los textos de esta columna estimula la lectura de otros individuos, de esos lugares. El hombre, al interactuar con instituciones como la familia, el grupo de amigos, compañeros de trabajo, comienza a legitimar ciertos hábitos y costumbres que concibe “adecuados” para ser aceptados socialmente también. Entre estos hábitos se cuenta el consumo, o no, de la prensa.

“Yo no lo leo siempre. Habitualmente es mi papá quien me dice: ‘Oye, sacaron un artículo sobre el teatro’, por ejemplo. Entonces, cuando ya lo tengo en la mano me decido a leer el periódico completo. Primero me fijo en los principales titulares de la parte de arriba de la portada, que supuestamente dice lo más importante. Y después voy hoja por hoja hasta el final. Eso sí, si la entrada de un artículo no me llama la atención, no sigo leyendo. Yo soy selectiva con lo que leo, sobre todo con *Cartas de los lectores*” (Contadora, comunicación personal, 15 de marzo).

Luego de encontrar el momento idóneo para consumir la columna, los destinatarios, inconscientemente, deducen rasgos particulares de estos textos que motivan e incitan su lectura. De acuerdo con experiencias y conocimientos adquiridos anteriormente, el lector **reconoce** o **descubre** el espacio, sea novedoso o no para él.

Ello viene determinado por las características formales o de contenido que presenta *Cartas de los lectores*, como son: la ubicación en página, el diseño, el logotipo, las temáticas a las que hace referencia, el periodista que escribe, el título y la entrada que presenta el material.

La encuesta por cuestionario demuestra que uno de los factores que más impulsa la lectura de la columna son los asuntos que ilustra. También las entrevistas corroboran esta tendencia.

“*Cartas de los lectores* saca a la luz temáticas polémicas, eso es una realidad. Aborda tópicos como la vivienda, que es un ‘problemón’ de la sociedad... el alcantarillado, el cuentapropismo. Son problemas con los que, de cierta forma, el cubano de hoy se identifica. Lo importante de la sección no es tanto la crítica, sino la sugerencia. Porque a veces tienes el problema y no sabemos a dónde remitirnos. Ahí está implícita la educación al pueblo” (Trabajadora del CITMA, Grupo Focal).

“Estos temas suelen tener actualidad territorial. En ocasiones se expresan ideas que tocan la reflexión cívica y el debate social. Por otro lado, también señala los absurdos de la organización social espiritana: cómo a veces, por indiferencia e insensibilidad, las entidades del territorio dificultan la vida al pueblo” (Profesor de la Universidad de Sancti Spíritus, comunicación personal, 4 de marzo de 2011).

Otro de los motivos sobresalientes que posibilitan el consumo de la columna *Cartas de los lectores* es la necesidad de información que tienen los destinatarios en torno a las temáticas de índole social de la provincia. De ahí la importancia de un medio comunitario donde el periodista priorice el reflejo de la realidad más cercana a un público, cansado de la sobreabundancia de información que ofrecen otros canales, referida al acontecer nacional e internacional.

En una entrevista individual realizada a un lector, este acotaba que le interesa leer la sección porque: “En el intercambio diario con mis colegas de trabajo y con las personas en general me gusta estar informado. Esta sección es un espacio nuestro. Ni *Juventud Rebelde* ni *Granma* dicen casi nunca lo que aquí sucede. *Cartas de los lectores* informa acerca de los problemas y situaciones específicas de la gente de Sancti Spíritus” (Médico, comunicación personal, 11 de marzo de 2011).

Los encuestados refieren consumir los textos de este espacio por tener también hábito de lectura. Las personas incluyen en su rutina la lectura de la sección, en tanto actividad que los provee de nuevas vivencias a partir de experiencias de otros y ello les permite resolver problemas de la vida cotidiana.

Otro elemento que se tiene en cuenta para la leer la sección es el título que muestra el trabajo periodístico. Sin embargo, según los entrevistados y también el grupo focal, a veces los titulares no corresponden con las expectativas que generan.

“Si te soy sincero, nunca la leo por el título, sino por los temas que aborda. Me llama la atención que los titulares a veces no tienen correspondencia con el contenido, o que el contenido luego que uno lo lee, no es lo que esperaba después de leer el título” (Profesor de Ciencias Médicas, comunicación personal, 14 de marzo de 2011).

Con la anterior afirmación coincide esta persona, que agrega: “Hay títulos que sí llaman la atención; pero hay otros que carecen totalmente de ella. Fíjate, a veces tú lees un título y dices: ¡Oh!, ¿qué será esto? Y cuando lees, no es que carezca de información; pero no es lo que esperabas. Te pasa como en los libros, que lees el título y cuando terminas dices: Nada que ver con nada que ver. A *Cartas de los lectores* le falta impactar, le falta el fijador que llame la atención a los lectores desde el primer momento” (Técnica de nivel medio en Bibliotecología, Grupo Focal).

“El mensaje, la esencia de un texto se enmarca en su título. Son tan diferentes los títulos de la columna de Pepe Alejandro¹² a los de la columna de *Escambray*. Pepe Alejandro golpea a los organismos desde el título de su trabajo. En ocasiones yo siento que el periodista de *Cartas de los lectores* trata de no hacerles frente... de no irles a la contraria a las instituciones de la provincia” (Especialista de EcuRed, comunicación personal, 15 de marzo).

Los lectores encuestados indican leer la sección de correspondencia por la confianza que reporta lo que ella publica y por las experiencias adquiridas a partir de su lectura; otros destinatarios seleccionan este espacio para conocer las diferentes soluciones que supone determinada situación. Un grupo de perceptores se detienen a leer la columna para entender la vida cotidiana, mientras que otros lo hacen para adquirir conocimientos y con ello relacionarse con familiares, amigos, vecinos y otros.

Cartas de los lectores como género publicado en el órgano del Partido Comunista en la provincia constituye una voz oficial, lo que este espacio publique es considerado “verdad irrefutable”. Por ello, generalmente los entrevistados confían en la palabra allí escrita, creen en las soluciones que plantea y comparten sus criterios con los seres que les rodean. También intereses personales de la audiencia como la búsqueda de entretenimiento motivan la lectura de la columna. Leer los artículos de la prensa, como escuchar música o

¹² *Acuse de Recibo*, columna a nombre del periodista José Alejandro Rodríguez que se publica en la página de opinión del periódico *Juventud Rebelde*.

bailar, posibilita la enajenación, el descanso de otras actividades, la evasión de conflictos y problemas de la vida cotidiana del público.

De acuerdo con la encuesta realizada otros elementos apenas importan a la hora de pretender leer el espacio; estos son: el nombre de la periodista que lo atiende, la ubicación en la página del periódico y el diseño de la columna. Sin embargo, a través de las entrevistas la investigadora constató la influencia que poseen también estos elementos a la hora de comenzar a percibir este género periodístico, sobre todo el papel de la periodista que tiene a cargo la sección.

“Uno a veces siente que el periodista verdaderamente está preocupado por los problemas del pueblo, casi nunca falta una reflexión o un llamado de alerta hacia los organismos e instituciones responsables de la situación de los ciudadanos que escriben al periódico” (Jubilado, comunicación personal, 13 de marzo de 2011).

En este sentido, la gran mayoría de los encuestados reconoció adquirir, con la lectura de la columna, conocimientos o haber reforzado sus criterios para formarse una opinión igual a la del periodista, mientras que solo algunos determinaron haber reforzado o modificado su criterio al no coincidir con el reportero.

No obstante, durante el debate con el grupo focal cuando salió a relucir el rol del reportero que atiende la sección, los receptores manifestaron opiniones referidas al poco protagonismo de este profesional a la hora de tratar los casos de *Cartas de los lectores*.

Según la teoría, no cualquier periodista está capacitado para atender una columna de correspondencia. El comunicador que asuma tal responsabilidad debe manejar correctamente la habilidad de la investigación apoyándose en el archivo y la fuente de información idónea. Con un estilo libre y desenfadado, debe ser capaz de persuadir; brindar en tan corto espacio la información más completa posible, y así conquistar la atención del lector (Buendía, 1991).

“Cuando usted escribe al periódico, quejándose, es porque usted confía en el periódico. Usted confía en el periodista que hace el artículo y usted confía que va a llegar una respuesta adecuada a sus manos. Porque cuando usted fue allí es porque usted ha ido a todos los lugares posibles y su problema no ha sido resuelto. Pero la solución del problema no es publicarlo en la prensa, esa es solo una parte de la solución. El pueblo no

se conforma con el solo planteamiento del problema” (Trabajador del INDER, Grupo Focal).

“La periodista de la sección es una periodista respetable. ¿Qué sucede? Que hay temas donde le ha faltado como profesional llevar lo que realmente tiene que llevar a la población. De ahí que se le hacen críticas. Por ejemplo cuando habla del tema de la construcción de viviendas: los funcionarios de la UMIV¹³ suelen enmascarar muchísimo la realidad que está ocurriendo. Y así sucede con muchas entidades espirituanas. Por eso, a la sección le falta credibilidad. Lo que es triste porque ella es una excelente periodista que intenta hacer un trabajo bastante serio” (Ingeniero industrial, Grupo Focal).

“A veces no existe constancia de que en verdad se tramite la queja con el organismo responsable. Por tanto, queda un vacío entre el periodista y el lector. Y el vacío más grande se da en la persona que escribe al periódico, que no logra la respuesta que merece” (Ama de casa, Grupo Focal).

“A mi criterio cuando el periodista toma la decisión de llevar a la prensa la inquietud de un lector, creo que no debe ser para plasmarlo en tinta y ya... Creo que debe ser su delegado, su máximo representante, canalizar la situación, dar su criterio como un posible afectado más, verse como el lector se ve. No debe hacerlo de manera superficial, sino con profundidad. De modo constructivo, sin dañar a nadie. La prensa es el cuarto poder, debe reconocer ese poder y utilizarlo. Como un Quijote abrirle paso al lector; porque lo que no hace un lector, lo puede hacer un periodista. Eso está demostrado” (Profesora del Pedagógico de Sancti Spíritus, Grupo Focal).

Pero, otros lectores se oponen a la consideración anterior: “El periodista no está para resolver el conflicto. Si ese fuera su objetivo entonces la primera solución es precisamente la denuncia pública del problema, ¿no?; hasta allí llega la responsabilidad del periódico. Si no, ¿para qué están los organismos? La culpa no la tiene la periodista, la culpa la tienen las personas negligentes que dirigen instituciones y empresas de esta provincia” (Trabajadora del CITMA, Grupo Focal).

En cuanto a la concepción del diseño y la ubicación en página, aunque no determinan, sí inciden en el proceso perceptivo. Si estos elementos no llaman la atención del lector o no coinciden con los gustos de la audiencia, la columna manifiesta un talón de Aquiles; pues

¹³ Unidad Municipal Inversionista de la Vivienda.

solo estos rasgos ayudan visualmente al reconocimiento o descubrimiento de *Cartas de los lectores*; de ello depende también la selección o rechazo del texto.

Los perceptores entrevistados, aunque no son profesionales de la imagen o del diseño gráfico, avalan sus argumentos a partir de la comparación con otros medios de prensa que leen regularmente.

Los criterios se dividen en dos: están las personas conformes con el diseño de la columna; dicho aspecto para ellas no es lo más importante, incluso, ni se fijan en este. Consideran, además, que la tipografía empleada (tipo o tamaño de letra) o la calidad de la impresión de la columna no significan un impedimento para realizar una lectura satisfactoria.

“Yo tengo un amigo de Placetas que me trae todos los lunes el periódico *Vanguardia*, de Villa Clara. Y para mí, el *Escambray* le gana por mucho a ese otro (...) Me gusta el diseño, la colocación de *Cartas de los lectores*. Como es lógico no puede aparecer en la primera página, pero aparece en la contraportada donde ocupa un lugar preponderante” (Jubilado, Grupo Focal).

Sin embargo, existen otros lectores más exigentes en este sentido, que no concuerdan totalmente con estos criterios: “¿Estéticamente, dices? No me llama la atención (*Cartas de los lectores*). Como lectora me gustaría que el diseño de la columna fuera más novedoso, ahora mismo me da la impresión de que está longevo. Le hace falta juventud, ser más creativo. Y no hablo sólo de la sección, *Escambray* necesita una mejor imagen, sin perder la calidad de sus trabajos que generalmente son buenos. Hace falta que tome referencia de otros periódicos” (Doctora, comunicación personal, 16 de marzo de 2011).

“Por algo el periódico *Juventud Rebelde* mantiene La Tecla del Duende en la parte izquierda de la página de opinión. Me gustaría que también *Cartas de los lectores* estuviera en la parte izquierda de la página dos de *Escambray*. Invitaría más a la lectura, los ojos irían directamente a ella, obtendría más atención. Donde está ahora da la sensación de estar escurridiza” (Estudiante universitaria, comunicación personal, 14 de marzo de 2011).

“Es bueno el cambio porque uno enseguida lo nota. Muchas veces cuando se sigue una rutina se cae en lo monótono. El lector que empieza cuando la ve y no le resulta interesante, cuando nuevamente ‘coge’ el periódico y ve la sección con la misma forma,

se cuestiona: Si en aquella ocasión no me gustó, ¿por qué me irá a gustar ahora?” (Médico, comunicación personal, 12 de marzo de 2011).

También existe una opinión ambivalente en cuanto al espacio de la columna: algunos destinatarios confiesan leer la sección completamente porque tiene un espacio adecuado, ni extenso ni breve (como tendencia se escriben 45 líneas).

“Lo que más me gusta es que va a lo concreto. Generalmente dice la queja de la persona que escribió al periódico, la periodista emite su criterio y da la respuesta de la entidad responsable del asunto. La periodista busca el enfoque adecuado, no es superficial, es directa, sin sentimentalismos. ¿Cómo decirte? Es objetiva en sus planteamientos” (Jubilado, Grupo Focal).

Pero surgen criterios adversos que manifiestan: “Yo la pidiera de casi una página completa. Remóntate a *Juventud Rebelde*, a *Granma*, a *Trabajadores*, donde la sección de opinión de la población cuenta con mayor espacio. Las quejas son muchas y me parece que como sale solamente una vez por semana pudiera dar varias respuestas a la vez” (Vendedora de periódicos, comunicación personal, 26 de marzo de 2011).

“Si, hay que reducir, indiscutiblemente tú no puedes poner todo lo que dice la gente. Pero así como está son muchos los elementos que quedan eludidos” (Chofer de taxis, comunicación personal, 28 de marzo de 2011).

“¿Qué no me digan que es por falta de espacio?! En ocasiones los comentarios que salen al lado de *Cartas de los lectores* son muy largos. Es cierto que hay temas que lo merecen, pero hay otros que no, que en lugar de ir directo al grano, dicen lo mismo en todos los párrafos. Bien pudieran reducirle el tamaño o sacar solamente uno por semana, y entonces extender el espacio de la población” (Trabajadora del Archivo de Sancti Spíritus, comunicación personal, 29 de marzo de 2011).

El total de los rasgos de esta columna que la audiencia reconoce o descubre no se conciben como puntos aislados, sino como elementos de un todo que el individuo es capaz de categorizar o significar a través de la palabra. De ahí el carácter integral, holístico y racional de la percepción del sujeto espirituano.

Precisamente esta última característica, la racionalidad del fenómeno perceptual, no permite separar el **reconocimiento** de la sección *Cartas de los lectores* del resto de los procesos que integran el acto perceptivo de los destinatarios; estos son: la **atención**,

comprensión, valoración de lo percibido y recordación. Conversar con los receptores permite vislumbrar cómo las fases de la percepción ocurren prácticamente al mismo tiempo para devenir proceso activo de la cognición humana.

La evocación de un título o determinada temática tratada en la columna, durante el periodo estudiado, va acompañada de la interpretación y las inferencias creadas por el público, siempre en dependencia de la atención que prestó el individuo durante la lectura, la cual viene motivada por los intereses y necesidades de cada lector, así como por su estado emocional.

La atención del individuo depende también del objetivo final de su actividad. Durante la segunda lectura a las columnas que más habían atraído al público durante el periodo de enero a marzo de 2011, los receptores seleccionados para las entrevistas y el grupo focal conocían que eran observados y, que posterior a su lectura, debían emitir opiniones al respecto, por tanto, su concentración resultó ser más latente.

Luego de una nueva mirada a los materiales, se consolidaron opiniones respecto a estos e, igualmente, surgieron juicios más enriquecidos sobre las columnas publicadas. Según la perspectiva del público, las temáticas tratadas en la sección *Cartas de los lectores*, en el periodo señalado, resultaron más interesantes que poco interesantes, más novedosas que reiterativas y más profundas que superficiales.

El lenguaje utilizado en el discurso de *Cartas de los lectores* resultó ser asequible para el total de los encuestados, no existen vocablos ni significados (códigos) extraños para el lector, que además presenta un gran dominio de los temas allí reflejados; lo cual permitió la comprensión de las secciones publicadas durante el primer trimestre de 2011. De ahí que la **valoración de lo percibido** resultó ser más o menos semejante al mensaje del discurso periodístico emitido originalmente.

Esta vez los textos referidos al asunto de la vivienda, a pesar de constituir la temática preferida por la audiencia, no resultaron relevantes para los lectores espirituanos. El contenido de “Sed en la Loma”, “Camilitos sin agua”, “Aguas claras, aguas turbias”, “En la calle Tamarindo”, publicados los días 8, 22 y 29 de enero, respectivamente, generaron mayor polémica en los entrevistados y durante el grupo focal.

“El agua es otro de los problemas de los que más se queja la gente, y con razón. Es verdad que no llueve, que hay tremenda sequía; pero en la provincia está el embalse de

agua más grande de Cuba, es ilógico que no alcance” (Trabajador por cuenta propia, comunicación personal, 10 de marzo de 2011). “Parece mentira que hace años Sancti Spíritus era la provincia más limpia de Cuba. Pero hoy tú caminas por la calle y tienes que usar botes de remo porque si no te mojas los pies” (Estudiante universitaria, comunicación personal, 14 de marzo de 2011).

“Pero hay casos y casos. Eso de tener un círculo infantil sin agua por descuido, por como dice ahí (se refiere al texto ‘Camilitos sin agua’), por no darle la prioridad que requiere, eso está injustificado” (Ingeniero industrial, Grupo Focal).

“La gente también es de madre. Si en unos lugares falta en otros se derrocha el agua. Y es que se rompe la calle, la persona resuelve su problema con la tubería, pero daña al de al lado. Y eso son todos los baches y salideros que tenemos en la ciudad. Luego la culpa de la gente tiene Acueducto que pagarla” (Cantante, comunicación personal, 31 de marzo de 2011).

Con este último punto de vista discrepa la siguiente opinión: “La culpa también la tienen las mismas empresas. Cuando ETECSA hizo las instalaciones de los cables telefónicos en el Reparto Escribano, fue mucha la calle que se rompió, y todavía el hueco está ahí sin asfaltar. Lo llenaron de un polvo que se expande por todas las casas de por allí. No dudes tú que fuera por eso que se abrió el salidero en la calle Tamarindo. Pero eso no se publica en la sección (...) ¿Qué esperan ETECSA o Acueducto y Alcantarillado para terminar el trabajo?” (Recepcionista, comunicación personal, 17 de marzo de 2011).

“Lo que pasa es que todas las labores que tienen que ver con la construcción se quedan a la mitad. Es verdad también que en el país hay falta de materiales, no es mentira la crisis mundial ni el bloqueo de Estados Unidos a Cuba. Aunque si lo van a dejar a medias pues es mejor que no empiecen el trabajo” (Técnico de nivel medio en Construcción, comunicación personal, 13 de marzo de 2011).

“Por otro lado yo respeto muchísimo a los responsables del abasto de agua en la provincia, como son Acueducto y Alcantarillado. ¿Cómo se llama el otro? Recursos Hidráulicos. Porque siempre responden, o sea, que están asumiendo su responsabilidad. Pero hay otras entidades que se esconden o que les echan la culpa a otras empresas, a otro director. Existen dirigentes que no les gusta que sus errores salgan a la luz pública. Esa es la impresión que causan. No saben que el pueblo siempre se da cuenta de eso. La gente

no escribe ahí por gusto” (Automático de la Empresa CIMEX, comunicación personal, 1ro de marzo de 2011).

Numerosos entrevistados y también en el grupo focal al tocar el tema de salud mostraron inconformidad con su tratamiento: “No todo puede ser malo. Realmente no me molesta que den un espacio para que las personas expresen su agradecimiento por la forma en que son tratadas en los hospitales y policlínicos de la provincia. Pero en tres meses fueron muchas las notas de este tipo, lo cual limitó el espacio para cosas más importantes. El periódico, en otras secciones, aborda bastante los logros que se han obtenido en la Medicina cubana. ¿Qué sentido tiene que *Cartas de los lectores* toque también ese tema?” (Vendedora de periódicos, comunicación personal, 26 de marzo de 2011).

“No creo que todo sea tan bonito como lo pintan allí en la sección. Fíjate que me asombro de que existan familiares satisfechos con la atención de los médicos. Salen casos de buenos servicios en el Hospital Camilo Cienfuegos, pero cuando usted llega allí se da cuenta que la realidad es otra” (Ama de casa, Grupo Focal).

“Hoy en día si tú no tienes palanca es difícil estar en un hospital, porque para localizar una jeringuilla hay que mover cielo y tierra. Y no solo eso, ¿ustedes no han visto la suciedad en las salas; los malos tratos de las enfermeras, que si no se quedan dormidas en medio de la madrugada, te forman una fiesta en medio del pasillo como si esto fuera una feria; y que para localizar a un paciente tienes que subir y bajar escaleras hasta que alguien se apiade de ti?” (Trabajador por cuenta propia, comunicación personal, 10 de marzo de 2011).

Otros temas como el de la Seguridad Social despertaron la sensibilidad de los entrevistados. El texto más mencionado por el público lector fue “Kerosén escamoteado”, publicado el 5 de febrero. A este caso se le dio seguimiento con dos columnas más, bajo el nombre de “Kerosén distribuido, pero no entregado”, del 26 de febrero y “Comercio responde”, del 12 de marzo.

“La sección del ‘Kerosén escamoteado’ mostró el buenísimo trabajo profesional de la periodista. Trató sobre la falta del abasto del combustible a una niña discapacitada y se siguió el problema hasta llegar a la verdad. Fueron con CUPEP, de CUPEP a Comercio, de Comercio a la bodega. Y finalmente se aplicó una medida al responsable” (Contador de CADECA, comunicación personal, 1ro de abril de 2011).

“Este caso dejó en evidencia la ilegalidad y el poco control de estas empresas que tienen que ver con el consumo del producto dentro de la población. Me llamó la atención porque yo tengo una sobrina con ese problema y muchas veces ha estado en las mismas circunstancias” (Licenciada en Turismo, comunicación personal, 31 de marzo de 2011).

También fueron evocados con precisión los títulos “Dieta violada” y “Peor el remedio”, correspondientes a las ediciones del 5 y 19 de marzo, respectivamente. Sin embargo, diferente al caso anterior, al cierre de ese mes aún no se proporcionaba respuesta institucional a las personas remitentes de sendas quejas.

“Recuerdo que trataron de dos niños, uno que sufre de la mala absorción de los alimentos y otro caso de Síndrome de Down. Esos niños necesitan de una alimentación adecuada, pero a veces los productos o no llegan a tiempo a la tienda o llegan en mal estado. Es inhumano que los funcionarios que tienen que ver con un caso tan elemental como la salud de los niños no hayan sido capaces de resolver esa situación antes de que llegara al periódico. ¿Dónde está la sensibilidad ante esas madres tan angustiadas?” (Técnica de nivel medio en Bibliotecología, Grupo Focal).

A otros lectores les motiva mucho que aparezcan temas novedosos. Esta lectora alude a “Con patente o sin ella”, publicada el sábado 13 de marzo: “Cuando se planteó una duda sobre el cuentapropismo me interesó, porque en primer lugar es un tema que no se aborda mucho y ahí vemos cómo la periodista dio una respuesta clara y precisa” (Trabajadora de la Fábrica de Tabacos, comunicación personal, 28 de marzo de 2011).

“Es importante que el periódico explique bien todo lo que ocurre hoy en nuestra sociedad (...) Se están haciendo cambios dentro del ámbito social que sorprenden a la población, y la población debido a que no hay suficiente orientación o información está haciendo cierto rechazo a estos cambios. No ocurriera así si la población entendiera” (Jubilado, Grupo Focal).

“Me gusta cuando hablan de Comercio y Gastronomía porque casi siempre denuncian a los funcionarios que no inspeccionan regularmente la labor de sus subordinados y por ello tienden a olvidarse de las quejas de sus clientes. Claro, como no es su problema” (Trabajadora del CITMA, Grupo Focal).

De manera general, las temáticas que no atraen a unos destinatarios, llaman la atención a otros. Aunque existen receptores, a los que les inquieta la reiteración de los tópicos:

“¿Por qué? Mira, cuando el lector escribe al periódico, escribe sobre su problema particular. Pero casi siempre, por no decir que siempre, ese problema particular resulta ser una cuestión general. De lo que más se habla, al punto de cansar, en *Cartas de los lectores*, es acerca de la vivienda, del agua, de comercio y gastronomía. Entonces, si en una ocasión tienen la capacidad de resolver el problema, ¿por qué no erradicarlo de una vez y por todas?” (Integrante del Servicio de Seguridad y Protección, comunicación personal, 2 de abril de 2011).

“No me atraen los temas que se reiteran constantemente sin generar una respuesta institucional. Mira que se dicen y se dicen; pero no se hace nada. La respuesta de los organismos no convence porque unos se culpan a otros. Eso es una falta de respeto, de consideración a las personas que escriben al periódico” (Recepcionista, comunicación personal, 17 de marzo de 2011).

“Cuando tú llegas al periódico es que tú transitaste mucho camino y el que te queda es ese. Y cuando el director, la institución o el funcionario no son capaces de dar una respuesta, y la periodista no es capaz de llegar a ella, ¿qué credibilidad tienes? Ninguna” (Profesora del Pedagógico, Grupo Focal).

“Por eso es que oyes por la calle: Vas a la revancha; pues si sacan los artículos y los culpables no dan la cara, la gente vuelve a escribir. Entonces se ven obligados a dar una segunda y hasta una tercera respuesta” (Ama de casa, Grupo Focal).

En entrevista realizada a la periodista a cargo de la sección, Delia Proenza Barzaga, ella indica que la mayoría de las quejas o planteamientos de la población, una vez llegados al semanario, son inmediatamente tramitados con los respectivos organismos responsables de emitir una respuesta a los destinatarios. Este constituye el primer paso lógico del tratamiento de *Cartas de los lectores*.

Sin embargo, de las 12 columnas publicadas en el primer trimestre de 2011, incluidos subtítulos de casos diferentes, solo la mitad de las inquietudes incluía en su contenido la contestación de los organismos cuestionados. Ello demuestra que son las direcciones de las entidades e instituciones, con su carga de insensibilidad y burocratismo, las que entorpecen la labor periodística, cuyo desempeño a la postre es puesto en tela de juicio por los lectores.

Mientras tanto, dentro del público receptor espirituario se genera la desmotivación, pues conocer la respuesta o solución -a veces no definitiva- de un determinado caso puede demorar más de tres meses.

Por otra parte, durante la pesquisa realizada, los jóvenes coincidieron en la poca atención por parte de la columna a tratar asuntos que los identifique: “Eso es porque los jóvenes no escriben al periódico, y esta sección atiende precisamente los planteamientos de la población. ¿Cómo pueden saber los problemas de los jóvenes si estos no se comunican?” (Estudiante universitario, comunicación personal, 3 de marzo de 2011).

“Yo lo que veo mal es que a veces las personas mayores la cogen con nosotros (los jóvenes). Cuando hablan de malas conductas en la sociedad, ¿quiénes son los culpables? Nosotros. Y yo he visto a personas mayores que no le ceden el asiento de la guagua a las viejitas...” (Trabajadora de la Fábrica de Tabacos, comunicación personal, 28 de marzo de 2011).

Otros lectores lamentan la ausencia de asuntos que igualmente afectan la vida de los espirituanos: “Hace rato que no sale nada sobre el transporte. Es extraño porque en Sancti Spiritus puede ser que haya mejorado en cierta medida el transporte urbano; pero el intermunicipal sigue en crisis... ¿Que por qué no escribo? Porque he perdido confianza en la prensa” (Automático de la Empresa CIMEX, comunicación personal, 12 de marzo de 2011).

“Ojalá no hubiera necesidad de un espacio como *Cartas de los lectores* en el periódico de una provincia. Pero, desgraciadamente, para nadie es un secreto que la administración muchas veces no cumple con sus obligaciones. Entonces el periódico viene siendo como el paño de lágrimas de la gente, la última esperanza” (Vendedora de periódicos, comunicación personal, 26 de marzo de 2011).

Grosso modo, el lector espirituario pudo recordar inmediatamente qué temáticas han sido incluidas en las columnas durante el periodo estudiado, aunque llevó esfuerzo citar con exactitud el contenido de los trabajos periodísticos. De ahí que para visualizar las valoraciones de lo percibido por la audiencia en ocasiones hizo falta una segunda lectura de las secciones publicadas.

Sin embargo, no supone dificultad alguna reproducir estos textos a partir de ideas generales, basadas en el significado que el receptor aprehendió de lo leído. Este nuevo

sentido otorgado a los textos de la sección resurge aderezado con criterios e inferencias elaboradas por el destinatario luego de la lectura.

Apenas algunos títulos y temas generales quedan retenidos en la memoria del público lector; mientras que los detalles del contenido permanecen en un segundo plano, en la sombra del olvido. Casi siempre las personas tienden a recordar la columna recientemente publicada, otros materiales se reconstruyen mejor porque son cuestiones que se repiten con frecuencia o porque fueron casos a los que se le dio un seguimiento en dos o tres columnas.

En ocasiones la evocación del recuerdo no es el más adecuado. Si bien las secciones llamaron la atención del público lector de la muestra seleccionada, algunas temáticas se recuerdan porque están influenciadas por determinadas necesidades, intereses, motivaciones, experiencias y conocimientos adquiridos, o sea, por la memoria histórica y personal de los destinatarios.

Usos y gratificaciones de Cartas de los lectores

El consumo de *Cartas de los lectores* en el núcleo familiar, centros de trabajo, bibliotecas y otros lugares promueve los debates de los textos publicados. Aunque realice la lectura de manera independiente, cada lector encuentra oportunidad para compartir los criterios formados, con familiares, grupo de amigos, vecinos y el colectivo de trabajo.

“Intercambio mi criterio sobre *Cartas de los lectores* con mi esposo, que es abogado, y también lee esa sección. No siempre me identifico con las situaciones que allí se plantean. Pero, por ejemplo, vivo en un edificio, en una ocasión tuvimos que poner tanques por los salideros de agua que había. Esta ha sido una de las temáticas tratadas por la periodista: el problema de los salideros en las calles. Hoy yo tengo resuelto el problema; sin embargo, hay otros que no” (Trabajadora del Archivo de Sancti Spíritus, comunicación personal, 29 de marzo de 2011).

“De lo que se publica en *Escambray*, generalmente lo que más llevo al intercambio es la sección de correspondencia, porque la problemática puede verse en mí o en algún vecino; aunque no hayan sido ellos los que hayan escrito a la Dirección del medio. Cuando el periodista da el tratamiento a determinada situación orienta al implicado hacia una institución. Busca resolver el problema en manos o no de un dirigente u organismo de la

provincia. Entonces, yo digo: ‘Mira, Fulana, tu misma situación la tiene Mengano y le indicaron hacer esto; puedes hacerlo tú también. Muchos de los problemas que tiene la gente no lo solucionan por no saber cómo, y *Cartas de los lectores* existe para eso. Incluso he incitado a personas que sé tienen determinada dificultad con la vivienda, con el agua, a que escriban al periódico’ (Especialista de EcuRed, comunicación personal, 15 de marzo de 2011).

Otra lectora refiere: “Lo comparto con todos los que están en mi radio de acción, sobre todo para obtener otros criterios porque muchas veces no coincido con la solución que sale en la columna. Además, uno no debe quedarse solamente con la visión del periodista” (Licenciada en Turismo, comunicación personal, 31 de marzo de 2011).

La construcción de sentido a partir del discurso de *Cartas de los lectores*, así como el intercambio de juicios valorativos brinda a las personas nuevas y mejores experiencias, que les permite sentirse mejor consigo mismos. Al creerse informados, los lectores transmiten credibilidad en su opinión, lo cual los convierte en una fuente confiable y le confiere cierto estatus ante la sociedad que le rodea.

En otro orden, el Periodismo no debe conformarse con informar a la población; sino que tiene el deber de influenciar en la sociedad a través de lo escrito. En tal sentido, el consumo de *Cartas de los lectores* suscita a la postre determinadas actitudes en la vida cotidiana de sus destinatarios.

“A veces ella se refiere a indisciplinas que cometemos los de la ciudad, digamos, el ruido de los radios. Por medio de la lectura uno se autoanaliza, y piensa que tiene vecinos a los que debe respetar” (Jubilado, Grupo Focal).

“Pasa lo mismo con el derroche del agua, con el consumo de la electricidad, que a veces uno no se sensibiliza. Nos damos cuenta cómo uno incurre también en malas conductas. A partir de esa sección una reflexiona y mejora su postura” (Ama de casa, Grupo Focal).

“Hace poco la sección trató sobre el deterioro de un gimnasio de Cabaiguán. Como ese, existen muchos casos donde la población daña la propiedad pública; hablo de las guaguas, los parques, las paredes de las instituciones, los teléfonos públicos. La gente ya ni se inmuta cuando estas cosas pasan a su alrededor. Y la prensa ha sido crítica en ese sentido” (Estudiante universitaria, comunicación personal, 14 de marzo de 2011).

“Esta columna desempeña un importantísimo papel en la educación al pueblo. Con ella la gente conoce sus derechos, y da las herramientas para defenderse ante los cuerpos administrativos; pero también conoce sus deberes como parte de una sociedad, reconoce que tiene vecinos, que tiene amigos, que tiene familia. Si hoy no te falta el agua, puede que mañana sí. Entonces hay que ahorrarla” (Trabajador por cuenta propia, comunicación personal, 10 de marzo de 2011).

Sin embargo, a pesar de que la sección cuenta con un público fiel que busca su lectura cada fin de semana, la mayoría de los encuestados refiere que ha contribuido a solucionar los problemas del municipio solo en cierta medida o que absolutamente en nada ayuda al funcionamiento justo de la sociedad. También durante las entrevistas y el grupo de discusión, la investigadora percibió el descreimiento de las masas en la fortaleza de este espacio.

“A veces solo quedan palabras. Los problemas y sus soluciones están por encima de lo que como sección puede lograr *Cartas de los lectores*. Da la casualidad que las soluciones nunca están en manos de quienes son criticados. Los funcionarios se quitan responsabilidades de encima; cuando no, existe morosidad en la respuesta gubernamental y eso desalienta a los lectores” (Ingeniero industrial, Grupo Focal).

No obstante, el número de escépticos no supera por mucho a los que sí creen en la contribución de esta sección al perfeccionamiento de la sociedad espiritana. Esta lectora argumenta: “Si tú denuncias el problema de forma pública, obligas a los dirigentes a actuar y tomar medidas. Más ahora que sacaron los Lineamientos (del Partido y de la Revolución), y Raúl dice que se puede decir todo, que el pueblo tiene que hablar y hacer sentir su voz en la prensa” (Ama de casa, Grupo Focal).

“¿Y qué importa que se demoren si al final dan solución a la cuestión? La sección sí ayuda a solucionar los problemas de las personas. Ahí se visualizan las dificultades por las que pasa la gente, lo cual ayuda a tomar conciencia de lo que ocurre en la ciudad. Orienta al pueblo, la gente aprende a dónde poder dirigirse” (Trabajadora del CITMA, Grupo Focal).

“La sección pone al descubierto la falta de control, la falta de seriedad y la negligencia que nos golpean y que debemos erradicar. Por eso pasó lo que pasó en el Gobierno Provincial de Sancti Spíritus, que ‘botaron’ a una pila de gente por corrupción, por lucrar

con lo que le pertenece al pueblo y al Estado. Este espacio compromete a los jefes, les dice que tienen que darle al pueblo la atención necesaria” (Profesor de la Universidad de Sancti Spíritus, comunicación personal, 4 de marzo de 2011).

“Es un espacio para que la provincia pueda denunciar las deficiencias, pero siempre y cuando el pueblo y sus dirigentes lo lean; porque el periodista da una respuesta, él solo no tiene los recursos en sus manos para cambiar el mundo” (Doctora, comunicación personal, 16 de marzo de 2011).

Vale destacar que la mayoría de los encuestados le atribuyen un elevado nivel de utilidad a *Cartas de los lectores*. En contraste con ello, otros opinan que solo tiene un grado medio de beneficio para la población espirituana; y los menos consideran que presenta un bajo o ningún nivel de relevancia.

“Sí tiene importancia porque, primero, se ve la preocupación de la periodista que emplea el periódico como su arma de apoyo para enfrentar un problema que afecta a un ciudadano, a un ser humano. Segundo, este problema generalmente no involucra a una persona; sino a varias personas. Por tanto, el espacio constituye el mecanismo idóneo de instrucción, de información, de educación” (Trabajador del INDER, Grupo Focal).

“Lo bueno de *Cartas de los lectores* es que mantiene una comunicación directa con el pueblo. Allí no hay suposiciones, no hay especulaciones. Es la realidad pintada con el mismo color. Al contrario de otras secciones que obvian la realidad y van por otro camino. Por eso hay confianza en el espacio, los lectores se sienten representados” (Jubilado, Grupo Focal).

“La sección sensibiliza al hombre que cree en el Periodismo, que cree en la periodista que escribe. Es creíble porque plasma tu problema. Igualmente, sensibiliza al lector a preocuparse por la sección de hoy, de qué va a tratar, sobre qué hablará la semana entrante. Promueve el interés de todos hacia ella” (Contador de CADECA, comunicación personal, 1ro de abril de 2011).

Otros destinatarios no dejan de subrayar las debilidades de esta sección: “Generalmente solo informa. A veces el periódico es el último en enterarse de lo que le pasa y opina la población. Y otras veces no comunica lo que de verdad piensa la gente o piensa el periodista. La prensa que necesitamos es una prensa lo más explícita posible. Debe esclarecer las dudas en lugar de crearlas” (Ama de casa, Grupo Focal).

“*Cartas de los lectores* es una herramienta para plantear problemas; pero si no se le da prioridad, atención y respuesta por parte de las entidades y organismos, pierde credibilidad. El periodista debe saber que este es el último recurso que encuentra el sujeto para ser atendido y dar solución al problema; pero no una solución a medias porque entonces no tendría sentido ninguno” (Técnica de nivel medio en Bibliotecología, Grupo Focal).

“Es importante que se mantenga la sección; sobre todo cuando se tenga en cuenta el seguimiento a las temáticas, porque así la persona puede ver que se le dio curso a su situación. Muchas veces los lectores quedamos con la incertidumbre de: ¿para qué voy a leer, si en definitiva las cosas no se resuelven?” (Médico, comunicación personal, 11 de marzo de 2011).

El seguimiento que exigen el total de los entrevistados a los casos tratados en la columna *Cartas de los lectores* resulta imprescindible para alcanzar la mejor percepción de los asuntos allí planteados. El no contar con esta fortaleza desvirtúa la oportunidad de lograr la completa gratificación de las necesidades del sujeto receptor espiritual, elevar la experiencia y conocimientos de los individuos para entender la vida cotidiana y poder enfrentarse a ella; así como suscitar la motivación y el interés de los lectores por buscar la edición siguiente de la columna.

“Prefiero que presenten la problemática, lo que el lector ha podido hacer para solucionarlo, lo que ha hecho el periódico para canalizarlo, porque en ocasiones el periódico demanda y la institución le responde al periódico y no al lector. Para que se vea la utilidad de la sección tienen que darle seguimiento al asunto. Esto es como un *Tocando el fondo*¹⁴ chiquito” (Especialista de EcuRed, comunicación personal, 15 de marzo de 2011).

“Además, así se busca dinamismo en este espacio, lo cual constituye un incentivo para uno como lector. Existe el problema, existe el organismo; pero me llama la atención que queda allí, a veces no sabemos qué pasó con la persona, si pudo resolver o no su situación. Uno busca el periódico del otro sábado para enterarse (...) Esto es como la

¹⁴ Programa radial que también atiende las quejas y planteamientos sociales de la población espiritual. Se transmite en vivo y casi siempre tiene como invitado a un funcionario de algún organismo de la provincia, en dependencia del tema a tratar.

novela donde la gente quiere ver el final” (Estudiante universitaria, comunicación personal, 26 de marzo de 2011).

El público espirituario mayor de 18 años, en su mayoría resulta crítico y activo ante los planteamientos de *Cartas de los lectores*, es capaz de discernir y dar sentido según sus competencias interpretativas. A partir de su exposición a la columna y comparando con percepciones anteriores sobre estos textos y otros géneros publicados en la prensa escrita, el lector ha seleccionado con qué criterio quedarse y, esté de acuerdo o no con el discurso publicado, ha captado la esencia del mensaje.

Los textos de la columna en ningún momento dan lugar a la mala interpretación y comprensión del sujeto perceptor, gracias a la “pluma legible” de la periodista que la escribe y porque refleja el contexto que concibe el espirituario como suyo. No obstante, durante las conversaciones, el público no pudo deshacerse de los prejuicios sobre este espacio, que determinan las agudas valoraciones que manifiestan en la actualidad, más que el mero recuerdo concreto de la columna publicada en los primeros tres meses de 2011.

El lector ha sido capaz de narrar, describir y argumentar los contenidos de las columnas publicadas durante el primer trimestre de 2011. De ahí que el público espirituario a partir de su percepción alcance un reflejo subjetivo parcial, pero al mismo tiempo adecuado del discurso publicado en este espacio. Como también ha incorporado lo apprehendido a su vida cotidiana, a través de nuevas concepciones y actitudes que tributan a un comportamiento social positivo.

Durante el periodo estudiado *Cartas de los lectores* corresponde en buena medida con los intereses, motivaciones y necesidades del público espirituario; el sujeto perceptor ansía la lectura de este espacio y se siente a gusto con su consumo, los textos informan sobre los temas sociales que prefiere el lector.

No más de 25 personas señalaron que solo esporádicamente coinciden los temas de la columna con sus gustos. La mayoría de los encuestados (72 personas) dicen que los asuntos tratados corresponden con sus preferencias frecuentemente, mientras que 11 sujetos afirmaron que siempre han correspondido con su agrado.

La gratificación que experimentan los espirituarios con las materias tratadas en este espacio resulta lógica, teniendo en cuenta que son los mismos receptores quienes

proponen los temas en sus cartas; independientemente de que después el Consejo Editorial del semanario priorice algunos asuntos según la urgencia del problema, su repercusión social y cuán reiterativo haya sido su tratamiento, o para dar continuidad a los casos reflejados anteriormente.

Ahora bien, dentro de tantas cuestiones sociales, la audiencia espirituana prefiere ciertos tópicos por encima de otros; sobre todo por el grado de identificación que alcanzan al leer el contenido de su discurso. En ese orden descendente aparece primero el asunto de la vivienda, luego el de la educación, la salud, la seguridad social, el medio ambiente, el abasto de agua, los servicios de redes telefónicas y, por último, las temáticas referidas a la Revolución Energética.

Existen otros temas, menos reflejados por la sección; pero que, igualmente, el público señala como importantes; estos son: los salarios, el transporte y otros servicios a la población como es el de correos.

Todo ello contribuye a la seguridad, estabilidad emotiva, credibilidad y estatus del individuo, que le permite a su vez, en algunos momentos, relacionarse con otras personas y en otros, evadirse de la realidad.

Pero esta percepción puede variar de un momento a otro, precisamente por no constituir un acto pasivo ni contemplativo, sino un fenómeno que refleja las cualidades reales de la columna *Cartas de los lectores* y que depende de las circunstancias en las que el sujeto realiza la lectura: del contexto de la vida personal de la audiencia, así como de su estado emocional.

Los entrevistados pueden concebir indistintamente criterios a favor o en contra de lo que se publica en *Cartas de los lectores*, pero generalmente muestran aceptación y asimilación respecto a las ideas allí expresadas. Sin embargo, no se conforman del todo con la concepción actual de la columna y realizan críticas constructivas con el deseo de sumar nuevos receptores a dicha sección:

“Yo le sugiriera a la periodista que escribe esa columna que se lea cinco ejemplares de *Juventud Rebelde*, donde sale Acuse de Recibo, semejante a nuestra *Cartas de los lectores*. Pero que si todavía no entiende cómo se trabaja una sección de correspondencia que llame a Pepe Alejandro, ese hombre sí es un látigo con las instituciones (...) Lucha

con métodos inteligentes como la ironía” (Especialista de EcuRed, comunicación personal, 15 de marzo de 2011).

“Quizás podrían variar los periodistas que escriban en la sección, así la responsabilidad se reparte. Sea como sea hablar las cosas como son, sin ocultar nada. La sociedad gusta de ver reflejados sus problemas en la prensa de forma enérgica y criticando los errores que cometemos. La gente debe tener respuestas sólidas a sus problemas y este espacio no hace más que un resumen de la situación, trata la mayoría de los problemas con suavidad. La sección debe mostrarse combatiente y aún está débil en ese sentido” (Estudiante universitaria, comunicación personal, 2 de marzo de 2011).

“También es importante que el organismo responda con eficiencia, que en vez de dar justificaciones brinde una solución concreta y material. Es como único el lector se siente satisfecho. Porque de esa forma sabemos que lo planteado llegó a donde tiene que llegar, que hubo entidades o personas receptivas a los planteamientos” (Jubilado, Grupo Focal).

“Tratar asuntos tan peliagudos de nuestra sociedad necesita transparencia y veracidad, consultar a las fuentes que hagan falta consultar, reforzarse también a través de la radio y la televisión espirituana, para lograr hacerle un cerco a la desvergüenza de los jefes” (Doctora, comunicación personal, 16 de marzo de 2011).

“El periodista desempeña un importantísimo papel a la hora de comprender más a las personas y menos a las instituciones. Tengo esperanza de que *Cartas de los lectores* sea productiva y sirva para impulsar el cambio que todos esperamos de esta provincia, ocupar el lugar que teníamos años atrás y que todo visitante y ciudadano reconocía” (Ingeniero industrial, Grupo Focal).

Conclusiones

A partir del análisis de los resultados obtenidos durante el estudio, la investigadora llega a las siguientes conclusiones:

- Durante los meses de enero, febrero y marzo de 2011, del total del público espirituario encuestado (muestra de personas mayores de 18 años), el 73% consumió el periódico *Escambray*. De los sujetos que refirieron consumir el semanario espirituario, el 89 % alegó dar lectura a los textos de *Cartas de los lectores* y sólo un 11% confesó no leer esta sección.
- Entre las principales razones que explican la actitud de no leer la columna figuran: el desconocimiento de la existencia de la sección, la no motivación luego de su primera lectura, el poco interés de secciones de este tipo; así como el no estar de acuerdo con su tratamiento periodístico.
- Más que las características sociodemográficas de la audiencia, son los rasgos subjetivos del público lector espirituario los que determinan e influyen más en la selección de la columna. Estos son: los intereses y motivaciones, las experiencias y conocimientos adquiridos, las necesidades, así como el contexto situacional en el que existe el individuo.
- En cuanto al primero de los procesos por el que pasa la percepción de los destinatarios espirituarios: la disposición preparatoria, existe una tendencia a consumir la columna en diferentes lugares y momentos del día de acuerdo con los gustos y preferencias de cada individuo. El lugar idóneo para el público lector tiende a ser el hogar. Sin embargo, otros deciden leerla en el centro de trabajo, en las bibliotecas públicas, entre otros espacios donde pueden tener acceso al periódico. Los perceptores refieren buscar el momento de tranquilidad y concentración amén de una lectura gratificante.
- Una vez presentadas las condiciones para efectuar la lectura existen una serie de factores que motivan el descubrimiento o reconocimiento de la columna *Cartas de los lectores*. Entre estos factores se encuentra las temáticas que trata, la necesidad de información del receptor, el hábito de lectura, el título que proponen los trabajos periodísticos, la confianza y las experiencias que reporta lo publicado, las soluciones que

afloran al final del texto, para entender la vida cotidiana, para adquirir conocimientos que permitan relacionarse con familiares, amigos y vecinos, por entretenimiento, por la periodista que escribe, así como por la ubicación en página y el diseño de la sección.

- Un lenguaje asequible para el total de los lectores promovió la comprensión de los textos publicados en la columna y suscitó la valoración de lo percibido más o menos semejante al mensaje publicado originalmente. Para los destinatarios el tratamiento de las temáticas ha resultado más interesante que poco interesante, más novedoso que reiterativo y más profundo que superficial.
- A pesar de que los textos publicados en *Cartas de los lectores* son entendidos correctamente, pocos títulos quedan retenidos en la memoria de los receptores. No obstante, la esencia de los mensajes se capta y es reproducida a partir de ideas muy generales, descripciones y opiniones, que vienen acompañadas de las inferencias particulares de cada perceptor.
- El consumo individual de la columna suscita a la postre el intercambio interpersonal de criterios; y con lo aprehendido, las prácticas cotidianas del individuo suelen verse influenciadas hacia una postura positiva en su accionar social.
- De manera general, las temáticas sociales tratadas en la sección durante el periodo estudiado coincidieron con los intereses, motivaciones y necesidades del sujeto espirituario que percibe, así como con el contexto que este reconoce como suyo; y en su comportamiento crítico y activo ante el mensaje publicado, cada receptor ha concebido una percepción íntegra.
- Los asuntos que no llaman la atención a determinados destinatarios, gustan a otros. Aunque la audiencia espirituario establece preferencias sobre ciertos temas; sobre todo por el grado de identificación que alcanzan al leer el contenido inmerso en su discurso. Por orden de prioridad aparece el asunto de la vivienda, luego el de la educación, la salud, la Seguridad Social, el medio ambiente, el abasto de agua, los servicios de redes telefónicas y por último, las temáticas referidas a la Revolución Energética.
- La mayoría de los lectores creen que la sección ha contribuido a solucionar las deficiencias de la provincia solo en cierta medida, puesto que muchas veces las quejas no son acompañadas de las respuestas de las instituciones responsables. Por tanto, una vez

publicado el planteamiento, la audiencia se cuestiona si recibe la atención y solución exigida. Queda la incertidumbre y por tanto, no se gratifican del todo las necesidades informativas del público perceptor.

- No obstante, la audiencia espirituana sí le confiere a *Carta de los lectores* un elevado nivel de utilidad, sobre todo porque constituye un mecanismo de retroalimentación entre el público y el medio que representa al Partido Comunista de Cuba en la provincia.

Recomendaciones

Con el objetivo de que este trabajo investigativo no quede a merced del olvido, se realizan las siguientes recomendaciones:

A los periodistas del periódico *Escambray*:

- Utilizar los resultados de la investigación y, a partir de las opiniones y sugerencias que conformó el público lector espirituano sobre los elementos formales y de contenido de la columna *Cartas de los lectores*, perfeccionar el tratamiento periodístico de esta sección.

A la Dirección Editorial del periódico *Escambray*

- En cuanto a la columna *Cartas de los lectores*, concebir su espacio en dependencia de la relevancia que supone el caso o temática a tratar, y renovar su diseño para que llame la atención de los destinatarios.
- Incitar estudios de recepción sobre el resto de las secciones que se publican semanalmente en *Escambray*, teniendo en cuenta los múltiples públicos que consumen sus publicaciones, en pos de actualizar las expectativas y necesidades que el sujeto receptor busca satisfacer con la lectura de este medio. Para ello se hace factible las técnicas de la encuesta y los grupos de discusión, en tanto modo de recolectar información en poco tiempo.

A la Dirección Provincial del Partido Comunista de Cuba (PCC)

- Incentivar la colaboración de las fuentes institucionales u organismos de la provincia con los periodistas de *Escambray*, amén de ofrecer respuesta lo más pronto posible a las inquietudes del público espirituano.

Bibliografía

Bibliografía citada

Alonso, M.M. (1999) *Teorías de la Recepción en la Comunicación de Masas*. La Habana. Editorial Pablo de la Torriente.

_____ (2001) *Teoría de la comunicación. Apuntes*. Editorial Pablo de la Torriente.

_____ (s.f.) *Teoría de la Comunicación. Una introducción a su estudio*.

Barbero, J.M. (2008) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Pablo de la Torriente.

Bello, Z. y Casales, J. (2004a) *Psicología General*. La Habana, Félix Varela.

_____ (2004b) *Psicología Social*, La Habana, Félix Varela.

Borrego, M.L. Economía: palabra de orden. *Periódico Escambray*, enero, p. 2.

Buendía, M. (1989) *Ejercicio Periodístico*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.

Colectivo de autores. *La percepción* [Internet] Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Percepci%C3%B3n> [Consultado el 4 de enero del 2011].

Colectivo de autores. *Los medios de Comunicación* [Internet] Disponible en: http://comunicaciones.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n [Consultado el 4 de enero del 2011].

Corominas, M. (2001) *Los estudios de recepción*. Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación.

Correjo, I. (2004) *La comunicación desde el actor intencional. Una mirada para estudiar la ciudad*.

Cruz, Y. (2008) *Propuesta para el diseño de un periódico digital en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas*. Tesis de Licenciatura, Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas.

Cuesta, A. (2006) *La enseñanza de la informática y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Educación Técnico y Profesional: una mirada desde dentro*. Tesis de Maestría, Universidad de La Habana.

- Díaz, M. y Martín, C. (2004) *Psicología Social y Vida Cotidiana. Comunicación, propaganda y publicidad*. La Habana, Félix Varela.
- Echevarría, M. Escambray con tres décadas de historia. *Periódico Escambray*, junio, p.3.
- Gargurevich, J. (s.f.) *Géneros periodísticos*. Editorial Pablo de la Torriente.
- Gessa, R. (1996) *Estudio de algunas de las principales mediaciones del entorno comunitario cubano actual*. Trabajo de Maestría: Universidad de La Habana, Facultad de Comunicación.
- González, S. (1997) *Periodismo de opinión y Discurso*. Editorial Trilles.
- Grandi, R. (1995) *Los estudios culturales: entre texto y contexto, culturas e identidad*. Barcelona.
- Guerrero, M. (2010) *Destellos de la memoria. Un acercamiento al proceso de constitución del público de telenovelas en Cuba según sus memorias de la recepción del género de producción nacional*. Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006) *Metodología de la investigación*. Cuarta Edición. México, Editorial McGraw- Hill.
- Leontiev, S. et al. (1961) *Psicología*. La Habana, Ediciones Pedagógicas.
- Manzano, M. (2009) *Introducción a la Percepción*. La Habana, Editorial Félix Varela.
- Martínez, J.L. (1991) *Curso General de Redacción Periodística: lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Quinta Edición. Madrid, Editorial Paraninfo.
- Martínez-Salanova, E. (1998) *Aprendizaje, percepción y comunicación* [Internet] Disponible en:
<http://64.233.167.104/search?q=cache:U3Y5HY4T4mUJ:www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0062percepcionaprendizaje.htm+percepci%C3%B3n+and+comunicaci%C3%B3n&hl=es&ct=clnk&cd=3&gl=cu&ie=UTF-8> [Consultado el 18 de noviembre de 2010].
- Matlin, M. y Foley, H. (1996) *La percepción* [Internet] Disponible en:
<http://www.monografias.com/trabajos7/sepe/sepe.shtml> [Consultado el 4 de enero del 2011].
- Medina, I. (2005) *Desde el otro lado. Aproximación a los estudios latinoamericanos sobre recepción*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.

- Meyer, J.A. (2005) *Cultura mediática y audiencias regionales: el consumo cultural en la ciudad de Puebla* [Internet] Disponible en: <http://exordio.qfb.umich.mx/archivos%2520PDF> [Consultado el día 18 de noviembre de 2010].
- Montano, A (2007) *Hacia una televisión pensada también desde sus públicos*. Tesis de Maestría, Universidad de La Habana.
- Moragas, M de. (1985) *Sociología de la Comunicación de Masas III. Propaganda política y opinión pública*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- Morales, G y Ávila, Y.G. (2007) *El Arriero: del discurso a los públicos*. Tesis de Licenciatura, Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas.
- Olivares, J.M. (2009) *Estudios de audiencia de Radio Rebelde en Las Tunas*. Tesis de Maestría: Universidad de La Habana.
- Orozco, G. (2002) El lugar del investigador ante los retos del análisis crítico de la audiencia. *Revista Análisi*, No 28, pp. 189-209.
- Parrat, S. (2008) *Géneros periodísticos en prensa*. Quito, Ediciones CIESPAL.
- Paz, L. y Calero, S. (2007) *Consumo, usos, mediaciones y opiniones de la oferta mediática del Canal Telepacífico en Cali*. [Internet] Disponible en: <http://bdigital.uao.edu.co/bitstream/10614/3> [Consultado el 18 de noviembre de 2010].
- Petrovski, A. (1973) *Psicología general: Manual para los Institutos Superiores de Pedagogía*. La Habana, Editorial Pueblo y Educación.
- _____ (1977) *Psicología General*. Ciudad de la Habana, Editorial Pueblo y Educación.
- _____ (1980) *Psicología General para los Institutos de Pedagogía*. Moscú, Editorial Progreso.
- Proyecto de Lineamientos de la Política Económica y Social* (2010)
- Puig, Y. y Martínez, L. (2010) En este proceso quien decide es el pueblo. *Periódico Granma*. [Internet] Año 14 No. 320 Disponible en <http://www.granma.cubaweb.cu> [Consultado el día 22 de abril de 2011].
- Renquema, J. (1999) *Introducción a los estudios sobre el discurso*. Barcelona, Editorial Gedisa.

- Rodríguez, C. La vivienda cambia de dueño. *Periódico Escambray*, enero, p. 3.
- _____ La electricidad arde menos a la economía. *Periódico Escambray*, enero, p. 3.
- Rodríguez, E. y Mesa, D. (2006) *La escuela en la pantalla. Estudio de recepción de las Teleclases en la Universidad de Ciencias Informáticas*. Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana.
- Rodríguez, G., Gil, J. y García, E. (2004) *Metodología de la investigación cualitativa*. La Habana, Editorial Félix Varela.
- Rosental, M. y Ludin, P. (1984) *Diccionario filosófico*. La Habana, Editorial Revolucionaria.
- Rubinstein, J. (1967) *Principios de Psicología General*. La Habana, Editorial Revolucionaria.
- Sotolongo, D. (2009) *Reportaje de las páginas especiales de Escambray: enfoque crítico a la calidad periodística*. Tesis de Licenciatura, Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas.
- Suárez, L. y González, L. (2007) *El comentario en el cinco: Una reconstrucción desde el perceptor*. Tesis de Licenciatura, Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas.
- Thompson, J.B. (1991) La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología. *Revista Versión*. Nro. 1.
- Valbuena, F. (s.f.) *La teoría de los efectos de E. Noelle-Neuman*. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de la Información.
- Van Dijk, T.A. (1990) *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Ediciones Paidós.
- _____ (1994) *Discurso, poder y cognición social*. Maestría en Lingüística. Escuela de Ciencias del Lenguaje y Literaturas. Cuadernos. No 2. Año 2.
- _____ (1997) *Discurso, cognición y sociedad. Teoría y práctica de lo educación*. *Revista Signos*. No. 22.
- _____ (2000) *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Una Introducción multidisciplinaria*. Barcelona, Editorial Gedisa.
- _____ (2003) *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso I. Una Introducción multidisciplinaria*. Quinta Edición. Barcelona, Editorial Gedisa.

- Vargas, L.M. (1994) Sobre el concepto de percepción. *Revista Alteridades*.
- Vidal, J.R. (2006) *Medios y Públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones. Estudios sobre los efectos y la recepción de los mensajes mediáticos*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.
- Vielichkovsky, B., Zinchenko, V. y Luria J. (1998) *Psicología de la Percepción*. Universidad de la Habana, Facultad de Psicología.
- Wolf, M. (s.f.) *La investigación de la comunicación de masas*. La Habana, Pablo de la Torriente.
- Yanes, R. (2004) *Géneros periodísticos y géneros anexos. Una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*. Madrid, Editorial Fragua.
- Zacaría, A. (s.f.) *Las noticias, factores de percepción de la realidad: estructuras de conocimiento*. [Internet] Disponible en: <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/.../rug22dossier2.html>. [Consultado el 18 de noviembre de 2010].
- Zinchenko, V. *Psicología de la percepción*. Disponible en: http://www.cubaliteraria.cu/libro/ficha.php?Id=4075&Id_comercial. [Consultado el 6 de enero del 2011].

Bibliografía consultada

- Aramburu, M. (s.f.) *De la percepción al lenguaje*. Universidad del País Vasco, Facultad de Psicología,
- Benítez, J.A. (1983) *Técnica periodística*. Ciudad de La Habana, Editorial Pueblo y Educación.
- Berrigan, F.J. (1978) *Manual sobre los medios de comunicación social en relación con la población y el desarrollo*. París, UNESCO.
- Guardia, M. (2010) *Percepción social de la ciencia de estudiantes de IPVCE*. Tesis de Maestría: Universidad de La Habana.

- Guevara, Y. (2007) *Tiempo de Cambio. Un estudio sobre la labor político ideológica desarrollada por el Partido Socialista Popular en la columna Aclaraciones del diario Noticias Hoy, de 1962 a 1964*. Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana.
- Infante, L. y Abreu, Y. (2007) *Noticias de un cambio. Un acercamiento al sistema de Prensa impresa Cubano entre 1959 y 1965*. Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana.
- Jiménez, M.M. (2009) *La noticia confiesa. Trascendencia, inmediatez, seguimiento, veracidad e intencionalidad en las informaciones de las páginas nacionales en los periódicos diarios cubanos*. Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana.
- Toirac Y. y Muñoz, R. (2005) *Selección de lecturas sobre fundamentos de publicidad*. La Habana, Editorial Félix Varela.
- Pavlov, I. (1960) *Obras escogidas I*. Editorial Quitzal.
- Predvechni, G.P. y Sherkovin, Y.A. (1986) *Psicología Social*. La Habana, Editora Política.
- Recio; M. (2003) *Educación para la comunicación*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.
- Van Dijk, T. (1998) *Texto y contexto. Semántica y pragmática del discurso*. Sexta Edición. Madrid, Cátedra Lingüística.

Anexos

Anexo 1.

Entrevista a Pastor Guzmán Castro, periodista fundador del periódico *Escambray*, como parte de la realización del Capítulo Referencial.

Preguntas:

1. ¿Cuándo se funda el periódico *Escambray*?
2. ¿Por qué *Escambray* como nombre?
3. ¿Con qué finalidad se crea?
4. ¿Qué formato concebía el periódico?
5. ¿Qué características tenía el trabajo periodístico de *Escambray* en su etapa primera?
6. A la llegada del llamado Periodo Especial ¿Qué transformaciones sufre el periódico?
7. En el transcurso de los años ¿Qué cambios ocurren en el medio desde el punto de vista de formato, diseño, impresión, rutina productiva, entre otros aspectos?
8. ¿Cómo surgen las demás publicaciones que de él se derivan? Estas son: Vitrales, Arriero y la edición digital de *Escambray*.
9. ¿Cuántos logros relevantes ha obtenido este importante medio de prensa del país?

Anexo 2.

Entrevista realizada a Delia Proenza Barzaga Barzaga, periodista a cargo de la columna *Cartas de los lectores*, como parte de la realización del Capítulo Referencial.

Preguntas:

1. ¿Cuándo surge la columna *Cartas de los lectores*?
2. ¿Con qué objetivos emerge?
3. ¿Qué periodistas han atendido la sección?
4. ¿Cómo procede el tratamiento periodístico de *Cartas de los lectores*?
5. ¿Qué temáticas trata generalmente?
6. En su opinión ¿Recibe el adecuado apoyo de la dirección del periódico, así como de las diferentes fuentes institucionales a las que debe tener acceso?
7. ¿Cómo se concibe el estilo de la periodista en este espacio? Teniendo en cuenta título, entrada, cuerpo y conclusiones del artículo, entre otros elementos.
8. ¿Qué importancia concede a la existencia de un género de este tipo en un periódico provincial?

Anexo 3.

Encuesta por cuestionario realizada al público espirituario sobre la percepción que tienen sobre la columna *Cartas de los lectores*.

El siguiente cuestionario es totalmente anónimo, y tiene como objetivo conocer cómo percibe el público espirituario la sección *Cartas de los lectores*, que se publica en el periódico Escambray de nuestra provincia. El estudio es de gran interés para perfeccionar la calidad de la sección, por tanto, su colaboración y honestidad serán de gran ayuda.

Diga: Edad ____ Sexo ____

Marque con una x

Nivel de escolaridad:

Primaria ____ Secundaria Básica ____ Obrero Calificado ____

Preuniversitario ____ Técnico Medio ____ Universitario ____

Ocupación:

Estudiante ____ Trabajador ____ Jubilado ____

Ama de casa ____ Sin ocupación laboral ____

1. **¿Durante los meses de enero, febrero y marzo del presente año 2011 ha leído usted con cierta regularidad la sección *Cartas de los lectores* que se publica en el periódico *Escambray*? Sí ____ No ____**

2. **En caso de ser positiva explique con tres razones por qué la lee.**

3. **En caso de ser negativa su respuesta, marque con una x por qué.**

____ No conozco la sección ____ No me interesa
____ Lo leí una vez y no me motivó ____ Otras ¿Cuáles? _____

Poco interesantes

Reiterativos

Superficiales

9. El lenguaje empleado en la sección *Cartas de los lectores* le resulta

Difícil de entender Asequible Pobre

10. Con la lectura de estos trabajos periodísticos, usted:

Ha adquirido nuevos conocimientos para formarse una opinión igual a la del periodista.

Ha reforzado o modificado su criterio al no coincidir con el periodista.

Ha reforzado la opinión que ya tenía, igual a la del periodista.

11. ¿Cuál o cuáles de las secciones publicados durante le primer trimestre de 2011 atrajo más su atención? _____

¿Por

qué?

12. ¿Cuál o cuáles de las secciones publicados durante le primer trimestre de 2011 no atrajo su atención? _____

¿Por

qué?

13. ¿Cree que la sección ha contribuido a solucionar deficiencias en el municipio?

Sí

No

En cierta medida

¿Por

qué?

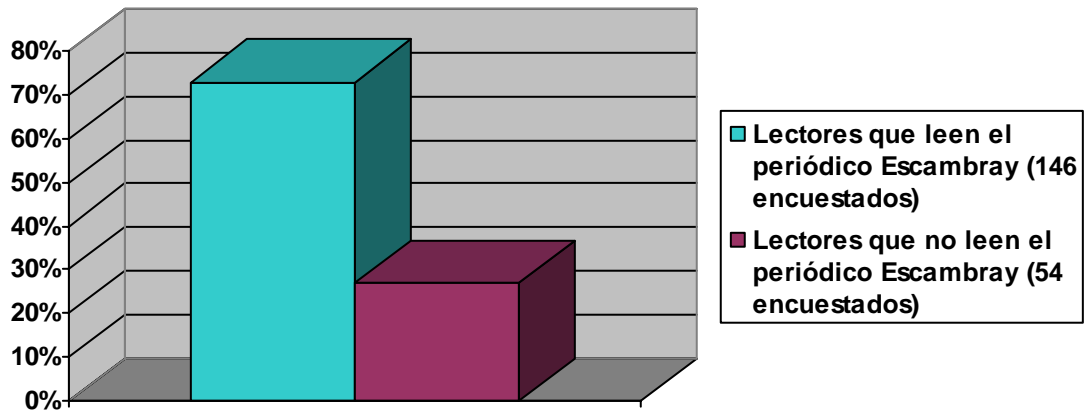
14. En su opinión ¿Qué nivel de utilidad tiene la sección *Cartas de los lectores* para la población? ___Elevado ___Medio ___Bajo ___Ninguno
¿Por qué?

15. Si tiene sugerencias que hacer a la sección por favor siéntase libre de hacerlo a continuación, pues nos ayudaría mucho a mejorar nuestro trabajo

Resultados descriptivos de la Encuesta por cuestionario

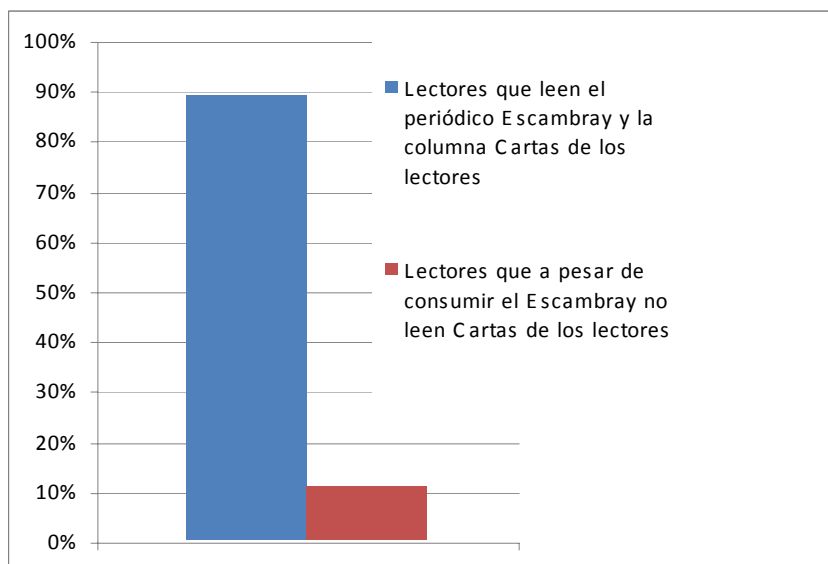
Anexo 4.

Nivel de lectura del público espirituario, mayor de 18 años, del periódico *Escambray* durante enero, febrero y marzo de 2011.



Anexo 5.

Nivel de lectura del público espirituario, mayor de 18 años, de la columna *Cartas de los lectores* durante enero, febrero y marzo de 2011.



Si	3 (2.3%)	5 (3.8%)	6 (4.6%)	17 (13.1%)	28 (21.5%)	71 (54.6%)	130 (100%)
No				2 (12.5%)	3 (18.8%)	11 (68.8%)	16 (100%)
Total	3 (2.1%)	5 (3.4%)	6 (4.1%)	19 (13.0%)	31 (21.2%)	82 (56.2%)	146 (100%)

Anexo 9.

Lectura de la columna *Cartas de los lectores* en el primer trimestre de 2011 por Ocupación.

Lectura de la columna en enero, febrero y marzo de 2011	Ocupación					Total
	Estudiantes	Trabajador	Jubilado	Ama de casa	Sin ocupación	
Si	15 (11.5%)	86 (66.2%)	21 (16.2%)	5 (3.8%)	3 (2.3%)	130 (100%)
No	3 (18.8%)	10 (62.5%)	3 (18.8%)			16 (100%)
Total	18 (12.3%)	96 (65.8%)	24 (16.4%)	5 (3.4%)	3 (2.1%)	146 (100%)

Anexo 10.

Elementos que motivan la lectura de *Cartas de los lectores*.

	No. de encuestados	Porcentaje
Tema del trabajo periodístico	88	11.3%
Necesidad de información	82	10.5%
Hábito de lectura	79	10.1%
Título que sugiere el artículo	73	9.4%
Confianza en lo que se escribe la columna	66	8.5%
Experiencia que reporta la lectura de la columna	66	8.5%
Soluciones que sugiere el artículo	64	8.2%
Para entender la vida cotidiana	59	7.6%
Para adquirir	58	7.4%

conocimientos y relacionarse con amigos, familiares, vecinos y otros		
Intereses personales	52	6.7%
Por entretenimiento	30	3.8%
Periodista que escribe la columna	28	3.6%
Ubicación en página	23	2.9%
Diseño de la columna	13	1.7%
Otros	4	0.5%
Total	785	100%

Anexo 11.

Entrevista individual realizada al público espirituario mayor de 18 años sobre la percepción que tienen de la sección *Cartas de los lectores*, con el objetivo de profundizar los datos que dio la encuesta.

Preguntas:

1. ¿Por qué lee la sección *Cartas de los lectores*?
2. ¿Qué momento de la semana y el día y dónde prefiere consumir la columna?
3. ¿Qué elementos del espacio llama más su atención? ¿Por qué?
4. ¿Qué opina de cada uno de los rasgos que conforman la concepción de *Cartas de los lectores*. Dígase: diseño, título, entrada, cuerpo, terminación, espacio del trabajo periodístico, lenguaje, análisis de la periodista, usos de las fuentes de información, temáticas que trata; entre otros.
5. En qué medida estos elementos guardan correspondencia con sus gustos.
6. ¿Qué opina de la periodista a cargo de esta sección?
7. En su opinión ¿La sección refleja la vida cotidiana de la población de Sancti Spíritus y brinda soluciones apropiadas a las necesidades que presentan los lectores?
8. ¿Cree que la columna debería tener variaciones en contenido y forma? ¿Por qué?
9. ¿Comparte la experiencia adquirida durante la lectura? ¿Con quién? ¿Por qué?
10. ¿Qué actitudes de la vida social tienen que ver con lo aprehendido de la lectura de *Cartas de los lectores*?
11. ¿Qué recuerda de las columnas publicadas durante el primer trimestre de 2011?
12. ¿Qué importancia le confiere a la existencia de este espacio en el periódico *Escambray*?

Anexo 12.

Guía temática implementada durante el grupo de discusión desarrollado

1. Intereses que motivaron la lectura de *Cartas de los lectores* durante el primer trimestre de 2011.
2. Valoración sobre los elementos que conforman la columna. Dígase: diseño, título, entrada, cuerpo, terminación, espacio del trabajo periodístico, lenguaje, análisis de la periodista, usos de las fuentes de información, temáticas que trata; entre otros.
3. ¿Cuáles de las columnas publicadas durante el primer trimestre de 2011 llamaron más la atención? ¿Por qué?
4. Luego de una segunda lectura de estos textos ¿Qué criterios emergen?
5. ¿En qué medida concuerda con los argumentos allí planteados? Ya sea del remitente de la carta, la periodista o la fuente.
6. Si usted fuera el periodista encargado de esa sección ¿Cómo asumiría el tratamiento de las temáticas?
7. ¿Qué reformas merece *Cartas de los lectores*?
8. ¿Qué beneficios ha aportado a su práctica cotidiana?
9. Importancia de este espacio en el periódico provincial de Sancti Spíritus.

Anexo 13.**Textos publicados en la columna *Cartas de los lectores* durante el primer trimestre de 2011.**

“**Esmero en Iguará**” publicada el 8 de enero de 2011.

A cargo de Delia Proenza Barzaga.

Lorenza y Águedo Gutiérrez no encuentran palabras para agradecer. Aunque la historia revelada a esta sección tuvo un desenlace fatal, pues perdieron a su madre el pasado 10 de diciembre, se niegan a pasar por alto tal muestra de humanismo y de sensibilidad ante el dolor ajeno. En el policlínico de Iguará, Yaguajay, donde residen la remitente y otras dos hermanas, fue colosal el esfuerzo para salvar la vida de Caridad García, quien, como consecuencia de una cardiopatía isquémica y complicaciones posteriores, pasó los últimos días de su vida bajo las atenciones del doctor Manolito.

“Él es una persona muy querida en el pueblo, jamás se niega ante un caso que requiera de su asistencia. Deseamos hacer público nuestro agradecimiento a él, y también al personal de Enfermería del centro, pues todos tuvieron un comportamiento excelente”, hace constar la misiva. Cuentan los hijos que el desvelo fue permanente, lo mismo en la casa que en la institución de Salud. Como muestra, hablan de las repetidas veces que la enferma fue sacada de situaciones críticas.

Otra muestra de gratitud nos llega en la carta enviada por los familiares del niño Daikel León Gascón, quien en octubre pasado fuera atendido por espacio de casi un mes en Cuidados Intensivos del Hospital Pediátrico José Martí. “La forma de tratar de esos compañeros y compañeras cala profundamente en el corazón del pueblo y nos hace sentir confiados y seguros”, apuntan.

SED EN LA LOMA

Hoy damos curso además a la preocupación de Marlene González Madrigal, con domicilio en la calle 13, final, zona de desarrollo Camino de La Habana, ciudad de Sancti Spíritus. Ella se queja de la ausencia de agua en su casa y las de otras siete familias de ese lugar, que se conoce como La Loma.

De acuerdo con lo expuesto por Marlene, hace aproximadamente siete meses una brigada de Recursos Hidráulicos realizó la colocación de una tubería con el fin de abastecerlos

del líquido vital, pero hasta la fecha carecen del mismo. Según apunta, fue un trabajo bien hecho y no han faltado las gestiones de Ángel Borge, el delegado de la circunscripción No. 151. “¿Quién dará solución al caso?”, se pregunta. Contactadas por esta reportera, las autoridades de Acueducto en el municipio cabecera y de la dirección técnica de la Empresa Provincial prometieron valorar el asunto y reunir los elementos necesarios para dar respuesta a la interrogante.

Escambray aprovecha esta primera sección del año para felicitar a sus lectores y agradecer su atención durante el 2010.

“Entre el techo y el derecho” publicada el 15 de enero de 2011.

A cargo de Delia Proenza Barzaga.

Ciertas cartas escritas a esta sección parecen destinadas a instituciones jurídicas, tanto por su lenguaje como por los asuntos expuestos. Ello dificulta la recepción del mensaje, enrevesado a veces, además de complicar el mecanismo para ofrecer respuestas; medio de publicación al fin, algunas escapan de nuestro alcance.

En una de las misivas que abordamos hoy, Teresa de Jesús Castillo Rodríguez, vecina de la calle Esperanza, entre Pedro Zerquera y Circuito Sur, Trinidad, en una especie de expediente manuscrito expone su inconformidad con el procedimiento del Tribunal Municipal Popular de aquel territorio (Sección de lo Civil), donde, considera, se han violado términos procesales.

La remitente relata sus vicisitudes luego de una sentencia “con lugar” a su favor el 15 de enero de 2009 en la referida instancia. Cuenta que la parte afectada (se trata de limitaciones derivadas de relaciones de vecindad) reclamó y el Tribunal Provincial Popular de Sancti Spíritus le otorgó el derecho. Teresa interpuso entonces un recurso de revisión ante el Tribunal Supremo, que falló también a su favor en diciembre de 2009. De acuerdo con lo narrado por ella, pese a sus repetidas quejas ante el Tribunal Provincial no ha conseguido que se haga cumplir lo dispuesto por el Supremo y se siente afectada por lo que considera irregularidades en determinados procedimientos y desatención a sus derechos, reconocidos en la Constitución de la República. ¿Quién responde por este incumplimiento?

Un legajo similar nos llegó de manos de María Teresa Cancio García, con domicilio en Mariano Hernández No. 65, entre Bayamo y Línea, Sancti Spíritus. Dicha lectora también hace el recuento de un litigio con la propietaria de una vivienda ubicada al fondo de la suya, quien al colocar una escalera de acceso, primero, y una tapia después, le obstruyó la salida desde su cuarto, por lo que la remitente se vio obligada a cambiar de lugar la puerta con la consiguiente aplicación de una multa de 1 500 pesos, según relata. “Realizadas las investigaciones al respecto, la Subdirección Provincial de Enfrentamiento a las ilegalidades de la Dirección Provincial de la Vivienda (DPV) concluyó que con independencia de que dicha tapia hubiese sido autorizada en el 2006 la misma tenía que ser demolida por haberse excedido en los límites que le correspondían al momento de ejecutarla”, escribe María Teresa al referir lo sucedido en diciembre de 2009.

Sin embargo, peloteo mediante desde aquella fecha, ha sido testigo de la permanencia de dicha pared y ha recibido las más increíbles respuestas de por qué sigue allí. Marianne Peñaroché, fiscal del territorio, aseguró a esta reportera que la orden de demolición emitida por la Unidad Municipal Inversionista de la Vivienda (UMIV) y no ejecutada en el plazo establecido fue dictada indebidamente, de acuerdo con las investigaciones de los especialistas de la Vivienda, por lo que la Fiscalía Municipal exigió la adopción de medidas con el responsable. De ello, agregó, no han recibido respuesta. La persona afectada ha invertido tiempo de oficina en oficina procurando que se aplique lo dispuesto y sospecha que toda esta confusión obedece a que la propietaria de la tapia de la discordia laboró en la Dirección Municipal de la Vivienda. ¿Lo dispuesto por la Subdirección de Enfrentamiento de la DPV es letra muerta? ¿Es tan variable la ley?

El problema expuesto por María Elena Pacheco Sosa, enfermera del municipio de Cabaiguán residente en Calle 3ra. Intermedia, entre D y Punta Llana, se mueve también en el terreno de la legalización de viviendas o de sus procesos constructivos. Beneficiada con un domicilio en el año 1995 se ha visto impelida a repararlo y a terminar dos habitaciones de mampostería que había en el fondo, no incluidas en la propiedad al momento de la entrega, a las que luego añadieron otras dos, pero sin llegar a concretar los trámites para una convalidación a la que aspiraban. Afectaciones de fenómenos meteorológicos, aclara, han acelerado el deterioro de la parte delantera, de tabla y tejas.

Un litigio con los vecinos de la casa contigua detuvo el proceso para oficializar la construcción y en el pasado año, cuando se liberaron las licencias para acometer acciones constructivas por esfuerzos propios, María Elena hizo un nuevo intento que tampoco ha fructificado, “ya que tenía las cuatro habitaciones construidas”, dice. Contactado por **Escambray**, Esnel Conde Pérez, jefe del Departamento de Conservación en la UMIV de Cabaiguán, quien asume la dirección temporalmente, explicó que ante los daños ocasionados por un huracán a la lectora le fueron asignados recursos y que el caso nunca ha sido incluido en ningún plan anual, decisión que no está en manos de la Vivienda, sino del Gobierno. Con un hijo discapacitado, María Elena siente frenada su intención de concluir la casa y a la vez espera la entrega de materiales.

“**Camilitos sin agua**” publicada el 22 de enero de 2011.

A cargo de Delia Proenza Barzaga.

Un círculo infantil de Yaguajay, que lleva por nombre Los Camilitos, se encuentra en reparación desde su propio cierre a mediados de junio del pasado año, como consecuencia de grandes filtraciones y graves problemas de carpintería. Para no afectar por largo tiempo a las familias de los niños que componen su matrícula se decidió ubicarlos en dos locales, según relata en su carta Ivania García Viamonte, profesora de la Filial Universitaria Simón Bolívar, de aquel territorio, y residente en Calle Sexta No. 23. La lectora se queja de los frecuentes cierres del otrora Palacio de Pioneros, donde fue reubicada una parte de los niños debido a la reiterada falta de agua en ese lugar. “Vivimos en la incertidumbre diaria de si llega el preciado líquido o no, de no hacerlo regresamos con los pequeños. El MINED ha buscado alternativas: los padres llevábamos el agua hervida para tomar y pusieron una pipa para las demás labores, pero Salud Pública detuvo esa solución”, escribe, y añade que aproximadamente 70 madres están desesperadas, pues la mayoría labora en Educación y Salud, lo cual implica responsabilidades de consideración.

Ivania estima que no se le ha conferido a esa situación la prioridad que requiere y considera demorada la reconstrucción del plantel.

Martha Picayo Delgado, sustituta legal del Director Municipal de Educación en el norteño territorio, argumenta en su carta de respuesta que se buscaron variantes para que

el agua llegara al Palacio, el cual en estos momentos se abastece de una zona cuyo suministro es más estable. “Allí -aclaró- son atendidos 43 infantes de quinto año de vida, pues los restantes asisten a otros locales sin problemas de esta índole. Acuden en realidad un promedio de 28, pues varios padres solicitaron licencias hasta tanto se termine el círculo”, precisa la directiva, quien reconoce que en julio no se prestó servicio porque los padres que laboran en aquellos organismos susceptibles de recibirlos (se excluye Educación por tener vacaciones ese mes) no lo solicitaron.

Respecto a la ejecución de las reparaciones, Martha explica que los atrasos (el compromiso de entrega era para diciembre) obedecen a la no llegada de materiales según el cronograma establecido, y espera que las acciones terminen en el mes de marzo.

Escambray celebra las gestiones en aras de que los 121 niños de Los Camilitos no dejen de recibir la instrucción y educación necesarias a sus edades, lo cual significa seguridad para el desempeño laboral de sus progenitores. Las direcciones del Gobierno, y en particular de Acueducto, quizás podrían ayudar a la estabilidad del agua, por ahora, y a la terminación de la obra, más adelante.

“Aguas claras, aguas turbias” publicada el 29 de enero de 2011.

A cargo de Delia Proenza Barzaga.

Desde que en agosto del pasado año abordáramos en esta sección varios casos relativos a salideros de agua potable y a proliferación de albañales en las ciudades poco ha cambiado. Cartas con quejas de esa índole continúan llegando con relativa frecuencia.

La “mojazón”, cuando no la sequía, sigue signando la columna. Lorenzo Soca Lorenzo, chofer jubilado que laboró en nuestro órgano de prensa durante muchos años, se remite en su misiva a uno de los casos, publicado el pasado 8 de enero bajo el título “Sed en la loma”, para sugerir que la situación a que hace referencia aparezca con el siguiente rótulo: “Derroche en el bajío”. Sucede que él, aquejado de diversas dolencias, y su familia, se ven obligados a hacer malabares para desplazarse desde el interior de su vivienda, ubicada en la calle Pasaje de la propia zona de desarrollo Camino de La Habana, en la ciudad cabecera, ya que el frente está “tomado” por una especie de arroyuelo proveniente de tuberías rotas que han propiciado la formación de charcos. Donde antes había hierba o flores ahora se entremezclan surcos fangosos, y por más de

un orificio brota el cristalino líquido ininterrumpidamente mientras hay bombeo. “Esos salideros tienen ya meses y más meses -acota Soca-, pese a los llamados para el ahorro por lo que cuesta al país llevar el agua hasta nuestros hogares”, precisa, y repara en la paradoja: “Aquí se bota y en la loma falta”.

EN LA CALLE TAMARINDO

Pero el citado problema parece chiquito ante el segundo comprobado por esta reportera en la propia mañana del pasado martes: en la calle Tamarindo, final, en el Reparto Escribano de la ciudad de Sancti Spíritus, una enorme zanja repleta de un líquido putrefacto tiene alarmados a los moradores de varias casas vecinas. Ante la queja suscrita por un grupo de ellos **Escambray** contactó in situ a Mayra Teresa González Díaz, delegada de la Circunscripción No. 6, Zona 6, quien atestiguó el interés de diversos organismos por detener el foco infeccioso, pero reconoció que las gestiones han estado marcadas por la morosidad

La intención de entubar el canal luego de abrir meses atrás con retroexcavadora quedó trunca. Dos tramos de gruesos tubos sumergidos en el charco pútrido son escoltados por basuras y suciedades, que ante la obstrucción de los conductos colocados antaño provocan la inundación de casas, patios y recodos. El alto riesgo epidemiológico y la deplorable higiene del lugar demandan una pronta intervención con el apoyo comunitario. La situación no admite espera.

“Kerosén escamoteado” publicada el 5 de febrero de 2011.

A cargo de Delia Proenza Barzaga.

Pocas cartas remitidas a esta sección relatan sucesos tan angustiosos como la de Edelis Domínguez Abraham, una habitante de Pitajones, en el lomerío trinitario, cuyo hijo de 20 años ha pasado la mayor parte de su vida postrado en una cama, como consecuencia de una lesión estática en el sistema nervioso central.

Cuenta Edelis que en el mes de agosto de 2009 extrajo de su bodega los 20 litros de kerosén asignados al niño como parte de una estrategia para favorecer a discapacitados de ese tipo, que incluye entregas similares trimestralmente. “Como en la ocasión siguiente la cuota no llegó, me dirigí al Presidente del Consejo Popular y al final nada; decidí esperar hasta el mes de febrero de 2010 que me correspondía nuevamente, pero ese mes tampoco

llegó”, detalla la lectora, y a continuación se sumerge en el resumen de un ir y venir de oficina en oficina, que incluye visitas y despachos con la trabajadora social a cuyo cargo está el caso, la Dirección Municipal de Comercio y un Vicepresidente del Consejo de la Administración del municipio.

“Todos quedaron en que el problema se resolvería, pero nuevamente llegó agosto y la historia se repitió, fui de nuevo con todos los antes mencionados y la respuesta se volvía a perder. Con mucha tristeza y decepción esperé el mes de diciembre de 2010, que correspondía la próxima cuota, y para mi asombro, nada”.

Edelis recorrió varias veces los mismos lugares, en la última ocasión en Comercio le dijeron que CUPET no envió la asignación y en el Gobierno le prometieron solución antes de finalizar el año. Ya había perdido cinco cuotas hasta el pasado 10 de enero, cuando escribió, y el 27, al contactarla telefónicamente, todo seguía igual. Sus interrogantes en el papel continuaban latentes: “¿Por qué tanto peloteo con algo que le pertenece a mi hijo y me es estrictamente necesario? ¿Dónde está la sensibilidad de estas personas?”.

Escambray logró encontrar la punta de la madeja tras varias gestiones con las entidades mencionadas. Gilberto Bada, director Comercial de la Refinería Sergio Soto, aseguró a esta reportera que la cuota de kerosén destinada al caso sí fue situada por CUPET cada vez en la bodega de Pitajones. “En noviembre pasado se llevó la correspondiente a los dos últimos trimestres. Personalmente lo aclaré con la administradora, ella alega falta de coincidencia con los censos de la OFICODA”, explicó Bada, quien añade que existe constancia de las facturas, con firmas de quien recibió el kerosén.

Consideraciones: Está en entredicho la responsabilidad de quienes debían poner en manos de la remitente el preciado producto, pues tantos litros de combustible no se evaporan entre papeles. Tal ligereza en el tratamiento al problema exige, cuando menos, una medida disciplinaria. Esperamos respuesta.

“Gratitud e impunidad” publicada el 12 de febrero de 2011.

A cargo de Delia Proenza Barzaga.

“Leo con detenimiento cada sábado esta sección de nuestro periódico, que considero importante, pues el pueblo puede a través de esta expresar de una forma abierta los

problemas que tenga o también agradecimientos a cualquier organismo, muy significativo en el área de salud.”

Así escribe en su carta Ángel Eloy Mursulí Larrañaga, quien no detalla su lugar de residencia, pero a continuación expone: “Quiero por mi parte resaltar la labor que desempeñaron los médicos y enfermeras de los consultorios No. 27 y 28 de la zona de Jesús María, Sancti Spíritus, por la atención que se le dio a mi mamá durante su enfermedad. Ellos actuaron con gran profesionalidad en las atenciones mientras duró el ingreso domiciliario. Muy especialmente quiero agradecer a la doctora Francis Fernández y a la enfermera Lourdes Gómez”, concluye el remitente.

OÍDOS SORDOS A UNA SENTENCIA

Igualmente breve es la misiva remitida a este espacio por Arturo M. Arias Sánchez, vecino del apartamento 5, Edificio 3, en la calle Lidier Hernández, de Cabaiguán, quien resume su caso de la siguiente forma:

“La administración de la Empresa Municipal de Comercio y Gastronomía de este municipio incumple con la ejecución de la sentencia firme número 256 de fecha 17 de diciembre de 2010, dictada por la Sección Civil del Tribunal Municipal Popular de Cabaiguán, cuyo fallo dice: ‘Declarar Con Lugar la demanda establecida y en consecuencia se condena a la dependencia económica de la Empresa Municipal de Comercio y Gastronomía de Cabaiguán, denominada Club Juvenil La Carreta, ubicada en la calle Lidier Hernández y República de este municipio, a moderar en el ejercicio de su función recreativa la emisión de música mecánica sin sobrepasar los decibeles permitidos por la Norma Cubana de Ruidos, no excediéndose de los setenta decibeles en sus sesiones de trabajo diurno y nocturno, que la locución de su animador no sobrepase dichos límites, así como colocar las bocinas que allí existen a una altura del piso no mayor de diez centímetros y ubicarse de forma que la onda de emisión del sonido quede en dirección a la arboleda que está en el lateral izquierdo saliendo de dicho centro”.

Nos regocija que por una vez al abordar el problema del ruido ambiental, tan recurrente en nuestras páginas, exista una medida contra quienes violan lo establecido en esa materia. Sólo queda emplazar a las entidades responsabilizadas con el cumplimiento de la citada sentencia. ¿O es que se puede desacatar impunemente?

“Cuidado en el gimnasio” publicada el 19 de febrero de 2011

A cargo de Delia Proenza Barzaga.

“¿Cómo algo tan lindo y beneficioso permanece a la intemperie y a merced de la indisciplina social?”, se pregunta en su misiva a esta sección Lydia Coello, vecina de la Avenida Libertad No. 82, en Cabaiguán. A ella le preocupa el destino del Gimnasio Biosaludable puesto en funcionamiento el 22 de diciembre en su municipio, que está situado, escribe, frente al parque infantil Serafín Sánchez. “El lugar ha comenzado a atraer la atención de mucha gente, incluidos, naturalmente, los niños, y la entrada al mismo es completamente libre. Me pregunto si no requerirá de un control o asesoramiento que ayude a los más necesitados, y a la vez contribuya a preservar los equipos, de procedencia china. Estos ya están perdiendo la pintura debido a los maltratos de que son objeto”, explica Lydia, y añade que los cuidadores del lugar han tenido encontronazos con personas que al regresar de las fiestas arremetían contra los aparatos, al tratarse de un sitio abierto.

Alexis Bernal, director municipal del INDER en Cabaiguán, reconoció que antes de ponerlo en funcionamiento debió situarse una cerca perimetral. “Eso se está haciendo precisamente ahora, y los dos profesores que deben estar allí permanentemente tendrán que cumplir bien sus funciones, al igual que los custodios, porque ciertamente ha pasado lo que la compañera dice”, precisó. Otra lección sobre la inconveniencia de las obras inauguradas sin los requisitos indispensables.

SOLUCIÓN NOCIVA EN SIGUANNEY

Hoy damos curso también a la queja formulada por Raúl Gutiérrez, vecino de la calle 9 Este, casa No. 11, en Siguaney, en el municipio de Taguasco. El lector se refiere a la inconveniencia de que el crucero que enlaza a ese poblado con la salida de la Autopista sea puesto en condiciones de circulación empleando rellenos nocivos para la salud.

“Desde hace varios años -señala- en el crucero se vierten caliza y otros materiales que generan bastante polvo, pero recientemente utilizaron cemento de desecho de la fábrica, sin tener en cuenta el daño que esto puede ocasionar a los vecinos de la zona. El polvo se hace insoportable, se han realizado varias gestiones (con el delegado y el representante de la industria, por ejemplo), pero sin resultado alguno.

“Sabemos que este vial debe ser reparado constantemente por los compañeros de la fábrica, por ser el paso obligado para el traslado de su materia prima; creemos en las soluciones, pero una a medias, como en este caso, en lugar de solucionar el problema pone en peligro la salud de muchas personas”, concluye el remitente. ¿Cemento en polvo para relleno?, se pregunta esta redactora. Los directivos de la entidad tienen la palabra.

“Kerosén distribuido, pero no entregado” publicada el 26 de febrero de 2011.

A cargo de Delia Proenza Barzaga.

A raíz de la publicación, el pasado 5 de febrero, de la sección titulada *Kerosén escamoteado*, este semanario recibió cartas de dos de los organismos implicados para aclarar lo sucedido.

Carlos Irán Reyes Salazar, subdirector para la Atención al Trabajo Social del Programa de los Trabajadores Sociales de la provincia, explicó en su misiva que el país ha aprobado realizar entregas adicionales de combustible doméstico a los núcleos que cocinan solo con electricidad y tienen personas postradas o con parálisis cerebral sin control de esfínter, a fin de garantizar la hervidura de la ropa de cama que requieren dichos pacientes.

“En el desarrollo de esta tarea intervienen el MINSAP, el MINCIN, CUPET y nuestros trabajadores sociales”, explica, para detallar más adelante la misión de cada quien. Ellos, en concreto, confeccionan las listas a través de la información que brinda Salud y se las entregan a Comercio para la posterior distribución, tanto del módulo como del combustible.

“Para el tratamiento al caso del paciente Eduardo Martín Delgado, del Consejo Popular Pitajones -explica Reyes-, se revisaron los listados de las entregas correspondientes al año 2009 y 2010, además de conversar con la trabajadora social que lo atiende, Mailén Domínguez Díaz, y se comprobó que sí se encontraba incluido en la relación, con el familiar responsable de recibir la cuota adicional de combustible (Edelis Domínguez, madre del paciente), bodega (El Sótano), y número de la libreta (69)”.

Desde la Refinería de Petróleo Sergio Soto, de Cabaiguán, el ingeniero Léster Alaín Alemán, su director, corrobora lo anteriormente expuesto, y agrega que la inclusión de Eduardo en el censo tuvo lugar el 14 de agosto de 2009, ocasión en que se solicitaron,

depositaron y entregaron los litros correspondientes al segundo y tercer trimestres. A continuación detalla la forma en que las cuotas fueron depositadas por CUPET en la bodega de Pitajones: cuarto trimestre de 2009 y primero de 2010, en febrero de ese año; segundo trimestre, en julio; tercero y cuarto, en noviembre. “Todo lo anterior fue aclarado con la Dirección Municipal de Comercio en Trinidad, en las personas de Alberto Hernández Escalante, director; y Eddy Álvarez Peláez, especialista principal”, especifica.

Visto el caso y comprobado el hecho, como reza un proverbio popular, no caben dudas de que las culpas quedan del lado de la bodega. A tres semanas de salir a la luz pública el incidente no hemos recibido respuesta del organismo responsable. Seguimos en espera de algo más que explicaciones.

“Dieta Violada” publicada el 5 de marzo de 2011.

A cargo de Delia Proenza Barzaga.

La enfermedad celíaca es una causa importante de mala absorción en la niñez. Se caracteriza por una intolerancia total y permanente al gluten que contienen la fracción proteica del trigo y otros cereales. La patogenia de la enfermedad es multifactorial y tiene un cuadro clínico variado, en el cual predominan los síntomas de mala absorción y la desnutrición. La dieta exenta de gluten es la parte más importante de la terapéutica, además de hacer frente a las deficiencias nutricionales.

Sobre este particular nos escribe Lisett García Cuesta, vecina de la calle Flores No. 8, entre Raymundo y Tello Sánchez, y madre de una niña desnutrida de 14 años, aquejada de esa enfermedad. Según ella, ha afrontado irregularidades con la entrega mensual de la dieta que requieren los pacientes afectados por ese padecimiento. De acuerdo con lo expuesto por Lisett, su hija Leydi Laura, diagnosticada a los 13 años de edad (ahora tiene 14), no ha podido cumplir con la dieta establecida debido a que no le han asignado en tiempo los alimentos necesarios para el control del padecimiento: frutas, vegetales, viandas, harina de maíz, arroz, frijoles, coditos, maicena, leche en polvo, aceite, huevo, carne de res y pollo.

La misiva contiene detalles acerca de los incumplimientos, que incluyen desde la falta de algunos de esos renglones alimentarios hasta la mala calidad de otros, como la carne de res.

Frutas, vegetales, arroz y frijoles le fueron entregados tras sus quejas ante la Empresa Provincial de Comercio, donde fue muy bien atendida por los compañeros Aquino y Nuris, apunta.

Ella estima que la calidad de las frutas podría mejorar, tomando en cuenta que en su bodega solo existen cinco casos de este tipo; también se pregunta que por qué debe reclamar a fin de que las asignaciones lleguen como está establecido y particulariza en el caso de la leche, tan necesaria para su niña.

REGLAS DE LA SECCIÓN

Se aclara que esta sección tramita las quejas y preocupaciones de los lectores a partir de misivas enviadas por correo (electrónico o postal), siempre que las mismas no sean anónimas y contengan correctamente la dirección particular, letra legible y claridad del tema abordado. La correspondencia también puede ser entregada personalmente en nuestro órgano de prensa.

“Comercio responde” publicada el 12 de marzo de 2011.

A cargo de Giselle Morales Rodríguez.

Aún no se han apagado los ecos del “Kerosén escamoteado”, caso que publicara esta propia sección el pasado 5 de febrero y que suscitó una revisión a fondo por parte del Programa de Trabajadores Sociales, CUPET y la Empresa Municipal de Comercio y Gastronomía, de Trinidad.

La misiva que hoy comentamos la envía Alberto Hernández Escalante, director de esta última entidad, quien da cuentas de las medidas tomadas puertas adentro ya que, una vez deslindadas las responsabilidades, la bola picó en su territorio.

El funcionario alega en la carta que se hizo un análisis en la empresa, se valoró con CUPET y salió a relucir que se había entregado exceso de combustible en la bodega de Pitajones, pero que todas las facturas se emitían como “alumbrado” en vez de “para encamados”, categoría que debió constar en los documentos.

“Por nuestra parte -acota el directivo-, consideramos que la compañera administradora de la unidad no obró consecuentemente, ya que debió conciliar con la OFICODA el exceso de kerosén depositado como alumbrado y el faltante en el acápite de encamados, por lo que demostró morosidad ante un caso priorizado por esta Revolución”.

La medida disciplinaria no se hizo esperar: democión del cargo de administradora por seis meses y traslado hacia otra unidad. Más allá de la sanción, lo que realmente compensa los sinsabores de la familia es la certidumbre de haber sido escuchada.

¿CON PATENTE O SIN ELLA?

Acostumbrados en “Cartas de los Lectores” a tramitar quejas de la población o a publicar reconocimientos, la misiva que hoy nos ocupa puede clasificar como una rara avis.

Se trata de la preocupación de Patricia Campos, residente en el edificio 6 apartamento 9, ampliación de Olivos III, en la cabecera provincial, quien expone su caso y solicita asesoría.

“Tengo una vecina que me limpia la casa y me lava la ropa, pues yo trabajo con el Estado durante buena parte del día y se me dificulta hacer las labores domésticas -describe Patricia-. ¿Será que tengo que sacar patente para cubrir esta necesidad?”.

Con la duda en ristre, este semanario consultó con Gisel Valdivia, orientadora del registro de contribuyentes de la ONAT en la cabecera provincial, quien explica que no es la persona que contrata, sino la que le realiza las labores la que debe inscribirse como cuentapropista.

“La actividad se llama personal doméstico, pertenece al régimen simplificado y debe pagar una cuota mensual de 30 pesos”, aclara la citada fuente.

Escambray agradece misivas sui géneris como esta, ilustrativa de la preocupación de los lectores por apegarse a la legalidad.

“Peor el remedio” publicada el 19 de marzo de 2011.

A cargo de Delia Proenza Barzaga.

Ciertas soluciones suelen resultar tan inconvenientes que sus presuntos beneficiarios prefieren el problema de antes. Así parece suceder con la reparación, en Cabaiguán, de la céntrica calle A, entre Avenida Camilo Cienfuegos y Calle 4ta., por donde circula un gran número de vehículos y que sirve de enlace a otro vial proveniente de los campos con la Carretera Central, a la vez que conduce a instituciones como la PNR, el Banco Popular de Ahorro, un círculo infantil y el Hospital Materno.

La explicación la dan más de una treintena de vecinos, quienes firman una misiva enviada a **Escambray** para dar cuenta de la inconveniencia, por cuenta de la cual a ese

tramo se le pretendió suprimir los huecos y pantanos con un relleno polvoriento que tiene a los moradores al borde de la desesperación. “No es menos cierto que la calle estaba casi intransitable, se tuvo en cuenta y se dio la prioridad por el Consejo de la Administración del municipio. Pero junto con la alegría de su ‘arreglo’ vimos cómo se echaba polvo aún sin coger los salideros del acueducto y que en breve se formarían nuevos hoyos y pantanos, además de no rellenar correctamente y dejar baches bien visibles e hilos de agua corriendo por las orillas. Pensábamos que la obra terminaría con una capa de asfalto que cubriría el polvero, por la que continuamos esperando”, escriben los lectores.

A los remitentes les preocupa el mal trabajo en sí, aunque insisten sobre todo en la afectación que ha traído a la salud de niños, ancianos y vecinos en general, entre quienes abundan enfermedades respiratorias y cuadros alérgicos al punto de limitar tanto la asistencia de muchos infantes a sus centros educativos como de sus padres al trabajo.

¿QUÉ PASA CON LA DIETA?

Angustiada se encuentra Idania Morales González, madre de una niña aquejada de Síndrome de Down a quien se le han presentado otras complicaciones que afectan sus sistemas respiratorio y cardiovascular. Heidi Valdés Morales, la paciente de 19 años, reside junto a su mamá en la comunidad de Tramojos 2, Jíquima de Peláez, Cabaiguán, y ha hecho cuadros severos de intolerancia tanto a la leche fluida como al yogur, que han implicado hospitalización.

“Estoy cansada de correr y llorar, pues la tengo sin la dieta que lleva, que es la de leche en polvo; en todos los lugares adonde voy me dicen que me tienen que ayudar, pero me mandan a otro, me dicen que es un asunto de la nación y ya no sé qué hacer”, cuenta Idania. Según pudimos indagar, el caso ha sido atendido por diferentes organismos, pero, a todas luces, algo falta por hacer en bien de esta niña discapacitada. ¿Quién responde por ello?

“Inconformidad telefónica” publicada el 26 de marzo de 2011.

A cargo de Delia Proenza Barzaga.

Molesta e inconforme se revela en su carta a esta sección Yanetsy Sánchez De San Sebastián, vecina de la calle José Miguel Gómez No. 114, en Meneses, Yaguajay. La

causa: el que su padre no haya sido incluido entre los beneficiados cuando, a finales de 2010, se amplió la red con la construcción de una planta telefónica en su localidad.

En una larga relatoría de los hechos, la remitente cuenta pormenores de sus gestiones; primero, atrás a través del Gobierno Municipal, y luego, a propósito del mencionado suceso que permitió, subraya, instalar 577 nuevos servicios.

“Mi padre padece insuficiencia renal crónica desde hace casi cuatro años, se hemodializa desde la propia detección de la enfermedad y además presenta una aneurisma abdominal aórtica que complica su cuadro clínico. El resumen médico del nefrólogo, acuñado en el hospital de Yaguajay fue adjuntado en la solicitud, explicando que debido a su delicado estado constantemente debemos estar en contacto con la Sala de Nefrología de ese centro”, apunta.

Yanetsy no entiende por qué entre los nuevos usuarios no figura su padre, quien, además de la agravante relativa a su salud, tiene -afirma- una trayectoria laboral meritoria, e incluso, ha participado, en la medida de sus posibilidades, en las tareas del CDR. Ella cuestiona el trabajo de la comisión a cuyo cargo estuvo el análisis. Tampoco quedó conforme con la explicación ofrecida a quienes reclamaron posteriormente. Agradecida de las atenciones gratuitas y sistemáticas de que es objeto su progenitor, se pregunta si no es en verdad posible tenderle la mano en lo relativo a un servicio urgente para él.

GRATITUDES

“El pasado 28 de febrero ingresé a mi mamá en la Sala de Cirugía del Hospital Provincial Camilo Cienfuegos, de Sancti Spíritus, para una intervención quirúrgica, la cual se le realizó el viernes 4 de marzo. Hago llegar por este medio mi felicitación a los doctores Manuel Felipe y su esposa Pilar; también a los doctores Concepción y Del Cristo, así como a Misladys, al anestesista Víctor, a Marta Bastida, la enfermera del salón, a la señora Margarita, jefa de la Sala 4-H, así como a la técnica Elizabeth y a otros muchos trabajadores que, aunque desconocemos sus nombres, nos dieron muestras de alta profesionalidad y humanismo”.

Tal es el contenido de la carta remitida a este espacio por Magali Garmendía Márquez, en nombre de su familia, desde la calle Antonio Guiteras No. 161, en Trinidad. Añade que la paciente se siente muy agradecida de todos los mencionados. Enhorabuena.

