



Facultad de Ciencias Sociales

Trabajo de Diploma en Opción al Título de Licenciatura en Periodismo

Aproximación a un estudio de recepción del semanario
granmense **La Demajagua**

Autora: Yennis María Núñez Romero

Tutora: M. Sc. Sara Sariol Sosa

Consultante: Eugenio Pérez Almarales

Holguín 2013

Dedicatoria

*A mis maravillosos padres Alina y Amado por su amor y sacrificio desde mis
primeros días.*

A mis hermanas, Yani y Puchi por quererme y apoyarme siempre.

Agradecimientos

*A mis padres, por darme su amor y apoyo a cada instante - sin ustedes no sé qué sería de mí-
porque los adoro.*

*A mis hermanas: Yani porque siempre estuvo presente a pesar de la distancia y a Puchi, mi
hermanita, por entenderme y estar siempre a mi lado. A ambas por tantas cosas.*

*A mi tía Neni, por exigirme tanto y estar siempre que la necesité, por quererme. A mi prima
Rosi y a José Ramón. Gracias por aguantare tanto tiempo en su casa.*

A mis abuelas por su cariño y sus consejos.

A mis tías y tíos, los que me ayudaron, no solo ahora sino siempre.

*A Tay por las locuras, por estar en los momentos buenos y en los malos; y a Michel por ser
importante para ella.*

*A las chicas del grupo: Zoyla, Dianelis, Carmen, Odalys, Lianne, por siempre fueron las
mismas, por tantos momentos de alegría que no se olvidan. A Lori porque siempre serás parte
de él.*

A Ramadán por tanta alegría. A David, Idelmis y Julio por la tecnología.

Sara Sariol Sosa, por su apoyo incondicional, por guiarme por el buen camino.

A los profes de estos cinco años.

A Eugenio Pérez Almarales y Rafael Fonseca Valido, por el tiempo que me dedicaron.

A los trabajadores del Joven Club de Veguitas (Yoli, Reinier, Andrés y Diana)

*A quienes colaboraron con las encuestas y las entrevistas. A los trabajadores del periódico que
me apoyaron.*

*En fin, a todos aquellos que me quieren y me lo han demostrado, a quienes de una forma u
otra han contribuido a la realización de este trabajo, muchísimas gracias.*

El hombre, que es espíritu, puede y debe considerarse digno de lo más alto, jamás podrá pensar demasiado bien en cuanto a la grandeza y el poder de su espíritu; y, si está dotado de esta fe, no habrá nada, por arisco y por duro que sea, que no se abra ante él.

(Georg Wilhelm Friedrich Hegel)

Resumen

El presente Trabajo de Diploma es una aproximación a un estudio de recepción que tiene como principal objetivo analizar cómo los lectores granmenses aprecian al semanario provincial **La Demajagua**. La investigación se concibió en dos capítulos, el primero -dividido en tres epígrafes-, hace referencia a la evolución de los estudios de recepción y los aportes teóricos de los investigadores más significativos a escala internacional, continental y nacional. El segundo capítulo -fragmentado también en tres epígrafes- está dedicado fundamentalmente al análisis de los resultados de la investigación. En él se justifica la selección de la muestra y se explican los métodos y técnicas empleados para la obtención de los resultados, además, se reseñan apuntes históricos de la publicación y las secciones que lo componen. Los resultados expuestos en la presente investigación pueden servir de base para un futuro estudio de recepción del semanario.

Abstract

The present Work of Diploma is an approach to a reception study that has as main objective to analyze how the readers granmenses appreciate to the provincial weekly publication La Demajagua. The investigation was conceived in two chapters, the first one -divided in three epigraphs -, he/she makes reference to the evolution of the reception studies and the theoretical contributions from the most significant investigators to international, continental and national scale. The second chapter also - broken into fragments in three epigraphs - it is dedicated fundamentally to the analysis of the results of the investigation. In him he/she is justified the selection of the sample and the methods and techniques employees are explained for the obtaining of the results, also, historical notes of the publication and the sections are pointed out that compose it. The results exposed in the present investigation can serve as base for a future study of reception of the weekly publication.

Índice

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I: APROXIMACIÓN TEÓRICA A LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN.....	7
1.1 Evolución del proceso de recepción en la teoría de la comunicación de masas.....	7
1.2 Perspectiva Latinoamericana.....	18
1.3 Los estudios de recepción en Cuba.....	30
CAPÍTULO II: ANALISIS DE LOS RESULTADOS.....	41
2.1 Antecedentes históricos del semanario La Demajagua.....	41
2.2 Métodos y técnicas.....	45
2.3 Análisis de los resultados.....	48
CONCLUSIONES.....	56
RECOMENDACIONES.....	57
BIBLIOGRAFÍA.....	58
ANEXOS	

Introducción

La comunicación es un proceso de interrelación social en el que intervienen al menos emisor, mensaje y receptor; y surge por la necesidad del hombre de expresar sus criterios y emociones.

Etimológicamente, la palabra comunicación deriva del latín "communicare", y puede traducirse como "poner en común, compartir algo". Expresa la esencia de un proceso sociocultural básico que se da en diferentes espacios, entre un número diverso de actores sociales que producen y hacen uso de la información de manera privada o pública (Alonso, 1999:7)

El desarrollo de la humanidad permitió que los procesos de comunicación y los estudios del hombre sobre ellos, fueran cada vez más complejos. La imprenta de Gutenberg y posteriormente la llegada del siglo XX, lograron que la comunicación de masas se convirtiera en un elemento importante para la sociedad.

La Revolución Industrial y el auge del sistema capitalista permitieron que se desarrollaran nuevas formas comunicación, aspecto que conllevó a cambiar la manera de vida de las personas. El advenimiento de otros medios de comunicación como la radio, la televisión y las nuevas tecnologías como Internet, no impidieron que los periódicos continuaran siendo fuentes primordiales de información.

Desde el surgimiento de los medios de comunicación como fenómeno masivo, una de las principales preocupaciones de los estudiosos recaló en la audiencia y los efectos que los mensajes tenían sobre ella.

Los cambios en el desarrollo de la ciencia psicológica y de la sociología empírica determinaron un sustancial desplazamiento teórico, lo que significó el tránsito del interés por el emisor a la preocupación por la audiencia. En los últimos años, los estudios de recepción se han convertido en uno de los sectores claves del desarrollo de las teorías de la comunicación.

Quienes pagaban anuncios para que sus productos fueran vendidos comenzaron a preguntarse cuántas personas los escuchaban, los políticos dudaban de las ventajas

que se lograrían con el empleo de los medios de comunicación y del uso que el público le otorgaba. Se hizo necesario para ellos conocer si la expansión de los mass media tendría alguna repercusión en los valores sociales y en el sistema de actitudes de los individuos. Es a partir de aquí que los mass media dejan desempeñar el papel central o exclusivo que tenían hasta el momento.

Los estudios de los efectos fue una de las tres áreas de interés que se desarrollaron y aunque no fue la única sí obtuvo la mayor atención. Las otras áreas fueron los estudios cuantitativos de la audiencia y los estudios de los mensajes. Los estudios de los efectos tienen como preocupación central la respuesta a la pregunta ¿qué efectos tienen los medios de comunicación en la sociedad de masas?

El antropólogo argentino Néstor García Canclini como aporte a estos estudios, plantea como fundamento el concepto de consumo y parte del postulado de que cada objeto destinado a ser consumido es un texto abierto que exige la cooperación del lector para ser ampliado y significado. Para este estudio propone el pacto de lectura, elemento que hace referencia a los acuerdos que se establecen entre productores, mercado y público para hacer posible el funcionamiento de la comunicación y reducir la arbitrariedad de las interpretaciones, y los desencuentros entre la producción y la recepción. (Canclini, citado por Alonso, 1999: 25)

Algunos autores plantean que dentro de las corrientes de mayor importancia en el estudio de las relaciones medios-audiencias son los estudios de efectos, las investigaciones de usos y gratificaciones, los estudios culturales, los estudios cualitativos de la recepción y los estudios inspirados en las teorías estético-literarias.

En Cuba, la investigación y la reflexión teórica sobre la comunicación de masas ha atravesado por diferentes etapas, estas casi siempre nítidamente definidas. Las etapas van desde la dispersión y el debilitamiento a la efervescencia y productividad, donde se observan tanto períodos de estancamiento como momentos de profundo debate y autocrítica.

Los estudios sobre comunicación de masas, antes de la década de los años cuarenta fueron aislados y asistemáticos, estaban centrados en la comunicación impresa y

eran fundamentalmente descriptivos. Dentro de su centro de interés estaban la determinación de los ratings de audiencia, los estudios de mercado e investigaciones psicológicas relacionadas con la recepción.

Con el triunfo de la Revolución en 1959 el campo de la comunicación masiva experimentó grandes cambios. Al nacionalizar los medios de comunicación se establecieron nuevas funciones como instrumentos de educación, orientación y movilización, además de su función principal que era informar.

El debilitamiento de los estudios de comunicación en los años sesenta y la primera mitad de los setenta, tiene su explicación en el segundo plano al que se vio relegada la problemática de la investigación, pues toda la atención estaba en la creación de periódicos y en el cumplimiento de las nuevas funciones.

La comunidad científica cubana en los años noventa continuó ocupando un lugar relevante en el estudio de los procesos de recepción y consumo, esta se vio impulsada por los significativos aportes en la investigación comunicológica que se realizaban en el continente americano.

En la provincia Granma surge el periódico **La Demajagua** el 10 de octubre de 1977 en conmemoración de tan histórica fecha y con el objetivo de reflejar los nuevos intereses de la sociedad. En sus inicios circuló como diario y su principal fuerza de trabajo fueron los corresponsales del **Sierra Maestra** en Bayamo y Manzanillo y los que elaboraban los boletines regionales, el resto provino en su mayoría del movimiento de corresponsales voluntarios.

Con el derrumbe de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) en 1990 y las nuevas medidas económicas impuestas por el gobierno de los Estados Unidos, nuestro país comienza un nuevo período de crisis. La prensa cubana debió enfrentar grandes cambios. **La Demajagua** no se vio exenta de estos y redujo su salida a tres veces a la semana en enero de 1992; tres meses después, se convirtió en Semanario con 42 mil ejemplares por edición.

Actualmente el Semanario granmense circula los sábados con una tirada de 31 200 ejemplares. De ese volumen una cifra significativa es distribuida en Bayamo, capital

provincial, y Manzanillo, segunda ciudad en importancia; el resto va dirigido a los once municipios que posee el territorio.

Mediante un encuentro con el Jefe de Información de este órgano de prensa, Eugenio Pérez Almarales, la investigadora pudo conocer que los dirigentes y demás trabajadores del mismo no poseen un profundo conocimiento de la percepción que tienen los lectores granmenses sobre el semanario.

A través de entrevistas realizadas a lectores del semanario **La Demajagua** se constató la necesidad en este periódico de un acercamiento a un estudio de recepción que permita conocer la apreciación del público granmense sobre este medio. A raíz de esta necesidad se determinó el siguiente problema científico.

Problema científico: ¿Qué percepción tiene el público granmense acerca del semanario **La Demajagua**?

Objeto: Los estudios de recepción.

Campo de acción: La percepción del semanario **La Demajagua**.

Objetivo: Analizar la percepción del semanario **La Demajagua** en el público granmense.

Preguntas científicas

1-¿Cuáles son los antecedentes históricos que han caracterizado al periódico **La Demajagua**?

2-¿Qué referentes teórico-metodológicos sustentan los estudios de recepción?

3-¿Cuál es la apreciación del público granmense sobre el semanario **La Demajagua**?

Tareas científicas

1-Revelar los antecedentes históricos que han caracterizado al periódico **La Demajagua**.

2-Determinar los referentes teórico-metodológicos de los estudios de recepción.

3-Analizar la apreciación del público granmense acerca del semanario **La Demajagua**.

Métodos de investigación:

En la presente investigación predomina la metodología cualitativa aunque se complementa por procedimientos cuantitativos, es por esto que se triangularon los métodos y las fuentes empleadas.

Métodos Teóricos

El **Histórico-lógico** se utilizó para analizar el problema científico a través de una debida lógica del desarrollo histórico del fenómeno. Además, para profundizar en las diferentes teorías que sustentan los estudios de recepción que han sido presentadas en la Mass Communications Research, la Perspectiva Latinoamericana y en Cuba.

Inductivo-Deductivo: se empleó para revelar y establecer relaciones en el proceso investigativo, alrededor de los estudios de recepción y en función de analizar cómo el público granmense percibe al semanario **La Demajagua**. Este método fue el enfoque de la investigación y estuvo presente en la producción del conocimiento.

Análisis-Síntesis: brindó la posibilidad de descomponer la información consultada sobre los estudios de recepción, con el objetivo de obtener una mejor comprensión del fenómeno en el semanario **La Demajagua**, para luego, de manera inversa, establecer la unión entre las partes analizadas e incluso contribuir con el aporte de la investigación.

Métodos Empíricos

La **Revisión bibliográfica documental:** se empleó para consultar fuentes que contribuyeran al desarrollo de la investigación.

Observación científica: es uno de los pasos principales de la investigación. Se utilizó sistemáticamente para obtener una mejor calidad de los datos analizados y conocer la percepción de los lectores acerca del Semanario.

Entrevista en profundidad: mediante este método se recogieron reflexiones de manera ágil. Además, permitió obtener respuestas con un mayor grado de detalle, y

en función de perfeccionar el trabajo periodístico del medio. (Ver Anexos 3, 4, 5, 6, y 7)

Encuestas: fueron empleadas para la obtención de información y se basaron en preguntas escritas dirigidas a los lectores del semanario **La Demajagua**, con el objetivo de conocer sus opiniones con respecto a este medio de prensa. En las encuestas se combinaron las preguntas abiertas y las cerradas, de esta forma el encuestado pudo elegir aquellas que se acercaran a su criterio.

Grupos de discusión: este instrumento se utilizó por las posibilidades de interacción que le brinda a la investigadora con algunos lectores del semanario. A través de él, el público granmense expresó sus criterios con mayor confianza dentro de un grupo. Además, permitió conocer cómo los lectores de Granma perciben al semanario.

Métodos estadísticos

Estadística descriptiva: permitió, a través de gráficos y tablas, la tabulación de los datos alcanzados a través de los diferentes instrumentos de investigación y para obtener una mejor organización e interpretación de los resultados.

El **Aporte Científico** consiste en una aproximación a un estudio de recepción del semanario **La Demajagua** que contribuya al perfeccionamiento de su gestión editorial y cree las bases para su futura implementación.

El informe constará de introducción, dos capítulos, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos. El capítulo uno expondrá algunos apuntes sobre la evolución histórica de los fundamentos epistemológicos de los estudios de recepción tanto a nivel internacional, continental como nacional. En el capítulo dos se realizará una reseña histórica del semanario **La Demajagua** y se presentará el estado del problema, además, los resultados del análisis de la apreciación del público granmense con respecto al semanario provincial.

CAPÍTULO I: APROXIMACIÓN TEÓRICA A LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN

1.1 Evolución del proceso de recepción en la teoría de la comunicación de masas

La recepción es, al decir de la periodista Leslie Díaz Monserrat, un proceso que antecede y prosigue el momento de exposición a los medios de comunicación. Está protagonizada por sujetos que integran una “audiencia multisegmentada”, según clase social, edad, sexo, etnia o región. Un receptor activo es capaz de servirse de los medios en busca de la satisfacción de sus necesidades y está condicionado por mediaciones que inciden en su relación con los mensajes.

Jesús Martín Barbero, por su parte, considera que la recepción de lo que emiten los medios de comunicación, no es pasiva, es decir, el individuo no acepta lo que le imponen; primero reconoce los elementos que le significan y se los apropia a través de mediaciones, que pueden ser personales, colectivas, institucionales. Lo que importa no es el mensaje, sino lo que el público recibió, reflexionó, interpretó y se apropió.

El Doctor en Ciencias de la Comunicación, Rafael Fonseca Valido plantea que la definición de la realidad y dimensiones del sentido implican concebir el sentido como la interpretación del significado de una realidad desde una perspectiva personal contextualizada en una cultura y en una dinámica social. Es por esto que se afirma que el sentido es una realidad simbólica construida con dimensión histórica, cultural, social y personal. De esta manera es que se puede seguir la continuidad manifiesta entre la modelación de una cultura, los modos de construir la realidad, los consumos de la producción material y espiritual y dentro de ellos, el consumo de los materiales periodísticos.

Fonseca afirma que al analizar el proceso de producción y de recepción de los mensajes de la difusión masiva, habría que considerar las prevenciones relativas a las propiedades de lo comunicado.

La principal característica del estudio de la recepción es que efectúa simultáneamente análisis de contenido de los mensajes mediáticos y de su recepción por parte de

segmentos específicos de la audiencia, es decir, estudia comparativamente los contenidos mediáticos y lo que la audiencia construye a partir de ellos.

El surgimiento de los medios de comunicación y su posterior desarrollo permitieron que estos constituyeran un gran poder dentro de la sociedad de masas. Para finales de la década del veinte del pasado siglo, fundamentalmente en los Estados Unidos, se conformó lo que actualmente conocemos como un sistema de medios de comunicación masiva, con la coexistencia de periódicos y revistas, este último legado del siglo XIX, así como el surgimiento de la radio, el cine y un poco más tarde la televisión.

Ante estos hechos los principales centros de poder no pasaron inadvertidos. Crearon nuevas estrategias de investigación que les permitieran estudiar el fenómeno de la recepción dentro del concepto de comunicación y cultura de masas. Uno de los factores que determinó el tránsito del interés por el emisor a la preocupación por la audiencia fue los cambios en la ciencia psicológica y en la sociología empírica.

Los investigadores desde un inicio aseguraban que lo más importante en el proceso comunicativo era el papel que desempeñaba el emisor y/o el mensaje. Para que al público, audiencia, receptor ocupara el rol que realmente le correspondía fueron necesarias varias décadas de estudio. Los estudios de recepción que a lo largo de toda su historia han estado centrados en tres objetos de indagación fundamentales: emisor, mensaje o receptor, encontraron su surgimiento con los primeros modelos teóricos de investigación sobre el público: **Modelo de Efectos, Investigación sobre los Usos y Gratificaciones, Teorías Literarias, Enfoque de los Estudios Culturales** y la **Investigación Crítica de Audiencias**.

El **Modelo de los Efectos**, que parte de la tradición de los estudios sociopsicológicos, ha sido el de mayor permanencia dentro del campo de la comunicación. Los primeros estudios inician en el período de 1930 a 1940 por la presencia del periódico, la radio y el cine.

Con el surgimiento de la televisión y las nuevas tecnologías a finales de la década del cuarenta y los cincuenta surge la preocupación central de los investigadores: la respuesta a la pregunta ¿qué efectos tienen los medios de comunicación en la

sociedad de masas? Las principales tendencias de este modelo eran la Teoría Hipodérmica o *Bullet Theory* y la Teoría de los Efectos Limitados.

A lo largo del desarrollo de la teoría e investigación de la comunicación de masas, la corriente de los efectos de los medios ha sufrido cambios radicales. Sus primeras versiones, nacidas en la investigación norteamericana de los medios de comunicación tuvo entre sus principales tendencias: la Teoría Hipodérmica o *Bullet Theory* y la Teoría de los Efectos Limitados.

En la *Bullet theory* o Teoría Hipodérmica se sintetizaron las primeras especulaciones sobre el poder de los medios, ubicadas en la década del veinte. Estas se caracterizaron por el desequilibrado énfasis en uno de los elementos del proceso de comunicación: el emisor y sus estrategias de manipulación, con la consecuente subestimación del momento de la recepción y del público, concebido como una masa de receptores pasivos y homogéneos, sin capacidad de respuesta personal a los mensajes y sometidos a la potente influencia de los medios. (Alonso, 1999:10)

La Corriente Empírico Experimental o de la Persuasión logra dejar a un lado a la Teoría Hipodérmica y toma nuevamente en los años cuarenta, los postulados de la Psicología de los Efectos. Además, reconoce a la audiencia como una masa compuesta por entes diferentes sociopsicológicamente que se encuentran capacitados para elegir en su actividad de exposición a los medios.

Una de las teorías que sustenta la Corriente de la Persuasión es que los destinatarios poseen características sociopsicológicas diferentes que pueden incidir en los efectos de los medios sobre ellos. De esta forma los medios pierden el carácter omnipotente y todopoderoso que anteriormente le atribuía la Teoría Hipodérmica, y reconocen que existe la posibilidad del fracaso, además de la capacidad del público para elegir los mensajes que desea percibir y memorizar.

Los Estudios Empíricos sobre el Terreno también llamados de los Efectos Limitados se desarrollan al mismo tiempo que esta corriente y su origen está determinado por la escasa presencia de los medios en esos años y el papel relevante de la comunicación interpersonal. Aunque con los Estudios Empíricos sobre el Terreno, no se abandona el modelo de los efectos, sí cambia la concepción sicologista, individualizante, por una orientación más sociológica.

El problema fundamental sigue siendo el de los efectos de los media, pero no ya en los mismos términos que las teorías precedentes. La etiqueta **efectos limitados** no indica sólo una distinta valoración de la cantidad de efecto, sino también una configuración de la misma cualitativamente diferente. Si la teoría hipodérmica hablaba de manipulación y propaganda, y si la teoría psicológico-experimental se ocupaba de la persuasión, esta teoría habla de influencia, y no sólo de la ejercida por los media, sino de la más general, que fluye entre las relaciones comunitarias, de la que la influencia de las comunicaciones de masas es sólo un elemento, una parte (Wolf, 1987:51)

La investigación mediológica se vuelve cada vez más cercana a la indagación de la comunicación, vista como un proceso donde la sociedad y el contexto median significativamente, aún cuando se esté muy lejos de reconocer en las personas sus capacidades como mediadores y decodificadores, además de entes completamente activos y productores de significados.

Todas estas corrientes que siguen el modelo de los efectos, aunque han sido «superadas» con posterioridad, sí son un punto de partida y lograron adquisiciones «clásicas» para la comprensión de los fenómenos comunicativos, como la selectividad y los agentes mediadores, que de cierta manera son la base de los estudios contemporáneos (Medina, 2000: 6)

Los nuevos enfoques como la Teoría del Cultivo, la Espiral del silencio o la Agenda-setting function, marcaron para la perspectiva de los Efectos Limitados un desplazamiento teórico en la comprensión tanto de la acción de los medios como de la actividad de la audiencia, lo que condujo a una importante transformación en la teoría de la comunicación. Estos enfoques están centrados en la influencia que poseen los medios en habituales condiciones de funcionamiento y tienen en cuenta, desde una perspectiva temporal diferente, las particularidades individuales y sociales del público y se fundamentan en metodologías y marcos teóricos integrales y complejos.

Posteriormente las corrientes funcionalistas incorporan al campo de la investigación en comunicación el primer modelo centrado específicamente en el proceso de recepción: el enfoque de usos y gratificaciones. El mismo nombre con el que se conoce nos indica la óptica desde la que se producen estos estudios: no es estudiar

lo que hacen los medios con la gente, sino estudiar lo que hacen las personas con los mensajes que les llegan de los medios, el proceso visto de manera invertida. Ya no se investigan los efectos, sino los usos (Medina, 2000:7)

Se puede afirmar que los estudios de usos y gratificaciones fueron el primer modelo que tomó en cuenta el proceso de recepción como un proceso mucho más complejo y definitivamente activo. Estos estudios constituyeron un salto cualitativo en la comprensión del receptor, aunque esta actividad siempre estará limitada a la libertad de cada individuo para elegir los mensajes. La libertad del individuo siempre será, en última instancia, la libertad de escoger lo que va a consumir y no la de elaborar sus propios productos.

Así se reconocen las necesidades que tiene el público de satisfacción, y que en función de estas seleccione los mensajes a los que consumirá; estos mensajes son los que va a interpretar, disfrutar, y posteriormente adaptar o a su contexto subjetivo de experiencias, conocimientos y motivaciones.

La hipótesis de los usos y gratificaciones consideraba que los mass media tenían dentro de sus funciones, satisfacer cinco tipos de necesidades personales: necesidades cognoscitivas, necesidades afectivo-estéticas, necesidades integradoras a nivel de personalidad, necesidades integradoras a nivel social y necesidades de evasión.

Por otro lado, este modelo presenta sus limitaciones, las que radican en que posee un enfoque muy individualista, donde se obvian un poco las condiciones sociales en que son producidas las necesidades de los sujetos, y aunque en él la investigación y la teoría reconocen el papel activo de los receptores, aún predomina la concepción lineal, unidireccional y transitiva que tienen los procesos comunicativos. Las aproximaciones parciales de los problemas de las personas y los matrices informacionistas predominaron por mucho tiempo, en unas ocasiones como efectos y en otras como usos.

La aplicación de la Teoría Funcionalista a las investigaciones sobre los usos y gratificaciones se centra en la conducta individual y los motivos de los individuos para usar los medios de comunicación, intenta develar las razones por las que la audiencia presta atención a los medios en general y a algunos canales y mensajes en particular,

qué satisfacciones esperan y reciben las personas de los medios y cómo aplican los contenidos que de ellos reciben (Alonso, 1999: 11)

Los usos y gratificaciones, tiene como principal interés la diversidad de necesidades y las actividades interpretativas que son distintivas en cada miembro de la audiencia, en función de sus características sociopsicológicas individuales. El resultado obtenido al realizar investigaciones con los públicos permite determinar las funciones principales que desempeñan los medios: Información, Refuerzo de valores personales e identidad personal, Interacción social e integración y Entretenimiento.

En relación con el modelo de efectos, este enfoque utiliza técnicas más abiertas y naturales y menos estructuradas, como las entrevistas en profundidad y la observación participante (Jensen y Rosengren en Alonso, 1999: 11) A esta teoría desde el punto de vista teórico y práctico, la principal crítica que se planteaba era la ausencia del llamado examen de las grandes estructuras sociales y mediáticas que sirven de contexto al uso particular de los medios de comunicación.

Al igual que la corriente de los Efectos Limitados, esta fue sustituida gradualmente por las nuevas orientaciones teóricas sobre la recepción, principalmente por el desplazamiento conceptual, elemento que marcó el tránsito del interés en la selección de los mensajes por el público a la conceptualización de la actividad interpretativa y constructiva de la audiencia.

A pesar del desplazamiento de esta perspectiva, sí se observa un autoperfeccionamiento a la par de los más recientes y avanzados enfoques sobre los procesos de recepción. Algunos puntos de convergencia con la investigación crítica de audiencias, son evidentes al incrementarse la preocupación por el contexto en el que se inserta la actividad del receptor. Este enfoque estuvo atento a los contextos y a las interacciones sociales de los receptores. Sus principales limitaciones residen en el abuso de la idea de selectividad del público y en el olvido del escenario macrosocial y mediático que actúa como mediador de la recepción.

Las Teorías Literarias en la década del 70, marcaron para los estudios de los medios, una nueva concepción de investigación que, aunque muy alejada de la visión sociológica, estaba cargada de complejidad y diversidad en lo que a fuentes y postulados teóricos se refiere. Las corrientes de mayor relevancia en el estudio de la

recepción al interior de la crítica literaria fueron la estética de la recepción, la semiótica interpretativa, el dialoguismo y la gramática transformacional.

El punto en común de estas corrientes, está en la concepción de que la construcción y deconstrucción de un texto, es una condición impuesta por el propio texto en el proceso de lectura.

Estas corrientes teóricas se plantean el análisis del arte como un fenómeno de comunicación, integrado por los componentes tradicionales de todo proceso comunicativo: emisor (autor), mensaje (obra o texto artístico) y receptor o lector. Su elemento constitutivo central es el desplazamiento del interés por el autor y la obra, a la preocupación por el lector y sus prácticas de consumo (Alonso, 1999:13)

Las teorías de la recepción que se derivaron de la crítica literaria, aportaron nociones que forman parte en la actualidad de los enfoques más significativos sobre la recepción y el consumo en la comunicación de masas. Representaron un gran avance en relación con los enfoques de las escuelas norteamericanas, porque modificaron el concepto de la mera selectividad por el de interpretación y construcción de sentidos, lo que permite que el reconocimiento del papel del receptor ocupe un rol más activo; sin embargo, se continúa considerando al emisor y al propio mensaje como los productores verdaderos del sentido que será interpretado luego por el lector.

Esta teoría tampoco estuvo exenta de críticas, algunas de las que se formularon en torno a ella fueron:

-los criterios para la determinación de la lectura estéticamente fiel, admisible o fértil – empleados para referirse a una decodificación adecuada– no son suficientemente desarrollados (Lizarazo en Alonso, 1999: 16) No se explica, más allá de la intención del autor o del texto, sobre qué base es autorizada o desautorizada una interpretación textual específica (Alonso, 1999: 17)

-los conceptos teóricos del lector (modelo, implícito) no tienen en cuenta a los receptores reales o empíricos (De la Peza en Alonso, 1999: 17)

-aunque se reconoce la participación del destinatario en la construcción del texto, los límites interpretativos se encuentran por lo general predeterminados (Alonso1999: 17)

Las investigaciones comunicológicas, principalmente las relacionadas con los

estudios de recepción, hasta este período, logran significativos avances en materia teórica, pues a pesar de estas limitaciones es válido destacar que ya se reconoce la capacidad del receptor para interpretar y producir sentido; y se le otorga importancia al contexto en que es desarrollada la recepción.

Los estudios culturales encuentran su punto de partida en la unificación de los enfoques sociológicos con los de las teorías literarias, integrados a su vez por diversas perspectivas teóricas. Esta también puede haber sido una de las causas de su gran influencia dentro de la teoría que se utiliza en la actualidad sobre la recepción. Con estos estudios cobró integridad la aproximación a los fenómenos comunicativos y se reconocieron las prácticas culturales que interferían en ellos, además de interrelacionarlos con los conjuntos de prácticas sociales.

Desde el punto de vista de la recepción, el aspecto teórico central es el análisis del papel que las diversas prácticas culturales de la audiencia desempeñan en la producción social de sentido a partir de los medios de comunicación (Alonso, 1999:18) En esta corriente se aborda por primera vez la unión del público con el contexto social, económico y político.

Algunos investigadores afirman que las condiciones materiales y sociales de los lectores, intervienen en la actividad decodificadora de los mensajes, aunque los mensajes que los medios intenten transmitir lectura determinada, por tanto, las interpretaciones que realice el receptor de los mensajes estarán estrechamente relacionadas con su posición social.

En esta perspectiva los límites a la actividad interpretativa del público no provienen, como en la corriente anterior, del texto y el autor, sino del contexto más amplio en que el receptor se inscribe (Alonso, 1999:18) Se considera como elemento novedoso, en relación con los paradigmas anteriores, el vínculo de los procesos de recepción con la posición económica, política y social de las personas.

El auge de los estudios culturales se enmarca en la segunda mitad de los años 50 en Gran Bretaña, continuando su evolución décadas después a pesar de continuas rupturas.

Tres textos son claves en la aparición de esta corriente: *Uses of literacy* (1957) de

Richard Hoggart, en el que se describen las transformaciones que han ocurrido en el modo de vida y las prácticas culturales de la clase obrera como consecuencia del desarrollo industrial; *Culture and society* (1958) de Raymond Williams, en el que se critica la disociación practicada con demasiada frecuencia entre cultura y sociedad, y *The popular arts* (1964) de Stuart Hall y Paddy Whannel, un estudio sobre la producción artística que brota de las clases populares (Vidal, 2002:57)

Según estos estudiosos, al igual que en las Teorías Literarias, la actividad interpretativa del lector está limitada, aunque con una razón mayormente acertada, donde se plantea que la capacidad de interpretación del lector está determinada por sus códigos culturales. El enfoque de la recepción que desarrollan los estudios culturales fue de gran apoyo para las teorías que sobre este proceso le continuaron, las cuales significan una continuidad con esta perspectiva.

Dentro de los aportes más significativos de esta corriente se destacan, de acuerdo a los criterios de Jensen y Rosengren, que los análisis culturalistas son ricos en la referencia del contexto social e histórico.

Este contexto es presentado como un sistema social de prácticas diversas dotadas de un rol de mediación respecto de la circulación de la comunicación y de las interpretaciones que esta recibe. Estas prácticas están en sí mismas relacionadas con la existencia de subculturas que remiten al sexo, a la clase o a la etnia (Alonso, 1999:19)

Los estudiosos del tema consideraban que el sistema social permitía el surgimiento de habilidades de interpretación, supuestamente compartidas por individuos que formaban parte de grupos específicos y de públicos descriptos en términos de comunidades de apropiación.

En esta corriente se intenta indagar en el proceso de recepción desde el punto de vista cultural, y reconocer la autonomía y subjetividad del mundo espiritual del sujeto receptor así como su libertad para seleccionar los mensajes. Otro de los aportes que permitió la trascendencia de estos estudios, radica en reconocer las prácticas culturales que influyen en los procesos de los medios y relacionarlas con las prácticas sociales.

Los estudios culturales centran su interés primeramente en las significaciones históricas y luego los tipos generales de comportamiento. Asimismo ocurre con los procesos, pues se interesa más en estos que en los resultados, por lo que son más interpretativos que explicativos. Ellos no intentan plantear un modelo de excelencia, pero tampoco obedecen los límites disciplinarios predeterminados.

Al igual que los paradigmas anteriormente mencionados, el enfoque de los estudios culturales también presenta sus limitaciones. En este sentido, se puede señalar que esta corriente peca de ingenua al creer que el receptor constituye un sujeto libre e invulnerable, además, considera que los medios carecen tanto de poder de dominación como de manipulación. La continuidad teórica de estos estudios se evidenció mediante la **Investigación Crítica de Audiencias y el Análisis de la Recepción**.

La investigación crítica de audiencias y el análisis de la recepción, surgidos en la década de los 80, constituyen el más reciente desarrollo teórico de los estudios de audiencia, y en relación con los estudios culturales, significan una continuación conceptual.

Sus enfoques integran diversas fuentes teórico-metodológicas (desde el interaccionismo simbólico hasta el psicoanálisis, desde la estética de la recepción hasta los usos y gratificaciones), y se distinguen por su carácter interdisciplinario y diversidad interior (Alonso, 1999: 20)

Dentro de esta perspectiva pueden incluirse el análisis de la recepción (Jensen y Rosengren, 1997; Jensen, 1993), la investigación crítica (Murdock, 1990), la etnografía crítica (Ang 1993; Morley, 1996; Lull, 1992, 1997) y los enfoques latinoamericanos. El enfoque que adopta esta corriente es cualitativo, y se emplean en él métodos antropológicos, sociológicos, etnográficos y culturales.

En estas teorías se reconoce a un público integrado por un grupo de personas o segmentos estructurados, que históricamente han estado situados en un ambiente político, económico y cultural, y que poseen la capacidad de producir significados a partir de la interacción con los mass media. El centro esencial de estas teorías está en la cultura y el contexto, no solo del momento de recepción también de la audiencia misma. En ellas se plantean además, la existencia de intertextos que entran en juego,

objetiva o subjetivamente y que provienen de ambas partes del proceso de recepción.

El análisis de Jensen y Rosengren sobre el proceso de recepción, parte integrar las tradiciones literarias con las ciencias sociales. Jensen, por su parte, realiza un estudio de los públicos y de los temas de los mensajes, utilizando datos cualitativos y empíricos. En ese estudio afirma que las prácticas culturales y la interpretación personal poseen una relativa independencia en cuanto a su relación con las estructuras económicas y políticas. Jensen también propone el concepto de comunidad interpretativa, concepto retomado y modificado posteriormente por el investigador Guillermo Orozco.

La etnografía crítica de Ang y Morley, tiene como objetivo principal el de arribar a un conocimiento más profundo en el cual la actividad del público se relacione principalmente a estructuras y procesos de carácter político y social. En este caso, la actividad interpretativa de cada lector no es considerado un objeto de investigación aislado, sino integrado a varias prácticas y relaciones culturales en elaboración. Murdock por su parte, analiza las múltiples apropiaciones de varios grupos de la sociedad con respecto a los textos, para lo que tiene en cuenta que esa multiplicidad se corresponde con la manera en que cada individuo se sitúe estructuralmente con respecto a las demás personas.

Murdock plantea que en la recepción un elemento determinante es el aspecto económico y que en la interacción del receptor con los medios, incide la distribución de los recursos tanto materiales como espirituales. Este investigador toma nuevamente el concepto de habitus planteado por Bordieu, con el objetivo de explicar y caracterizar la estructuración de las audiencias. Concepto que se entiende como los hábitos que forman la posición social de cada persona, y que son expresados a través de sus prácticas culturales.

Lo que llamamos hábitos de ver no es un conjunto más o menos estático de características pobladas por un individuo o grupo de individuos, sino que son los resultados temporarios de un proceso sin fin, dinámico y conflictivo, en el que se juegan relaciones entre sentido, placer, uso y elección (Ang, en Alonso, 1999: 21)

Al decir de Guillermo Orozco, el paradigma que da origen a lo que actualmente se conoce como investigación crítica de la audiencia, aparece como el resultado de

transformaciones en tres niveles diferentes:

- **El epistemológico:** se asumió que conocer la interacción entre audiencias y medios requería como condición, trascender la relación directa entre ambos y explorar la cultura y el contexto.
- **El teórico:** se conceptuó a las audiencias como sujetos colectivos o segmentos estructurados de acuerdo con criterios culturales, económicos y políticos...La recepción, entonces, quedó circunscrita no sólo al contenido de lo transmitido-percibido sino al contexto de su producción y de su recepción. Uno de los avances teóricos más recientes postula la necesidad de incluir en el análisis de recepción, más que disciplinas en abstracto, teorizaciones específicas como *La teoría de la acción* de Giddens, *La teoría del cambio social* de Touraine o *La pedagogía de la liberación* de Paulo Freire.
- **El metodológico:** la perspectiva adoptada es la cualitativa, en sentido amplio, acogiendo diversas técnicas antropológicas, etnográficas, culturales y sociológicas para explorar el objeto de estudio (Vidal, 2002:72)

1.2 Perspectiva Latinoamericana

Los estudios de recepción, particularmente en Latinoamérica, exhiben significativos avances en cuanto a la comprensión de los fenómenos en la región, y han alcanzado reconocimientos fuera de los límites del continente. Estos estudios muestran un concepto propio que cada vez se encuentra más afín con los problemas presentes en el continente.

En América Latina, inicia en 1977 la perspectiva de la mediación gracias a los estudios de Manuel Martín Serrano. Los investigadores de la península ibérica se apropiaron rápidamente de esta para perfeccionarla posteriormente.

Este trabajo ofrece aspectos teóricos que pueden considerarse significativos dentro de la Perspectiva Latinoamericana; los principales representantes que forman parte de ella; y los métodos y técnicas empleadas por estos para analizar el proceso de la recepción.

Los enfoques sobre la recepción son diversos en cuanto a sus énfasis teóricos, grado de conceptualización y niveles de aplicación empírica. Estos enfoques presentan

algunos rasgos comunes, dentro de los que se pueden mencionar la inserción del proceso de recepción en una historia cultural que contextualiza las prácticas de lectura y consumo; la importancia que tienen los géneros periodísticos como articuladores entre las prácticas de recepción y los métodos de producción; la cultura como el mediador principal o la instancia desde la que se produce la construcción social del sentido; el interés por las mediaciones políticas, económicas, sociales y culturales que intervienen considerablemente en la recepción; y el reconocimiento de la multiplicidad de públicos.

Dentro de las propuestas de mayor riqueza teórica en el continente, se encuentran las del investigador colombiano Jesús Martín Barbero, quien a través de sus fecundas y abarcadoras propuestas, ha desempeñado un papel importante en el desarrollo de nuevas concepciones sobre la comunicación y la cultura popular y de masas.

En la evolución del pensamiento comunicológico latinoamericano ha incidido notablemente el factor político, pues los violentos conflictos que han existido en el continente, han mediado las posiciones de los investigadores.

Ha sido imposible pensar la problemática comunicacional sin tener en cuenta «la incidencia directa que las luchas políticas, la presión de los acontecimientos y la urgencia de las propuestas prácticas van a tener sobre el campo teórico, empujándolo hacia las dogmatizaciones, las vulgarizaciones y los oportunismos» (Barbero en Medina, 2000:12)

Jesús Martín Barbero al publicar en 1987 el libro *De los Medios a las Mediaciones* logró que se consolidara el interés por el estudio de la comunicación en relación con la cultura. Para este autor la cultura no se podía concebir aislada de la comunicación y de los medios. Barbero propuso dos desplazamientos que son necesarios para los estudios comunicológicos latinoamericanos. Estos fueron: de los medios a las mediaciones; y de la comunicación a la cultura.

Las mediaciones son para Barbero «los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de los medios, el punto de articulación entre los procesos económicos y los simbólicos, lo macro y lo microsociales, lo popular y lo masivo, la producción y el consumo (Alonso, 1999: 23)

Estos son los antecedentes que marcaron el punto de partida para los posteriores enfoques latinoamericanos de la recepción, los que luego forman parte del paradigma de la recepción activa. El paradigma de la recepción activa entiende al proceso de comunicación como la unión de aquellas prácticas que tienen significación en un campo donde convergen las fuerzas sociales. La conceptualización de los procesos de recepción y consumo ocupan, al decir de Barbero un lugar primordial. Algunos de los términos utilizados por este investigador en su obra están: consumo, uso, recepción y lectura.

Barbero concibe la lectura, retomando postulados de Michel de Certeau, como «la actividad por medio de la cual los significados se organizan en un sentido», donde no hay sólo reproducción, sino producción también (Alonso; 1999:24) La producción es el elemento que cuestiona tanto la centralidad del texto-rey como al mensaje, entendiendo a este último como lugar de verdad que circularía en el proceso comunicativo. Poner en crisis la centralidad del texto y del mensaje significa asumir como constitutiva la asimetría de demandas y de competencias que se encuentran y negocian a partir del texto (Alonso; 1999:24)

Un texto que no será máquina unificadora de la heterogeneidad, un texto ya no lleno, sino espacio globular y atravesado por diversas trayectorias de sentido. Lo que a su vez le restituye a la lectura la legitimidad del placer. No a la lectura culta, a las lecturas populares con su placer de la repetición y el reconocimiento. Y en el que hablan tanto el goce como las resistencias... (Barbero en Alonso, 1999: 24)

Otra de sus propuestas, es que se estudie la comunicación de masas desde el modelo popular y desde el modelo único, pues al ser mirada la cultura masiva desde el punto de vista popular, esta deja al descubierto su carácter de cultura de clase, carácter que precisamente pretende negar. A partir de este modelo –el popular- desarrolla tres líneas de investigación: de lo popular a lo masivo, de lo masivo a lo popular y los usos populares de lo masivo.

En el estudio “de lo popular a lo masivo” descubre uno de sus postulados más originales, en la cual abandona el etnocentrismo cultural, para reconocer que la cultura de masas no es la deformación de la cultura culta, sino la deformación de la cultura popular (Medina, 2000: 22) La masificación, en el terreno de la cultura, radica

en el proceso de inversión de sentido a través del cual posteriormente en el siglo XIX, pasa a llamarse popular a aquella cultura producida industrialmente para ser consumida por las masas. Es por esto que la cultura popular masiva se constituye accionando determinadas señas de identidad de la antigua cultura y oponiendo o modificando otras.

Otra de sus líneas de investigación como se mencionó anteriormente fue la “de lo masivo a lo popular”. Dentro de esta, estudia los mecanismos de masificación, politización, control y desmovilización. En el caso de “los usos populares de lo masivo”-a los que también llama estudios de recepción-, Barbero hace un intento por investigar sobre la actividad que se ejerce en los usos que los diversos grupos hacen con aquello que consumen.

Jesús Martín Barbero, con el objetivo de comprender mejor los usos que hace la sociedad de los medios de comunicación, incluye en su obra el concepto de *habitus* de Pierre Bourdieu. Los *habitus* de clase implican para este autor, las diferentes maneras en que los diversos grupos y clases sociales organizan su tiempo y espacio cotidianos, además, el significado social que le atribuyen a los medios y el tipo de necesidades que le formulan a estos. Además de la diferencia de clase, Barbero reconoce que existen otras lógicas en los procesos de recepción, las que se encuentran determinadas por los grupos que forman parte de esas clases, como las etnias y las culturas regionales.

Este autor considera a la familia, a la temporalidad social y a la competencia cultural como mediadores importantes dentro del estudio de la recepción, y le otorga a los géneros un lugar primordial en la cultura popular.

Los géneros son un dispositivo por excelencia de lo popular, ya que no son sólo modos de escritura, sino también de lectura: un “lugar” desde el que se lee y se mira, se descifra y comprende el sentido de un relato. Por ahí pasa una demarcación cultural importante, porque mientras el discurso culto estalla los géneros, es en lo popular-masivo donde estos siguen viviendo y cumpliendo su rol (Barbero en Alonso, 1999:24)

Otros de los principales representantes de la Perspectiva Latinoamericana son el argentino Néstor García Canclini, el mexicano Guillermo Orozco y el chileno Valerio

Fuenzalida.

La propuesta de García Canclini para el estudio de la recepción, tiene como eje central el concepto de consumo. Sus investigaciones las define específicamente en dos vertientes, los estudios del consumo cultural y los estudios sobre las culturas populares. En este informe solo se expondrán sus logros en cuanto al consumo cultural y sus aportes al ámbito comunicativo, pues no es de interés para la investigación analizar los estudios sobre las culturas populares.

El consumo cultural, según este autor, es «el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica» (Canclini en Alonso, 1999: 24-25) Entiende a la cultura como producción, a la recepción como consumo y a la interacción como transacción; y le incorpora por primera vez al término consumo una noción comunicativa.

Los productos denominados de uso y de cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles (Canclini en Vidal, 2002:88)

Dentro de los principales aportes de Canclini al estudio de este proceso, están los seis modelos complementarios que propone para comprender la dimensión sociocultural del consumo. Según aclara, ninguno de estos es autosuficiente, y recuerda que aún está por crearse una teoría sociocultural del consumo.

- 1) Lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital (racionalidad económica)
- 2) Escenario donde las clases y grupos compiten por la apropiación del producto social, lugar de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo (racionalidad sociopolítica)
- 3) Lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos (racionalidad estética)
- 4) Sistema de integración y comunicación, de intercambio de significados entre los diferentes grupos sociales (racionalidad comunicativa)

5) Escenario de objetivación de deseos.

6) Proceso ritual a través del cual la sociedad hace explícitas las definiciones públicas de lo que el consenso general cree valioso (Alonso, 1999: 25)

Aunque en todos estos modelos se ven diferentes facetas del consumo, en sentido general, revelan su carácter sociocultural.

«Si la apropiación de cualquier bien es un acto que diferencia simbólicamente, integra y comunica, objetiva los deseos y ritualiza su satisfacción, si decimos que consumir, en suma, sirve para pensar, todos los actos de consumo –y no sólo las relaciones con el arte o el saber– son hechos culturales» (Canclini en Medina, 2000:34)

Algunos investigadores consideran, que estos modelos se pueden incluir dentro de cuatro circuitos socioculturales diferentes en los que se desarrollan los públicos. Estos circuitos son:

«El histórico-territorial, o sea el conjunto de saberes, hábitos y experiencias organizado (...) en relación con los territorios étnicos, regionales y nacionales, y que se manifiesta sobre todo en el patrimonio histórico y la cultura popular tradicional».

«El de la cultura de elites, constituido por la producción simbólica y visual (literatura, artes plásticas).

«El de la comunicación masiva, dedicado a los grandes espectáculos de entretenimiento (radio, cine, televisión, video)».

«El de los sistemas restringidos de información y comunicación destinados a quienes toman decisiones (satélites, fax, teléfonos celulares y computadoras)».(Canclini en Vidal, 2002:89)

El consumo no es para este estudioso un mero acto pasivo o reproductivo, es un acto más bien creativo, en el cual los sujetos se consideran a sí mismos y reflexionan sobre el orden social y sus relaciones con otros. Esto lo explica cuando afirma que todo bien es un estímulo para pensar y al mismo tiempo un lugar impensado, parcialmente en blanco, en el cual los consumidores, cuando lo insertan en sus redes cotidianas, engendran sentidos inesperados.

El pacto de lectura y escenarios de decodificación y reinterpretación, son otras de las ideas que desarrolla Canclini para el estudio de la recepción y el consumo. En la primera se refiere a los acuerdos establecidos entre productores, mercado y público para hacer posible el funcionamiento de la comunicación y reducir la arbitrariedad de las interpretaciones, y los desencuentros entre la producción y la recepción (Canclini en Alonso, 1999: 25) La segunda se refiere a aquellos escenarios que, al igual que la familia, las culturas de los barrios y grupos y otras instancias microsociales influyen en la actividad decodificadora de los públicos.

Canclini, para explicarse las bases sobre las que se sustenta la relación mensaje-receptor, recurre al concepto gramsciano de hegemonía, claro está, teniendo en cuenta primeramente, su concepto de consumo y su respectiva dimensión sociocultural.

El poder cultural -importante mediador entre el poder económico y el poder represivo- al mismo tiempo que reproduce la arbitrariedad sociocultural inculca como necesaria y natural esa arbitrariedad, oculto ese poder económico, favorece su ejercicio y perpetuación. Pero esa eficacia se apoya, al mismo tiempo, en la necesidad de todo individuo de ser socializado, adaptarse a algún tipo de estructura social que le permita desarrollarse personalmente y hallar seguridad efectiva. Esta idea esencial es la que lleva a pensar que la hegemonía no es sólo dominación, y que la transacción no es sólo conflicto, sino también complicidad y aceptación (Canclini en Vidal, 2002:90)

Este investigador también defiende y explica la relación que existe entre lo material y lo cultural. A estas le señala cierta independencia respecto a la de la teoría marxista, entre la estructura y la superestructura. Para este caso, acude a la sociología de la cultura de Bourdieu y su teoría de los campos, como mediador entre lo social y lo individual.

El campo cultural consiste en el sistema de relaciones que incluye a productores, propietarios, creadores, artistas, marchantes, críticos, públicos y demás sectores que determinan las condiciones específicas de producción, circulación y consumo cultural (Vidal, 2002:90)

Los estudios de Canclini son considerados unos de los más criticados dentro de las

corrientes posmodernas, debido a su filosofía consensual, aunque puede ser visto como una vía distinta que no conduce precisamente a evitar los conflictos sino que ayuda a comprenderlos desde sus diferentes aristas.

Las propuestas de Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini tienen diversos puntos de contado, a pesar de que se diferencian principalmente en las fuentes teóricas consultadas.

Otro importante investigador latinoamericano de los estudios de recepción es Guillermo Orozco con su modelo de la mediación múltiple, en el que a diferencia de los enfoques anteriores, se interesa en la investigación empírica de las audiencias y las mediaciones que pueden ocurrir dentro del proceso de recepción. En este modelo radica su mérito principal.

La mediación múltiple, tiene el propósito de bajar la teorización al nivel empírico para que pueda ser investigada. Esta perspectiva es la propuesta más desarrollada sobre la operacionalización de las teorías latinoamericanas de la recepción, pues permite enlazar mediante estudios empíricos, las reflexiones más abstractas con los receptores reales.

El modelo de la mediación múltiple, tiene como principal aporte la integración que permite entre el nivel teórico y el empírico del conocimiento, considerado por los investigadores uno de los mayores retos metodológicos de la investigación social.

Orozco define a los receptores de igual manera que Canclini, aunque dentro de su concepto de audiencia. Considera que la audiencia es heterogénea y a la vez contradictoria, que puede ser objeto y sujeto de diferentes mediaciones, con distintos grados de poder y acceso al bienestar y a la cultura, que posee una memoria individual y colectiva; y que se encuentra deseosa por novedades y espectáculos de acción y ficción, cuentos y dramas.

Una audiencia a veces confusa que debido a su permanente exposición a los medios de comunicación ha perdido credibilidad en ellos. Una audiencia deseosa de aprender, pero capaz de evadirse de las condiciones materiales de su existencia al encender el televisor. Una audiencia que no es mala ni buena, simplemente humana” (Orozco en Vidal, 2002:84)

Algunos de los postulados básicos de la perspectiva de Orozco son:

- 1) La recepción es un proceso, no un momento.
- 2) No es lineal, inequívoco, transparente, ni se reduce a lo que sucede durante el contacto directo con los medios y mensajes.
- 3) Es un proceso sumamente complejo, en el que intervienen múltiples condicionamientos situacionales, culturales, estructurales, racionales y emotivos.
- 4) La identidad de la audiencia se da en términos relacionales, no esenciales.
- 5) Existe una importante diferenciación entre los medios, que condiciona los procesos de interpretación. Diferentes modalidades tecnológicas implican diferentes modalidades de recepción en función de los usos potenciales que conllevan (Alonso, 1999: p.25-26)

Aunque Martín Barbero propuso algunas mediaciones dentro del proceso de recepción, se optó por la propuesta de Guillermo Orozco.

En 1991 Orozco presenta su primera propuesta sobre las mediaciones, propuesta que dos años después la resume en cuatro: individual, situacional, institucional y videotecnológica. La primera depende de las características propias y socioculturales de las personas, e incluyen la mediación cognoscitiva y la mediación referencial, donde la cognoscitiva siempre posee mayor importancia. La mediación situacional, por su parte, obedece a las circunstancias o escenarios en los que se realice la apropiación del mensaje, algunas de las circunstancias son la soledad o la compañía.

En la mediación institucional, Orozco plantea que la televisión no es la única que actúa en la sociedad, también inciden la familia, la escuela, los grupos de amigos, la religión y los partidos; además, afirma que cada institución sanciona y propone normas y formas de interacción social. Por último, la videotecnológica, se refiere a la televisión, pues esta posee un alto grado de representacionalismo, pues tiene posibilidades electrónicas para la apropiación y transmisión de contenidos, elemento que le permite realizar una representación fidedigna de la realidad, y a la vez, provocar reacciones en el público de carácter racional y emotivo.

Orozco desarrolla la idea de que en la interacción de la televisión con el público se presenta una mezcla de mediaciones, las que se pueden expresar en la noción de comunidades interpretativas o grupos de «sujetos sociales unidos por un conjunto

particular de prácticas sociales de las cuales surgen televidencias específicas a lo largo de una combinación específica de mediaciones» (Orozco en Alonso, 1999:28)

A la perspectiva desarrollada por Orozco se le pueden señalar algunos aspectos críticos. En el caso del enfoque de la mediación múltiple, algunos autores han determinados las siguientes limitaciones:

- no existe jerarquización entre las diferentes mediaciones.
- (...) no otorga a la dimensión socioeconómica la centralidad que tiene en la conformación de los públicos y en la determinación de otras instancias mediadoras.
- (...) el nivel macrosocial de análisis no alcanza un lugar significativo en la perspectiva de Orozco, en la que existen escasas alusiones a los modos en que esta dimensión opera en la estructuración de los procesos de recepción y consumo. A través de su noción de comunidades interpretativas centra su atención en las mediaciones microsociales, pero ni las mediaciones macrosociales ni las individuales alcanzan un nivel de concreción suficiente en las categorías conceptuales que utiliza.
- enfatiza en los determinantes culturales de manera abstracta, desvinculados de los procesos económicos y políticos que condicionan la desigual distribución de los recursos materiales y simbólicos, y determinan la posición de las audiencias.

Valerio Fuenzalida es otro de los investigadores que en América Latina se dedicó a los estudios cualitativos de la audiencia. Su propuesta es el enfoque cultural de la recepción activa. Este autor a diferencia de Guillermo Orozco hace énfasis en los aspectos emocionales y afectivos que vinculan al público con la televisión. Algunos de los postulados de su perspectiva son:

- lugar central que en el análisis de la recepción televisiva ocupa la especificidad del lenguaje del medio (compárese su semejanza con la mediación tecnológica de Orozco).
- énfasis en la polidiscursividad de la televisión, que está determinada por la variedad de géneros a través de los cuales se establece una relación diversificada y diferenciada con el televidente.
- carácter fundamentalmente emotivo, placentero y lúdico de la relación del

espectador con la televisión.

- decisiva influencia que el contexto cultural del sujeto receptor tiene en los procesos de recepción, dentro del cual destaca particularmente el papel que desempeñan las condiciones económicas del receptor.

- carácter culturalmente situado y socialmente constituido del receptor, entendido como un «haz de relaciones socioculturales». Los grupos sociales y sus prácticas son importantes fuentes elaboradoras de significación (Fuenzalida en Alonso, 1999: p.30-31)

Fuenzalida concibe a la recepción como un proceso constructivista, dialéctico y conflictivo, esta concepción se acerca en gran medida a las desarrolladas por Orozco, al referirse, al igual que él, a la naturaleza mediada de la interacción de las personas con la televisión.

«Vida grupal, contexto socioeconómico y géneros televisivos son, entonces, mediaciones culturales que participan dinámicamente en el proceso de construcción de sentido que realiza el receptor. (...) los nuevos datos procedentes de la investigación de la recepción llevan a concluir que entre el televidente y el texto televisivo, en lugar de ocurrir una relación causal y unidireccional en uno y otro sentido, ocurre una relación dialéctica» (Fuenzalida en Alonso, 1991:31)

La perspectiva de Fuenzalida está menos estructurada, y se perfecciona con la de Orozco, pues al igual que esta enfatiza en los elementos afectivos y emocionales que intervienen en la recepción televisiva. Fuenzalida ofrece, desde el punto de vista de la apropiación melodramática en particular, la validación empírica de la hipótesis del reconocimiento propuesto por Martín Barbero, para explicar el impacto del género en América Latina. Esto constituyó para los estudios de recepción un significativo aporte.

Las investigaciones realizadas por este autor, son principalmente estudios empíricos sobre recepción de telenovelas. Dentro de los aportes más relevantes de la perspectiva de Fuenzalida, está el descubrimiento de los mecanismos que actúan en el proceso de apropiación de la telenovela por el espectador. Para él los procesos son: identificación, reconocimiento y proyección.

El investigador rechaza la concepción de Freud que comprende la identificación como

pérdida de sí mismo en el otro, para Fuenzalida la identificación es más bien evocación de semejanza, la diferencia entre la memoria cultural y lo que se representa por la televisión, y el reconocimiento de semejanzas y la contrastación de disimilitudes. El televidente se identifica con lo que reconoce como propio y significativo, pero realiza también la operación inversa por contraste: constata la ausencia de lo propio e identifica la presencia de lo ajeno (Fuenzalida en Alonso, 1999: 31)

La perspectiva de los frentes culturales desarrollada por Jorge González, también constituyen otros de los enfoques de gran significación en el estudio de la recepción en Latinoamérica. Esta tiene como eje central el estudio de las culturas populares contemporáneas. González ubica este estudio en cuatro problemáticas principales: la construcción social del sentido; la constitución social de la hegemonía; la lucha por la legitimidad cultural; y los elementos culturales transclasistas y la vida cotidiana.

Como categoría teórico-metodológica para lograr conectar el estudio de los procesos culturales concretos, locales y cotidianos con otros metaprocesos nacionales o regionales a los que ellos se integran, utiliza la categoría frentes culturales. Este estudioso desarrolla una sugerente reflexión acerca de la cultura en la realidad del continente. Para arribar a esta reflexión González se nutre de diferentes fuentes, entre las que se destacan los estudios culturales ingleses, la noción de hegemonía de Gramsci y la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu.

Al retomar la noción de este último sobre habitus o capital cultural incorporado – categoría esta que aplica al terreno de la recepción en la comunicación de masas – logra explicar la dimensión subjetiva de la cultura, gracias a este también desarrolla su interesante concepto de modo de construcción y reinterpretación semiótica. El concepto hace referencia a la forma en que los receptores situados en la sociedad participan del proceso de construcción y reinterpretación selectiva de la ideología que transmiten los medios de comunicación.

En resumen, las teorías y enfoques actuales del proceso de recepción exponen gran riqueza, calidad y diversidad, y a pesar de que en sus características principales se muestran sobre todo muchas semejanzas, también se observan algunas de sus diferencias. En esencia éstas radican en:

- 1) La mayor o menor preminencia que en la estructuración de las audiencias otorgan a los factores macrosociales, económicos ya las clases sociales.
- 2) El nivel más o menos teórico o empírico en que se desarrollan.
- 3) Las fuentes teórico-metodológicas de que se nutren.
- 4) Las categorías empleadas para la integración de los procesos macro y microsociales.
- 5) El modo de entender las mediaciones que en el proceso de recepción intervienen (Alonso, 1999: 33)

Las perspectivas de Ang, Morley, Murdock y Lull ofrecen enfoques de estudios oportunos para posteriores investigaciones sobre la recepción, desde una actitud crítica y conforme a la comprensión materialista dialéctica de los procesos de consumo cultural.

Los enfoques latinoamericanos desarrollan un paradigma de análisis cultural autóctono, que ubica al receptor de manera dinámica en la compleja red de mediaciones y en el contexto concreto, históricamente situado, en que desarrolla su acción, ofreciendo una comprensión de la cultura popular sumamente rica, dialéctica e historizada (Alonso, 1999: 33)

1.3 Los estudios de recepción en Cuba

En Cuba, la investigación teórica sobre comunicación ha tenido diversas etapas que van desde la dispersión y el debilitamiento, hasta la efervescencia y productividad. La investigación comunicológica cubana cuenta con una cierta tradición y como muchas otras, ha presentado períodos de estancamiento y momentos de profundos debates y autocrítica.

Los estudios cubanos sobre la comunicación de masas actualmente poseen cierta tradición. Antes de la década de los años cuarenta, estos estudios fueron aislados y asistemáticos. Se centraban en la comunicación impresa y eran fundamentalmente descriptivos. Dentro de su centro de interés también estaban la determinación de los ratings de audiencia, los estudios de mercado e investigaciones psicológicas

relacionadas con la recepción. Estas aproximaciones, desde el punto de vista disciplinario, estaban basadas principalmente en los enfoques bibliográfico e historiográfico de las publicaciones periódicas.

Esta década fue significativa en la introducción de nuevas aproximaciones, técnicas y objetos de investigación, aunque la principal característica de estos estudios era su propósito especialmente comercial. Las investigaciones en comunicación de los años 40, tenían como centro de interés la determinación de los ratings de audiencia, auspiciados por la Asociación de Anunciantes de Cuba, lo que demuestra la tradicional centralidad de los estudios de recepción y audiencias en el campo de la investigación comunicativa.

Uno de los investigadores cubanos que se encuentra indisolublemente unido a la llegada a Cuba de las encuestas electorales, los "surveys" de variado tipo y la medición cuantitativa de audiencias es Raúl Gutiérrez Serrano. Estos aportes fueron importados directamente del empirismo sociológico de Norteamérica en una de sus vertientes más representativas: los estudios del consumo radial según la denominada "Teoría de las categorías sociales".

A partir de la introducción de la televisión y el auge de las agencias publicitarias, se intensifican en la década del 50 las investigaciones sobre publicidad y medios de comunicación. Se realizan estudios de mercado, de medios y textos publicitarios, además de investigaciones psicológicas relacionadas con la recepción y el impacto de la Publicidad.

Las investigaciones descriptivas de audiencias de medios, en esta década también se extendieron a la prensa escrita y eran conocidas como estudios de lectoría. Uno de los métodos utilizados fue la encuesta coincidental y la categoría de "clase social", considerada en aquellos estudios como la variable sociodemográfica del público.

En este período, la investigación de la comunicación estaba condicionada directamente por diversos factores, entre los que se destacan la lógica económica (a partir de la rentabilidad de la publicidad comercial a través de los medios); la influencia teórica del funcionalismo norteamericano, que dominaba entonces las Ciencias de la Comunicación.

La forma de introducción de las "modernas" técnicas de investigación, marcaron categóricamente las tendencias y enfoques que caracterizaron por mucho tiempo la aproximación a los fenómenos comunicativos presentes en el país. Dentro de esos fenómenos estaban el gran interés por el estudio del público o audiencia, el énfasis en lo descriptivo y cuantitativo, unido a la preocupación por el rigor técnico y la aplicación de métodos científicos de selección muestral y el procesamiento estadístico.

A raíz del radical cambio sociopolítico que representó el proyecto revolucionario inaugurado en 1959, el campo de la comunicación masiva se vio sometido a significativas transformaciones. Los medios de comunicación fueron nacionalizados y con ellos llegaron nuevas funciones, las que radicaron en educar, informar y movilizar, relegando a un segundo plano la problemática de su investigación, y considerándose este uno de los factores que provocaron durante los años 60 y primera mitad de los 70, el debilitamiento de los estudios de la comunicación.

En los primeros años del triunfo revolucionario los estudios sobre comunicación social fueron escasos. Aunque una mirada general a los temas abordados y su tratamiento metodológico revelan las posibilidades de desarrollo de tales enfoques, la continuidad lógica del campo de estudios se perdió, produciéndose un desfase teórico con relación a la investigación regional e internacional.

Los estudios de la comunicación pública se revitalizaron en Cuba en la segunda mitad de los años 70. En esa década, los estudios estaban orientados a satisfacer las necesidades administrativas e institucionales, derivadas de la exigencia de obtener retroalimentación sobre el cumplimiento de las funciones sociales instauradas por el nuevo sistema de comunicación.

En esta época, la trayectoria de los estudios comunicológicos cubanos exhibe importantes diferencias en comparación con los paradigmas y tendencias teóricas que formaban parte del desarrollo de la teoría de la comunicación Latinoamericana. En Cuba, contradictoriamente con las demás regiones de Latinoamérica, la influencia del marxismo y el desarrollo de las teorías críticas tuvieron escasa repercusión.

Las características y funciones de los medios de comunicación cubanos, principalmente su carácter educativo-cultural, determinaron la escasa repercusión de

algunas problemáticas como el imperialismo cultural que no fueron tratadas por los representantes de Cuba con el mismo énfasis que caracterizó al resto del continente.

El excesivo didactismo en la comprensión de los medios tuvo significativa influencia en los enfoques con que se asumió también su investigación. Aunque la visión de las funciones de la comunicación de masas en una sociedad socialista fue hasta cierto punto lógica y ejerció un papel positivo en los primeros años de la Revolución cubana, llegó un momento en que limitó la profundidad de análisis alrededor de las complejas mediaciones que se establecen entre los medios y los procesos sociales y políticos.

La representación de los medios incidió, entre otros factores, en el hecho de que, con la excepción de uno que otro trabajo de especialistas cubanos o algún título de autores extranjeros, la perspectiva crítica no llegara a caracterizar la reflexión cubana en materia de comunicación, además de que los escasos análisis incluidos en este enfoque se orientaran hacia la crítica de los procesos comunicativos, pero no en las sociedades socialistas sino en las capitalistas. El enfoque crítico en la investigación de la comunicación conllevó a análisis relevantes y de marcada sistematicidad, algunos de ellos tuvieron continuidad y actualmente se mantienen.

Uno de los elementos que contribuyó a mantener el énfasis en los estudios de Recepción y Efectos fue, aunque de manera débil, la repercusión de las teorías críticas que por lo general estaban centradas en los estudios del emisor. La escasa publicación y difusión de literatura científica especializada significó un elemento de relevancia influencia en el empirismo que caracterizó durante años a la investigación en comunicación.

En la comunidad científica cubana no se produjo la toma de conciencia crítica del estado de dependencia foránea y la escasa reflexión propia de la investigación comunicológica hasta finales de los años 80 e inicios de los 90. A pesar de los importantes cambios políticos que experimentó la Isla en 1959, resulta interesante constatar cómo las corrientes y modelos norteamericanos prevalecen con mucha fuerza, así como la influencia del paradigma informacional, base epistemológica de la mayoría de aquellas investigaciones.

Muchos de los estudios realizados en este período se desarrollaron con un enfoque "administrativo", y en dispositivos que se adscribían a instituciones de comunicación.

Los estudios académicos, por su parte fueron escasos y se caracterizaban por su empirismo.

Dentro de las instituciones que trabajaron con mayor sistematicidad la investigación de audiencias está el Centro de Investigaciones Sociales de la Radio y la Televisión del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT); y el Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC) y su Centro de Información y Estudios del cine, significativos en el estímulo a los estudios y debates en torno a la comunicación.

El trabajo más sistemático de investigación de audiencias se ha desarrollado en el Centro de Investigaciones Sociales de la Radio y la Televisión del Instituto Cubano de Radio y Televisión. Otra institución significativa en el estímulo a los estudios y debates en torno a la comunicación ha sido el Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC) y su Centro de Información y Estudios del cine. El ICAIC se distinguió por la realización de Seminarios a los que asistían investigadores y críticos de relevancia internacional como Herbert Schiller, Armand Mattelart, Ignacio Ramonet, entre otros.

En los marcos académicos, la investigación más sistemática en cuanto a los fenómenos de la comunicación se ha realizado en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. El Centro de Estudios de los Medios de Comunicación Masiva (CEMEDIM) de la UPEC, fue también uno de los que durante los años 80 promovió la investigación, la producción científica y el debate alrededor de la comunicación pública.

Los estudios comunicológicos cubanos entre 1977 y 1989 están inscritos en su mayoría en los paradigmas de la teoría e investigación norteamericana, esencialmente en la Mass Communication Research y sus diversas corrientes. Los estudios de recepción y efectos, teniendo en cuenta las líneas temáticas, han sido superiores en los medios audiovisuales; mientras que los estudios de la prensa escrita han estado centrados en análisis de contenido (Estudios de mensajes) e investigaciones históricas.

Dentro de los estudios de recepción ha prevalecido considerablemente el Modelo de efectos, la Teoría Funcionalista, a través de la corriente de los Usos y gratificaciones, y aunque con menor influencia, la corriente Empírico-experimental o de la persuasión.

Durante esta etapa se realizaron, ya con mayores pretensiones, algunos intentos de investigación, en los que se utilizaron con más flexibilidad las técnicas cualitativas, observándose además, mayor interés en la profundización que en la descripción cuantitativa.

De esta manera se investigaron cuáles eran las preferencias y hábitos relacionados con el consumo de cine, las motivaciones del público, el uso del cine como medio de modificación de actitudes, la recepción de la crítica y la comprensión del lenguaje cinematográficos, entre otros elementos.

Los estudios de los mensajes se realizaron principalmente en la entonces Facultad de Periodismo de la Universidad de La Habana. Para estos estudios se analizaron las tendencias de las publicaciones periódicas a nivel nacional, y se abordaron aspectos como el cumplimiento de perfiles y objetivos editoriales, el empleo de recursos gráficos, el comportamiento de temáticas y géneros, entre otros. También se investigaron algunas campañas propagandísticas y de desinformación de Agencias de Información internacionales como Prensa Latina y TASS.

En el campo de la radio, el cine y la televisión, también se realizaron estudios de mensajes, aunque en menor medida. En estos medios se tomó como objeto de estudio a sus programaciones informativas. Dentro de las líneas más fecundas fue la de los estudios históricos de la prensa. Como resultado de esas investigaciones se realizaron diversas monografías sobre prensa progresista y revolucionaria y sus principales exponentes en Cuba.

Las principales limitaciones desde el punto de vista de los estudios teóricos, radican en la interpretación y análisis de los procesos de comunicación. En esta etapa se hizo evidente en ellos la falta de referentes teóricos y de paradigmas propios. La influencia del paradigma informacional y la concepción instrumental de los medios de comunicación condujeron al cuestionamiento del concepto de comunicación, y se sugirió además la sustitución de este por el término difusión, para referirse al carácter unilateral de los medios. En Cuba, estas concepciones fueron abandonadas rápidamente por sus autores, dirigiéndose a una reflexión más profunda, reflexiva y con mejor documentación en torno a los modelos de la comunicación.

El profesor Rafael Rivera Gallardo, uno de los especialistas cubanos de mayor investigación en la reflexión teórico-epistemológica, plantea otros de los problemas por los que atravesaba la investigación comunicológica de la Isla. Uno de estos era el carácter mediocéntrico de la actividad investigativa, puesto que se centraba en el examen de los grandes medios, y su preocupación por otras modalidades de comunicación era escasa; la falta de creatividad en el plano teórico- metodológico y la insuficiente interrelación entre los diferentes medios, así como entre los diversos componentes del proceso comunicativo y el descriptivismo investigativo, que estaba orientado a la constatación de un resultado inmediato y no a la comprensión del proceso.

A partir de esta etapa, la investigación de la comunicación comienza un proceso de despegue paulatino, determinado por un respaldo institucional superior, la búsqueda de nuevos temas y referentes teóricos.

La década del 90 trajo consigo nuevas orientaciones para los estudios comunicológicos. El estudio de los procesos de Recepción y Consumo, seguiría ocupando un lugar significativo dentro de estos nuevos enfoques de investigación. Estos estudios estarían impulsados por el peso de la temática a nivel mundial, cuando en el continente americano se desarrollaban importantes aportes para lograr una mejor comprensión acerca del retorno del sujeto y el Paradigma de la Recepción Activa que se perfilaban desde los años 80 como relevantes tendencias de la investigación.

Actualmente, los enfoques de los investigadores cubanos están fundamentados en los diferentes progresos y en las fuentes teóricas que confluyen en el denominado Análisis de la Recepción y Etnografía de Audiencias, esencialmente en la elaboración que de esos postulados han realizado los estudiosos del continente. Sin dudas, las teorías actuales de la recepción constituyen un cambio paradigmático dentro de los estudios de comunicación, se le considera además como tercer estadio de la biografía de campo y viene a reemplazar lo planteado anteriormente, el funcionalista y el frankfurtiano.

En los estudios de recepción se observa a partir de su enfoque teórico metodológico, una perspectiva de significativa complejidad, que retoma una amplia variedad de

fuentes, en la cual su organicidad interna es un proceso que aún está en construcción. Los investigadores cubanos en sus estudios asumen, de la reflexión internacional, principalmente la perspectiva de la investigación crítica de audiencias, y de la Etnografía crítica retoman el interés por alcanzar un conocimiento profundo e historizado, en el que la actividad de la audiencia esté relacionada, primeramente, a estructuras y procesos político-sociales.

La interpretación crítica de Graham Murdock plantea que lo económico constituye un punto de partida para el estudio de los procesos de Recepción, pues para él el factor económico es determinante más bien en primera que en última instancia. Los estudios de audiencia no pueden prescindir del análisis de cómo, las relaciones de los públicos con los medios de comunicación son estructuradas a su vez por la distribución desigual de recursos.

Los investigadores cubanos destacan como relevante dentro de la reflexión teórica del continente, la inserción del proceso de Recepción en una historia cultural que contextualiza las prácticas de lectura y consumo, el rescate de los actores sociales concretos que participan en el proceso de Recepción en tanto proceso de producción e intercambio de sentidos, el reconocimiento de la diversidad y heterogeneidad de los sujetos populares, la mediación social como concepto clave en la comprensión de los procesos receptivos, entre otros.

La búsqueda de elementos de identidad que permitan dar cuenta de la especificidad de las prácticas de recepción y consumo del receptor cubano, es la preocupación central que reclaman los investigadores de la Isla, aún cuando sus reflexiones se insertan en los referentes epistemológicos anteriores.

En Cuba, a partir de la crisis económica de los 90 y a diferencia de la tendencia internacional creciente a la diversificación de los productos mediáticos y la fragmentación del consumo; se redujo la circulación de mensajes comunicativos y se mantiene una fuerte concentración de los medios de servicio público.

Aunque las nuevas tecnologías no inciden en toda la población cubana, sí en una gran parte de ella y esto conlleva al consumo de productos ajenos al sistema nacional, de fuentes alternativas de información. El acceso a estas nuevas tecnologías, aunque sea minoritario, cada vez es más creciente e influyente. Otro de

los aspectos que pudiera incidir en la actitud de los receptores y en su actividad perceptiva es la ausencia de publicidad comercial en la comunicación.

En las investigaciones cubanas son escasas las indagaciones que permiten dar cuenta de la especificidad de las prácticas de recepción y consumo del receptor cubano. Los estudios realizados en Cuba sobre la Recepción de Telenovelas, muestran la riqueza y carácter activo de este proceso, y permiten un acercamiento a los rasgos que diferencian la producción social de significados y las estrategias de interpretación que identifican a los grupos sociales.

Los estudios cubanos manifiestan que la posición que ocupa el individuo en la estructura socioclasista tiene un efecto estructurador sobre sus estrategias y códigos receptivos, aún cuando este efecto no es directo ni mecánico.

En la investigación de González Manet, una constante en su reflexión crítica, es la preocupación por los efectos sociales, culturales y políticos de las transformaciones tecnológicas, las recomendaciones sobre la necesidad de abordar estos procesos con nuevos conceptos y con una visión más amplia e integrada. Esta reflexión, no siempre ha sido comprendida ni considerada institucionalmente en la magnitud que realmente requiere.

Elementos como la creación del Círculo de investigadores de la Asociación Cubana de Publicitarios y Propagandistas demuestran en parte la comprensión del lugar que ejerce la comunicación como aspecto esencial de la vida de las instituciones. En los últimos años se observa en materia académica un incremento de las tesis de Licenciatura y Maestría sobre estas temáticas, así como una fuerte demanda de superación profesional postgraduada, sin embargo, los estudios de recepción son sumamente exigüos en estas investigaciones.

Algunas de las líneas de investigación más frecuentes son los estudios de Identidad e Imagen corporativas de entidades lucrativas y no lucrativas, Campañas y Spots Publicitarios o de Bien público, Diagnósticos de Comunicación institucional, entre otras.

Aunque con la investigación en esta área de la comunicación se ha logrado un incremento acelerado, aún se necesita una mayor conceptualización y teorización,

con el fin de vencer el instrumentalismo propio de varios de sus estudios o la asimilación acrítica de corrientes ajenas al contexto cubano. Es necesario además, el estudio en profundidad del público, el criterio que este tiene sobre lo que lee, escucha o ve en nuestros medios de comunicación, con el objetivo de que los mensajes que se publiquen estén acordes a las necesidades y el gusto de las personas, pues a fin de cuentas ese es el objetivo fundamental de los medios.

Si bien es cierto que se en la última década la investigación comunicológica cubana ha logrado significativos avances que demuestran la maduración teórico-metodológica como son los cursos impartidos por investigadores extranjeros, la realización de maestrías en Ciencias de la Comunicación, el interés por la construcción de paradigmas propios, entre otros, aún falta mucho camino por andar.

La investigación comunicológica de la Isla requiere una mayor articulación entre el trabajo científico y los requerimientos de la práctica social, un incremento de la producción intelectual, un mayor impacto de las investigaciones, un equilibrio entre lo académico y lo administrativo, sobre todo, la generación de enfoques teóricos propios que se puedan aplicar al contexto y la realidad cubana.

Aunque los recursos y las condiciones para la realización de investigaciones sólidas y sistemáticas son sumamente precarias, es necesario que los esfuerzos y los aportes de la investigación académica latinoamericana confluyan en la construcción de un conocimiento más sólido, más concreto y que posea mayor relación con la comunicación.

En el caso particular de Granma, y del semanario **La Demajagua**, los estudios han sido escasos. Los realizados hasta hoy se han enfocado hacia la búsqueda de detalles históricos sobre el surgimiento y evolución de diversas temáticas, y recientemente hacia el tratamiento de género. En los últimos 30 años no existen estudios precedentes de este tipo por lo que se considera una necesidad realizar un estudio en este medio de prensa para conocer la percepción que tiene la audiencia sobre este medio.

Aunque esta investigación no se puede definir como un estudio de recepción sí se puede afirmar que es una aproximación a este. En él se evalúan cuáles son los productos comunicativos que los lectores consumen y cuáles quisieran consumir. El

presente Trabajo de Diploma abre el camino para un estudio que investigue la importancia que los lectores le atribuyen a los mensajes periodísticos, teniendo en cuenta los conceptos predominantes en el público y la valoración que ellos tienen. Es la apertura a lo que pudiera ser un estudio de recepción.

CAPÍTULO II: ANALISIS DE LOS RESULTADOS

“Cada publicación periódica debe distinguirse por expresar en toda su riqueza y con el lenguaje adecuado, los intereses, problemas, tareas, aspiraciones del sector social o territorio a que responde, con rigor profesional, profundidad editorial, amenidad y buen gusto”

(Programa del Partido Comunista de Cuba)

2.1 Aproximación histórica al semanario La Demajagua

El semanario **La Demajagua** tuvo entre sus precedentes más significativos a los periódicos El Cubano Libre, el Antirregañón floridano, Combatientes del Cauto, Sierra Maestra y la revista Orto. Estas y otras publicaciones que circulaban en el territorio granmense antes de 1959, desaparecieron automáticamente con el triunfo de la Revolución. A pesar de que hasta entonces mantenían informada a la población granmense y oriental, ya no se correspondían con el momento histórico cubano que se vivía.

Al **Antirregañón floridano** se le considera el primer periódico de Bayamo y su surgimiento se enmarca a 1801, siendo este el año en que se conoce la primera edición. En esta publicación el Ejército colonial veía sus intereses representados.

El Cubano Libre fue considerado el primer periódico guerrillero de Cuba, y realizó su primera publicación por orden de Carlos Manuel de Céspedes en octubre de 1868, bajo la dirección de José Joaquín Palma. La revista **Orto** que circuló entre 1912 y 1952 se encargó de resaltar el trabajo literario de la provincia. En ella sobresalieron los escritores Manuel Navarro Luna y Juan Marinello.

La etapa revolucionaria en materia informativa se pretendió suplir a través de boletines y octavillas, pero no fue hasta la de la creación los periódicos regionales **Combatientes del Cauto** y **La Demajagua** que se resuelve en alguna medida la necesidad del pueblo de información. La primera edición de **Combatientes del Cauto** fue en marzo de 1968 durante la primera Operación Victoria de Girón y estuvo dirigida a los pobladores del Valle del Cauto y de los alrededores de Bayamo. Se considera que esta publicación es el antecedente más cercano del actual semanario **La Demajagua**.

En ocasión de la segunda Operación Victoria de Girón sale el primer número de **La Demajagua** el 13 de abril de 1969 en Manzanillo, dirigido a los pobladores de la zona del Guacanayabo. Ambos periódicos circularon hasta 1975 pues el territorio se preparaba para una nueva etapa en el periodismo y en la dinámica informativa.

El periódico santiaguero **Sierra Maestra** que circuló en toda la parte oriental del país, fue el encargado de informar a la población granmense en el período de 1975 a 1977. Diversas razones imposibilitaron esa tarea, hecho que condicionó la creación en Granma de una página semanal identificada como “Edición para la provincia Granma”, realizada por un equipo de 12 compañeros. La nueva publicación devino escuela para quienes se encargaron posteriormente de la confección del actual semanario **La Demajagua**.

A raíz de la división político-administrativa, el Comité Provincial del Partido Comunista de Cuba en Granma, decidió crear el 11 de abril de 1976 un periódico de circulación diaria para el territorio y con el nombre de **La Demajagua**, en honor al Padre de la Patria. Para el cumplimiento de este propósito era necesario buscar un lugar adecuado que sirviera como sede. Este resultó ser el perteneciente a las oficinas de la Central de Trabajadores de Cuba (CTC) y a la delegación de CUBATABACO.

La selección del personal directivo y de redacción que iniciaría su labor en el nuevo órgano de prensa se realizó entre los reporteros de los periódicos **Combatientes del Cauto** y **La Demajagua**.

Con la edición especial para los participantes en la construcción de la sede de la Asamblea Provincial del Partido, se creó el 9 de octubre de 1977 **La Demajagua**. El primer número del Órgano Oficial del Partido Comunista de Cuba en Granma se publicó al día siguiente en conmemoración a la histórica fecha; pero no es hasta un año después que se publica el primer ejemplar completamente procesado en la provincia. El periódico era realizado gráficamente en Bayamo hasta entonces, sus matrices se grababan en el **¡ahora!** de Holguín y la tirada en el **Sierra Maestra** de Santiago de Cuba, con 10 mil ejemplares por edición.

La construcción del poligráfico José Joaquín Palma en Bayamo propició el traslado de la redacción del periódico a su actual sede en el reparto Roberto Reyes, entre calle 10 y Amado Estévez. El 20 de diciembre de 1986 fue inaugurado por Fidel Castro,

quien se encontraba en un recorrido por el oriente del país. La impresión de la publicación que circulaba en un primer momento con 33 mil ejemplares por edición (a veces ascendía a 38 mil) y seis veces a la semana, mejoró considerablemente luego de este hecho.

El derrumbe de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) en 1990 y las nuevas medidas económicas impuestas por el gobierno norteamericano, conllevaron a un nuevo período de crisis en el país. De las 41 mil toneladas de papel gaceta que se recibían de la Unión Soviética, el 61 %, o sea 25 mil toneladas, se dedicaban al trabajo de la prensa escrita, lo que significó grandes cambios para la prensa plana de la Isla.

De la Europa Socialista también provenía una gama de productos necesarios para el ejercicio del periodismo: desde los rollos y demás materiales para la fotografía, hasta el combustible para los automóviles de los medios.

Hacia mediados de 1990 la situación se acrecentó de tal forma que resultaba insostenible, las reservas de papel del país comenzaron a disminuir. A la prensa plana de la Isla le comenzaba a escasear de manera abrupta su principal sostén material. Ante esta situación era imposible una adaptación a las nuevas condiciones.

El Gobierno cubano dispuso algunas medidas para aliviar en cierta forma la nueva crisis. En el caso de **La Demajagua**, fue necesario reducir su salida a tres veces por semana y en enero de 1992 el formato estándar se convirtió en tabloide. Las constantes interrupciones en el servicio eléctrico e hídrico afectaron la puntualidad de las impresiones, hecho por el cual se debían publicar frecuentemente notas en disculpa de las molestias.

A raíz de estas afectaciones, el Partido Comunista de Cuba en la provincia en conjunto con la Empresa Eléctrica y el personal del rotativo, en aras de garantizar el servicio eléctrico en el horario nocturno del viernes cambió la salida del mismo para el sábado. En abril de 1992 fue considerado Semanario, con una tirada de 42 mil ejemplares por edición.

Actualmente el Semanario aún se mantiene en pleno proceso evolutivo, pues junto a esos cambios devino la sustitución de la composición tipográfica de caja y linotipo por la de computadoras en 1997. A partir de aquí se inició un proceso de digitalización, lo que presupuso la preparación del personal en la redacción y en el diseño directo de la plantilla. El proceso concluyó con la unión en enero de 2001 del equipo de trabajadores del poligráfico y el periódico, lo que favoreció estéticamente a la publicación, además sentó las bases para elevar la eficiencia en la gestión productiva editorial.

La Demajagua, hoy tiene una salida por semana, los sábados y con 31 200 ejemplares por edición, distribuidos por la oficina territorial de correos como su principal canal. Esa cifra es repartida en todos los municipios de la provincia, destinando un mayor número a la capital provincial, Bayamo y Manzanillo por ser la segunda en importancia.

En él laboran 14 periodistas, quienes tienen al frente un Director, un Jefe de Información y un Jefe de Redacción. El colectivo del Semanario también se encarga de la redacción de de la página digital. Una diferencia con respecto a otros años radica en que un número considerable de sus reporteros son graduados de Periodismo.

Los suplementos *Tiempos*, *Montañas* y *Vértice* comienzan a salir a partir del año 1999 como parte del propio semanario. Estos dedicados a los jóvenes; a los pobladores de los municipios granmenses enmarcados en el Plan Turquino-Manatí con una salida semestral; y a promover esencialmente la vida cultural de todo el territorio granmense y el concurso literario de cuentos breves que lleva su mismo nombre, respectivamente.

Posteriormente, en octubre de 2001 desaparece esta práctica y se desprende *Vértice*, ganando la publicación de manera general en la calidad del diseño. Un nuevo suplemento salió en 2010 titulado *Sismos* y con un solo número.

La Demajagua actualmente es Centro Vanguardia Nacional, condición que ostenta desde el año 2004. En 1997 se le otorgó la distinción Mejor Colectivo Provincial del

sindicato de la Cultura y desde 1998 es Centro de Referencia Sindical Provincial. La UPEC de la provincia en año 2000 la destacó como Mejor Delegación de Base, para resaltar la labor informativa y política ideológica que llevan adelante. Además se le fue concedida la Orden Héroes del Moncada que otorga el país.

El semanario actualmente dedica sus páginas a los siguientes contenidos:

La 1: portada básicamente informativa; la 2: fundamentalmente informaciones (con espacios fijos como Chequeo de Programas y Efemérides; la 3: de opinión y de relación con los lectores, en ella aparecen secciones como “Dibujando el Criterio”, “Verdades Cotidianas” y “A vuelta de Correos”, estas podrán aparecer indistintamente en correspondencia con la extensión de los trabajos; la 4 y la 5: para los llamados trabajos de fondo: reportajes, entrevistas y otros géneros, y las columnas **Vida y Salud, Remembranzas y azares, Estampas del último sábado y Con el polvo del Archivo**. Estas columnas no tienen espacio fijo. La página 6: dedicada a la publicación de temas deportivos; la 7: a los contenidos culturales; y la 8: a temas generales y con variedad de géneros.

2.2 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Selección de la muestra

La muestra para las encuestas se seleccionó teniendo en cuenta que el periódico está dedicado a mayores de 14 años. Se decidió limitar el universo de la presente investigación a las personas de 15 años y más que residen en la provincia Granma. La cantidad de habitantes que comprenden estas edades en el territorio, según el informe presentado en 2012 por la oficina provincial de estadística, es de alrededor de 674 005. A esta población se aplicó la encuesta y los grupos de discusión. Estos grupos se conformaron con 4, 5 y 6 personas cada uno.

Para seleccionar la muestra de las encuestas entre esa población se utilizó como referencia el criterio del Doctor en Ciencias de la Comunicación Rafael Fonseca Valido quien plantea que una población en el rango de 10 000 a + infinito, puede optar por muestras probabilísticas de alrededor de 900 personas para indicadores de confianza de 99% y error de 0,01%, con una probabilidad asociada del 50%. Esta cifra fue distribuida en los trece municipios pertenecientes a la provincia. El mayor

número de encuestas le fue asignado a Bayamo, por ser la cabecera provincial, seguida de Manzanillo, segunda ciudad en importancia y las demás se distribuyeron de manera equitativa en cada territorio. (Véase **Tabla 1**)

Tabla 1

Municipios	No. De personas encuestadas
Bayamo	150
Manzanillo	100
Jiguaní	90
Niquero	85
Río Cauto	85
Media Luna	50
Campechuela	50
Guisa	50
Buey Arriba	50
Bartolomé Masó	50
Cauto Cristo	50
Yara	50
Pilón	50
Total	900

ENCUESTA

La encuesta se realizó a las personas de 15 años en adelante. El modelo utilizado fue la encuesta por cuestionario (Véase **Anexo # 1**) y estuvo compuesta por 18 preguntas cerradas. Se eligieron las preguntas cerradas para obtener un análisis rápido de los resultados, además, porque de esta manera el encuestado requiere menor esfuerzo y tiempo para responder, pues sólo debe ajustarse a las opciones que se le ofrecen.

Como preguntas introductorias se utilizaron las cinco primeras, estas con la intención de reunir algunos datos demográficos. La séptima interrogante hacía referencia a las vías mediante las cuales se adquiría el semanario. Las trece preguntas restantes se conformaron a través de preguntas de cantidad, gusto, cantidad y frecuencia con el objetivo de analizar aspectos propios del Semanario como las secciones más leídas, la investigación, la actualización, la continuidad de los temas, la crítica, entre otros. En la última pregunta el encuestado tenía la opción de marcar los temas que

consideraban debían abordarse más, además podían agregar los temas que le interesarían fueran publicados.

OBSERVACIÓN CIENTÍFICA

La observación científica se realizó todos los sábados durante los meses de febrero, marzo y abril en los puntos de venta de los municipios Bayamo, Manzanillo, Yara y Bartolomé Masó. Se escogieron estos municipios por la cercanía entre ellos, además, por ser Bayamo la capital provincial y Manzanillo la segunda ciudad en importancia del territorio. Esta técnica se utilizó de manera oculta para comprobar si los ejemplares del semanario provincial se vendían y cómo era la oferta con respecto a la demanda. Además, para conocer cuál era el o los grupos sociales que más lo adquirían.

GRUPOS DE DISCUSIÓN

Los grupos de discusión (Véase **Anexo #2**) se realizaron para profundizar en los resultados de la encuesta y conocer cuál es la apreciación que tienen los lectores de la provincia Granma acerca del semanario **La Demajagua**. Además, para revelar los posibles motivos de algunas respuestas de los encuestados. También se realizó un grupo de discusión con los periodistas, fotógrafos y correctores del semanario. Esta técnica se realizó teniendo en cuenta las siguientes categorías:

Las categorías empleadas en los grupos de discusión y las encuestas fueron los estudiantes (personas vinculadas al sistema tradicional de educación), los trabajadores (personas que son remuneradas por realizar alguna actividad estatal o privada), las amas de casa (mujeres que no tienen vínculos laborales ni estudiantiles), y los jubilados: hombres y mujeres que por problemas de salud o por la avanzada edad están desvinculados de las actividades laborales)

La selección de los grupos está fundamentada en la búsqueda de mayor representatividad, además, porque existe correspondencia con el objetivo de la investigación.

Los grupos de discusión se desarrollaron a través de la técnica del hilo conductor, mediante la cual la investigadora planteaba las preguntas y los integrantes las comentaban. El rol de la investigadora fue el de conductora de las opiniones de los grupos. Aunque se realizaron preguntas cerradas, estas, como se esperaba, condujeron a profundos debates. Las preguntas abiertas permitieron un mayor grado de profundización en los temas abordados, así como diversidad de criterios sobre el mismo contenido.

A través de esta técnica se socializaron las opiniones de sus miembros, siempre primó el respeto a los criterios de los demás. Los debates fueron organizados, cuando alguien emitía su opinión todos lo escuchaban, ya fuese para cuestionarlo como para apoyarlo.

ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

Se realizaron cinco entrevistas en profundidad (Véase **Anexos # 3, 4, 5, 6 y 7**) a periodistas vinculados o no a los medios (3) y escritores (2) de Manzanillo y Bayamo. El modelo de entrevista utilizado fue la entrevista estructurada, basada en el diálogo formal de preguntas y respuestas. Todas las entrevistas responden a un mismo cuestionario, con el objetivo de conocer si coinciden o no las opiniones en una misma pregunta. Los entrevistados se seleccionaron al azar es por eso que no se observa diversidad de género.

Mediante el empleo de este método se pudo conocer los puntos de contacto entre los entrevistados y los demás lectores así como una mayor profundización en las respuestas. Las preguntas realizadas fueron abiertas y cerradas, en el caso de esta última, condujeron, en algunos casos a amplios comentarios.

2.3 Análisis de los resultados

El análisis de los resultados se realizó a través de la triangulación de las diferentes técnicas utilizadas en la investigación. Para la obtención de los resultados fue necesario establecer cuatro objetivos, los que permitieron una mejor organización:

Objetivo 1: Analizar la circulación de los ejemplares del semanario en los puntos escogidos, ver cómo se comportaba la demanda con respecto a la oferta y determinar el grupo social que más lo adquiere.

Objetivo 2: Conocer mediante la opinión de los lectores cuáles son las secciones más leídas y su criterio acerca de las mismas. Además, escuchar a los lectores expresar sus ideas en cuanto a los periodistas que prefieren y sus consideraciones sobre la continuidad de los temas, la actualización e investigación del semanario, así como su opinión sobre la crítica periodística que en él se realiza.

Objetivo 3: Analizar si el semanario **La Demajagua** refleja los intereses de los granmenses y la proximidad de estos con su realidad.

La primera pregunta del cuestionario demostró que de los encuestados un 53 % eran mujeres y un 47% hombres (Véase **Anexo #8**), este resultado indica que el público femenino es el que más lee el semanario.

Los resultados de la segunda pregunta, referente a la edad, revelaron que las personas entre 40 a 59 años son quienes más leen el semanario, seguidos por un 27,55% en las edades de 26 a 39. Esta pregunta permitió conocer que los jóvenes de 14 a 25 años son quienes menos lo leen (Véase **Anexo #9**)

La pregunta tres -referente al municipio de referencia- se utilizó para que se cumpliera con la cantidad de encuestas previstas para cada municipio.

En el caso de la pregunta cuatro –sobre el grupo social de los encuestados-, los resultados obtenidos revelaron que los trabajadores son el grupo social que más lee el semanario, con un 73% de los encuestados, a estos le siguieron los jubilados con un 9.7%, después con el 8.88% los estudiantes, y por último, las amas de casa con un 7,6% % (Véase **Anexo #10**)

El 39,77% de los encuestados afirmó ser graduado universitario, el 24,88% de técnico medio, el 24,33% de doce grado, el 8,77% de noveno, el 2% de sexto y el 0,22% confesó no haber terminado el nivel primario (Véase **Anexo #11**)

La pregunta seis sobre la frecuencia de lectura del semanario se pudo conocer que un 38,11% solo lo lee a veces, un 29,11% siempre, un 25,88% casi siempre y el 6,88% restante nunca (Véase **Anexo #12**)

Se demostró mediante la séptima pregunta que la vía más utilizada para la lectura del semanario es en el centro de trabajo con el 26,49%, seguido del préstamo del mismo con un 25,65%. En el caso de la suscripción, un 24,70 % expresó leerlo a través de esta vía y por Internet un 4,53% y por otras vías un 0,71% (Véase **Anexo #13**) Los grupos de discusión permitieron conocer que dentro de las otras vías estaban la compra del semanario a sobreprecio.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos mediante los diferentes métodos y técnicas empleados en la investigación. Con el fin de presentar una mejor claridad de los mismos, se analizan a través de los objetivos declarados anteriormente.

Objetivo 1

Mediante el análisis de las 13 ediciones correspondientes a los meses de febrero, marzo y abril se conoció que en la provincia se asignan 31 200 ejemplares, y se distribuyen en los 13 municipios del territorio (Véase **Tabla 2**). La provincia tiene 5473 suscripciones estatales y 10 113 personales y a la venta en estancillos se dedican 15 614 ejemplares. La cantidad de ejemplares por habitantes de 15 años y más es de 22.

Tabla 2

Municipios	No. de ejemplares
Bayamo	8262
Manzanillo	4201
Jiguaní	2030
Yara	2990
Campechuela	1899
Niquero	1600
Media Luna	1000
Bartolomé Masó	2400
Guisa	1579
Río Cauto	1930
Buey Arriba	1209
Cauto Cristo	900
Pilón	1200
Total	31 2000

En las cifras que muestra la tabla se incluyen todos los puntos de venta y la entrega personal y estatal. En los estancillos de los municipios seleccionados, se observó espera y aglomeración en los interesados en la llegada y venta del semanario **La Demajagua**. Los ejemplares asignados en estos puntos de venta no son suficientes, la demanda siempre fue mayor a la oferta. El grupo social que predomina en la compra del periódico son los hombres de la tercera edad, la mayoría de ellos jubilados.

Objetivo 2

Las secciones y columnas que tuvieron mayor preferencia fueron **Verdades Cotidianas** con el 65,03%, **Vida y Salud** con un 47,73%, **Dibujando el Criterio** con el 40,09%, seguidas por **Efemérides** con el 36,51% y **A Vuelta de Correos** con 34,48% (Véase **Anexo #14**)

Los grupos de discusión permitieron conocer que para los lectores la sección de mayor preferencia es **Verdades Cotidianas**, pues en ella los granmenses ven reflejados algunos de sus problemas. Además, la mayoría considera que, dentro de las secciones, es en ella donde se publica lo más cercano a la realidad del territorio.

Vida y Salud es considerada importante por los conocimientos que aporta a la población, pues su lectura permite conocer como lograr una mejor calidad de vida. **Dibujando el Criterio**, por su parte, es para la mayoría la realidad vista de diferentes maneras -fotos o caricaturas-. En los grupos de discusión la mayoría afirmó que la sección **Efemérides** tiene gran significación, pues debemos conocer cuáles son los acontecimientos más relevantes porque la historia siempre será necesaria.

La sección **A vuelta de correos**, según los grupos de discusión es interesante y sobre todo necesaria, pero necesita mayor crítica desde el punto de vista del periodista.

Por su parte, consideran que los temas que se tratan en la sección **Con el polvo del archivo**, son muy relevantes porque contribuyen con el desarrollo de la cultura general, los textos se abordan desde su origen y presentan gran parte de su historia.

En las entrevistas predominó el interés por la **Página 3**, dedicada a la opinión, y de las secciones, **Dibujando el Criterio** y **A Vuelta de Correos** porque los temas que se abordan son interesantes y muy cercanos a los lectores. Las columnas **Vida y Salud** Remembranzas y Azares, de los periodistas María Valerino San Pedro y Eugenio Pérez Almarales también estuvieron dentro de las preferencias.

De los encuestados, el 74,58% aseguró leer todas las páginas del semanario. La página más leída, con el 10,81%, fue la tres -dedicada a la opinión-, seguida de la primera con el 9,9%, y la segunda con el 7,39%. Luego la sexta con el 7,04%, la séptima con el 4,53%, la quinta con el 4,41 y por último la cuarta y octava, ambas con el 3,57% (Véase **Anexo #15**)

El 66,94% de los encuestados consideró que en el semanario solo algunos de los trabajos que se publican reflejan los problemas que afectan a la población granmense, el 21,12% opinó que muchos, el 11,57% muy pocos y el 0,35% que ninguno (Véase **Anexo #16**)

En los grupos de discusión se planteó que la mayoría de los trabajos aluden a Bayamo y que se debe recordar que Granma no es solo la capital provincial. Algunos

de los entrevistados aseguraron que se toman en cuenta muchos de los problemas, pero todavía quedan zonas, entidades y territorios en entredicho.

En cuanto a si se da o no continuidad a los temas, el 46,06% afirmó que casi siempre, el 26,96% que siempre, el 26,13% que a veces y el 0,83% que nunca (Véase **Anexo #17**) En los grupos de discusión se planteó que hay muchos temas que se le ha dado seguimiento pero a otros no.

De los encuestados el 43,43% planteó que el semanario siempre ofrece informaciones actualizadas, el 43,07% casi siempre, el 11,93% a veces, el 1,31% rara vez y el 0,23% nunca. (Véase **Anexo #18**) Algunos entrevistados plantean que pudiera ser más actual y debe despojarse de algunos hábitos rutinarios. En el grupo de discusión realizado con periodistas, fotógrafos y correctores del periódico, estos señalaron que no podemos olvidar que **La Demajagua** no es un diario y que cuando se publican los trabajos, los demás medios lo han hecho con anterioridad.

En las encuestas, el 50,23% afirmó que los periodistas para realizar sus trabajos solo investigan medianamente, el 43,07% expresó que mucho, el 6,22% muy poco y el 0,47% nada (Véase **Anexo #19**) Los grupos de discusión permitieron conocer que muchos consideran que en varios casos falta investigación, a veces los trabajos son muy superficiales. Algunos entrevistados plantearon que, sin ser absolutos, los periodistas del semanario no profundizan en los problemas, se hace un periodismo de causas y no de consecuencias y cuesta mucho ver la opinión de quien hace el trabajo. El 34,24% de los encuestados, expresó en el inciso E de la pregunta 18 que desea se publiquen trabajos que requieran mayor investigación.

El 74,82% de los encuestados aseguró preferir los textos no tan largos, el 14,31% se inclinó por los largos y el 10,85% por los cortos (Véase **Anexo #20**) Quienes integraban los grupos de discusión plantearon que hay textos que realmente requieren determinada extensión pero hay otros que no porque llegan a ser monótonos.

Para el 60,73% de los encuestados, en el semanario solo se publican algunos trabajos de crítica. El 25,29% afirma que son muchos, el 13,60% muy pocos y el 0,35% ninguno (Véase **Anexo #21**) Los entrevistados, por su parte afirman que aunque sí se hacen, estos debieran tener más fuerza, sistematicidad y espíritu crítico, que logre o al menos intente transformar y que esté libre de convencionalismos, pasividad y ataduras. La crítica se debe ejercer sin miedo, esta siempre ayuda a mejorar. En los grupos de discusión coincidieron criterios en cuanto a que la crítica no debe ser solo en el aspecto social, se deben hacer también críticas culturales.

El resultado del inciso D de la pregunta 18, referente a los temas que a los lectores le gustaría que se abordaran más, arrojó que el 63,60% desea que el periódico publique un mayor número de críticas que ayuden o sugieran posibles soluciones.

Mediante las encuestas y los grupos de discusión se pudo apreciar que la mayor parte de los lectores no tiene preferencia por uno u otro periodista. Dentro de los encuestados, el 45,22% afirmó no inclinarse por ninguno. El 19,57% de los encuestados aseguró preferir a la periodista Sara Sariol Sosa, el 8,83% a María Valerino San Pedro, el 7,63% a Osviel Castro Medel, el 5,60% a Luis Carlos Frómata Agüero y el 5,13% a Juan Farrel. Otros de los periodistas a los que se les reconoció su desempeño hasta el momento en el semanario fueron Eugenio Pérez Almarales, Orlando Fombellida Claro y Luis Morales Blanco.

Objetivo 3

El 39, 37% de los encuestados aseguró que solo a veces el periódico publica trabajos que resultan interesantes, el 38,90% dijo que casi siempre, el 20,28% siempre y el 1,43% rara vez (Véase **Anexo #22**) Los entrevistados afirmaron que aunque en algunos casos los trabajos son interesantes, deben ser más objetivos, oportunos y abarcadores, además los temas reflejar los intereses propios de los granmenses. En los grupos de discusión se planteó que en ocasiones se publican temas que resultan interesantes, pero cuando lo lees sientes decepción porque no se profundizó en lo que era realmente interesante.

Los temas que a los encuestados les interesan se aborden más en el semanario, se pudieron conocer a través de la pregunta 18. Estos fueron la historia de la provincia con el 52,62 %, seguido por los temas económicos con el 42,48%, y la ciencia y la tecnología con el 27,32% (Véase **Anexo #23**) El 17,42% sintió interés por otros temas, entre los que se destacan los familiares –conductas y orientaciones familiares, las inversiones que se acometen en las empresas y que contribuyen con el desarrollo de los municipios. Sobresale además el interés por los temas sobre el trabajo no estatal y la vida de las personas en la montaña y los restantes municipios y dentro de estos, los barrios con mayores dificultades.

Conclusiones

Atendiendo a los objetivos planteados, la presente investigación arrojó los resultados siguientes:

1. Solo algunos lectores del semanario **La Demajagua** ven reflejados sus problemas en él.
2. Las secciones **Verdades Cotidianas, Vida y Salud, Dibujando el Criterio, Efemérides y A Vuelta de Correos** resultaron las más leídas.
3. El público de Granma espera que en el periódico se publiquen críticas que sugieran posibles soluciones.
4. Es de interés para los lectores que en el semanario se aborde más la historia de la provincia.
5. Los trabajos críticos requieren mayor sistematicidad y espíritu crítico
6. Se requiere más preparación e investigación de los periodistas del medio, la búsqueda de información incide en la calidad de los trabajos.
7. Aunque se publican trabajos de interés para los lectores, los periodistas no logran la objetividad necesaria.

Recomendaciones

1. Analizar la aceptación que tiene el diseño del semanario La Demajagua en los lectores de la provincia.
2. Realizar con mayor frecuencia trabajos especializados.
3. Reflejar los problemas de todos los municipios de la provincia.
4. Utilizar la presente investigación como referente para el periódico, que permita posteriormente elaborar estudios de audiencia para conocer cómo aprecian los lectores granmenses al semanario **La Demajagua**.

Bibliografía

1. Alonso, M., y Saladrigas, H. (2006): *Teoría de la comunicación: una introducción a su estudio*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
2. Alonso, M. (2003): *Teoría de la comunicación. Apuntes*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
3. Alonso, M., y Saladrigas, H. (2000) *Para investigar en comunicación social*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
4. Alonso, M. (1999): *Teorías de la recepción en la comunicación de masas*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
5. Wolf, M. (2005): *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. La Habana: Editorial Félix Varela.
6. Wolf, M. (2007): *Los efectos sociales de los media*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
7. Vidal, J. (2002): *Medios y públicos: Un laberinto de relaciones y mediaciones*. Estudio sobre los efectos y la recepción de los mensajes mediáticos. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
8. Rodríguez, M. (2003): *Tendencias del periodismo contemporáneo*. Selección de lecturas. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
9. Medina, I. (2000): *Desde el otro lado*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
10. Hernández, I., y Pérez, C. (1992): *Estudio hemerográfico del periódico La Demajagua*.
11. Colectivo de Autores. (2005): *Selección de Lecturas de Comunicación Social*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
12. Rondón, L., y Valdés, A. (1984): *Algunos aspectos del desarrollo histórico de la prensa plana en Granma*. Tesis de Diploma.

13. Martín, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. (versión digital. ed.). México: Gustavo Gili.
14. Hernández, R. (2003): *Metodología de la investigación 1*. La Habana: Editorial Félix Varela.
15. _____: (2003): *Metodología de la investigación 2*. La Habana: Editorial Félix Varela.
16. Timoteo, J. (2005): *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
17. Mattelart, A., y Mattelart, M. (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Editorial Paidós.
18. Reyes, Y. (2009) *Estudio de recepción de los programas informativos de la emisora CMKS Radio Trinchera Antiimperialista Guantánamo*. Tesis de Diploma. Facultad de Humanidades, Universidad de Oriente.
19. Gómez, R. (1988): *Las Investigaciones Sociales sobre los Medios de Difusión en Cuba*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Editorial.
20. Corominas, M: *Los estudios de recepción*. Disponible en: www.comunicacionymedios.com/comunicacion/teorias/textos/maria_corominas_estudios_recepcion.htm. Consultado el 18 de enero de 2013.
21. Fonseca Valido, Rafael: *El consumo de material periodístico en la región oriental de Cuba*. Disponible en: www.monografias.com/trabajos11/artitres/artitres.shtml. Consultado el 18 de enero de 2013.
22. Gámez, N. (2005): *La mediación como objeto de estudio de la comunicación: crítica y perspectivas*. Tesis de Maestría, Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana.
23. Kaplún, M. (2003): *Paradigmas y modelos de comunicación. Modelos de educación y modelos de comunicación. Selección de textos*. La Habana: Editorial Félix Varela.
24. Orozco, G. (2004): *Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a*

- una moda, y de ahí a muchos modos.* Disponible en: http://www.infoamerica.org/articulos/o/orozco_gomez.htm. Consultado el 18 de enero de 2013.
25. León, G. (2002): *Teorías e Investigación de la Comunicación en América Latina. Situación Actual* en ÁMBITOS N° 7-8. 2do Semestre 2001 - 1er Semestre 2002.
26. García, N. (1991): *El consumo sirve para pensar.* 2013, Disponible en: <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf30/2.%20N%E9stor.pdf>. Consultado el 18 de enero de 2013.
27. García Canclini, N. (1992): *Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores.* Disponible en: <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf32/2.%20garc%EDa.pdf>. Consultado el 18 de enero de 2013.
28. Fonseca, R: *Un estudio de recepción: el consumo del material periodístico en la región oriental de Cuba.* Disponible en: www.mografias.com. Consultado el 18 de enero de 2013.
29. Almanza, V. (2005): *Los estudios sobre el consumo cultural: algunas observaciones metodológicas.* Disponible en www.razonypalabra.org.mx. Consultado el 18 de enero de 2013.
30. Corominas, M: *Los estudios de recepción.* Disponible en: www.comunicacionymedios.com/comunicacion/teorias/textos/maria_corominas_estudios_recepcion.htm. Consultado el de enero de 09/01/2005
31. Orozco, G. (2000): *Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina.* Disponible en: www.portalcomunicacion.com/travesias.pdf. Consultado el 18 de enero de 2013.

ANEXOS

ANEXO #1 ENCUESTA

La presente encuesta forma parte de un Trabajo de Diploma que se presentará en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Holguín Oscar Lucero Moya, con el apoyo del semanario **La Demajagua**, con el fin de contribuir a mejorar el trabajo de este medio de prensa. Agradecemos su colaboración.

1- Sexo: M ___ F ___ 2- Edad: ___

3- Municipio de residencia: _____

4- Ocupación u oficio:

Estudiante ___ Trabajador ___ Ama de casa ___

Jubilado ___ Otros (cuáles) _____

5-- Nivel de escolaridad:

Sexto grado ___ Noveno grado ___ 12 grado ___

Técnico medio ___ Universitario ___

6- ¿Con qué frecuencia lee usted el semanario **La Demajagua**?

Siempre ___ Casi siempre ___ A veces ___ Nunca ___

7- ¿Por qué vías recibe el periódico **La Demajagua**?

Suscripción ___ Estanquillo ___ Lo leo en Internet ___

Me lo prestan ___ En el centro de trabajo ___ Otra vía (¿Cuál?): _____

8- ¿Qué páginas usted más lee?

Todas ___ 1ra ___ 2da ___ 3ra ___ 4ta ___

5ta ___ 6ta ___ 7ma ___ 8va ___

9- Marque con una X las secciones que prefiere:

Esquina editorial ____ Verdades cotidianas ____ A vuelta de correos ____
Efemérides ____ Con el Polvo del Archivo ____ Estampas del último sábado ____
Dibujando el criterio ____ Remembranzas y azares ____ Vida y salud ____

10 – La publicación ofrece informaciones actualizadas:

Siempre ____ Casi siempre ____ A veces ____ Rara vez ____ Nunca ____

11- Publica trabajos sobre temas interesantes:

Siempre ____ Casi siempre ____ A veces ____ Rara vez ____ Nunca ____

12- **La Demajagua** refleja los problemas que afectan a la población granmense:

Muchos ____ Algunos ____ Muy pocos ____ Ninguno ____

13- **La Demajagua** da continuidad a los temas que trata:

Siempre ____ Casi siempre ____ A veces ____ Nunca ____

14- En **La Demajagua** se publican trabajos de crítica:

Muchos ____ Algunos ____ Muy pocos ____ Ninguno ____

15- Usted prefiere que los contenidos sean:

Largos ____ No tan largos ____ Cortos ____

16- Cuando lee los trabajos considera que el periodista ha investigado sobre el tema:

Mucho ____ Medianamente ____ Muy poco ____ Nada ____

17- Nombre al o a los periodistas que usted prefiere leer:

18- Le gustaría que el semanario aborde más (Puede ser más de una opción):

a) ____ la historia de la provincia

b) ____ ciencia y tecnología

c) ____ economía

d) ____ crítica que ayuden o sugieran posibles soluciones

e) ____ temas especializados

f) ____ otros (cuáles)

ANEXO # 2 GRUPOS DE DISCUSIÓN

Grupo de discusión 1

Criterio: Estudiantes

No. participantes: 4

No. de sesiones: 1

Tiempo de duración:

1h20

Personas	Sexo	Edad	Centro de estudio
Sujeto 1	M	15	Politécnico Armando Mestre Martínez
Sujeto 2	F	17	IPU Abel Santamaría Cuadrado
Sujeto 3	F	22	Filial Haydee Santamaría Cuadrado
Sujeto 4	F	23	Filial Haydee Santamaría Cuadrado

Grupo de discusión 2

Criterio: Trabajadores

No. de participantes: 5

No. de sesiones: 1

Tiempo de duración:

1h12

Personas	Sexo	Edad	Profesión
Sujeto 1	M	30	Licenciado en Terapia Física y Rehabilitación
Sujeto 2	M	31	Distribuidor de prensa
Sujeto 3	M	40	Trabajador por cuenta propia
Sujeto 4	M	51	Trabajador por cuenta propia
Sujeto 5	M	64	Vendedor en estancillos

Grupo de discusión 3

Criterio: Jubilados

No. de participantes: 4

No. de sesiones: 1

Tiempo de duración: 1h 45

Personas	Sexo	Edad	Nivel de escolaridad
Sujeto 1	F	65	Sexto grado
Sujeto 2	M	66	Noveno grado
Sujeto 3	M	69	Doce grado
Sujeto 4	M	71	Noveno grado

Grupo de discusión 4

Criterio: Jubilados

No. de participantes: 4

No. de sesiones: 1

Tiempo de duración: 1:32

Personas	Sexo	Edad	Nivel de escolaridad
Sujeto 1	M	65	Doce grado
Sujeto 2	F	73	Noveno grado
Sujeto 3	M	77	Noveno grado
Sujeto 4	M	79	Sexto grado

Grupo de discusión 5

Criterio: Amas de casa

No. de participantes: 5

No. de sesiones: 1

Tiempo de duración:

Persona	Edad	Nivel de escolaridad
Sujeto 1	42	Noveno grado
Sujeto 2	55	Doce grado
Sujeto 3	65	Universitario
Sujeto 4	69	Universitario
Sujeto 5	71	Sexto grado

Grupo de discusión 6

Criterio: Suscriptores

No. de participantes: 4

No. de sesiones: 1

Tiempo de duración: 00: 85mts

Personas	Sexo	Edad	Profesión
Sujeto 1	F	55	Licenciada en Español
Sujeto 2	M	46	Licenciado en Química
Sujeto 3	M	38	Trabajador por cuenta propia
Sujeto 4	M	63	Licenciado en Microbiología

ANEXO # 3 ENTREVISTA A AURELIO HERNÁNDEZ SÁNCHEZ

Aurelio Hernández Sánchez es poeta y radica en el municipio de Manzanillo

1- ¿Cómo calificaría el contenido de los trabajos publicados en el semanario La Demajagua?

Los contenidos son realmente diversos, pero con sus detalles de prontitud y acercamiento al lector en cuanto a la audacia y la técnica del periodismo. Muchos de ellos se vuelven cansones, a veces no dicen nada que interese, a tal punto que el lector obvia la realidad noticiosa como tal. No en todos es así, hay artículos muy buenos.

2- ¿Qué consideraciones tiene para usted el enfoque que emplean los periodistas a la hora de redactar sus trabajos?

Muy pobre, no hay audacia periodística

3- ¿A su juicio, el periódico en estos últimos años, ha ganado o perdido calidad en cuanto a los temas que aborda? ¿Por qué?

Ha perdido, porque ha caído mucho en la retórica y como con miedo a expresar realidades convincentes.

4- ¿Usted como lector siente interés por los temas que se tratan en este órgano de prensa?

En algunos casos sí.

5- ¿Qué opinión le merece, de manera general, la redacción del Semanario?

Que tiene que superar aspectos fundamentales (como el trabajo de crítica, la coposibilidad de fotografía, publican grandes fotografías sin sentido, malas como para salir del paso, deben ser fotos precisas)

6- ¿Dónde cree que radican los principales problemas del Semanario?

En la fotografía, además los periodistas se han localizado, están acomodados en Bayamo, casi no van a los municipios, antes no había carro e iban. Aquí en Manzanillo no hay corresponsal, por lo que no se hacen muchos trabajos de los municipios. A veces un solo trabajo es de los municipios. Se ha vuelto un poco banal. Hay poca crítica, y la que se hace no tiene fuerza de búsqueda de soluciones.

7- ¿Cuáles son las secciones de La Demajagua que para usted tienen mayor relevancia? ¿Por qué?

Vida y Salud de María Valerino San Pedro, a pesar de sus escollos. A veces se tocan temas interesantes.

8- ¿Considera que en el Semanario se hacen trabajos críticos?

No.

9-¿Qué temas le gustaría que tuvieran un enfoque crítico?

Las comunidades, qué pasa en ellas para trabajar, y sin miedo, pues como es un órgano oficial tienen miedo.

10- ¿Cómo considera la preparación de los periodistas, luego de leer los trabajos que se publican?

Pobre.

11- ¿En su opinión, los temas que aborda el Semanario, se ajustan a sus necesidades como lector?

No.

12- ¿En manera de actualización, cómo usted ve al Semanario?

Es como si fuera una copia del Granma, no hay trabajo creativo, el periodista debe tener su opinión.

13- ¿Los problemas propios de la provincia son abordados por los periodistas?

No. Están muy lejos de la realidad, esto se debe al nadismo, localismo, no le ponen amor y el pecho a lo que están haciendo, si no le pones amor no tiene calidad.

14- ¿Del Semanario, a qué periodista prefiere leer?

María Valerino San Pedro

ANEXO # 4 ENTREVISTA A ARMANDO YERO LA O

Armando Yero La O es graduado de Licenciatura en Periodismo y Máster en Comunicación Social. Actual Jefe de la redacción digital de la emisora Radio Bayamo.

1- ¿Cómo calificaría el contenido de los trabajos publicados en el semanario La Demajagua?

En muchos casos, faltos de mayor argumentación y análisis de los problemas que abordan. Hay superficialidad y premura. Se nota la falta de profesionalidad, aunque no en todos los casos.

2- ¿Qué consideraciones tiene para usted el enfoque que emplean los periodistas a la hora de redactar sus trabajos?

En no pocas ocasiones, los periodistas eluden la crítica abierta y profunda para no caer luego en “análisis” en las instancias superiores, cuando se trata de problemas muy sensibles. Es justo reconocer que siempre hay casos en que el enfoque crítico es el que distingue el trabajo, pero ello constituye, lamentablemente, la minoría.

3- ¿A su juicio, el periódico en estos últimos años, ha ganado o perdido calidad en cuanto a los temas que aborda? ¿Por qué?

No es una categoría que pudiera medirse concretamente, pues ello depende de las circunstancias, de las coyunturas y de los dirigentes del momento, pero sí se puede decir que ha ganado en calidad, al menos en la redacción y el estilo de los contenidos.

4- ¿Usted como lector siente interés por los temas que se tratan en este órgano de prensa?

Sólo los culturales y algunos de corte social que se publican en la página 3.

5- ¿Qué opinión le merece, de manera general, la redacción del Semanario?

La redacción es pasable, pero pudiera ser mucho más atractiva.

6- ¿Dónde cree que radican los principales problemas del Semanario?

En la inmediatez de los temas que aborda (recordar que al ser un semanario está en franca desventaja con respecto a otros medios como la TV y la Radio) y en la manera a veces superficial de tratarlos.

7- ¿Cuáles son las secciones de La Demajagua que para usted tienen mayor relevancia?

La sección dedicada a la Cultura y en algunos casos las páginas centrales, destinadas a reportajes económicos y sociales.

8- ¿Considera que en el Semanario se hacen trabajos críticos?

Sí, a veces.

9- ¿Cree que estos son suficientes?

No.

10- ¿Qué temas le gustaría que tuvieran un enfoque crítico?

Los económicos y los sociales.

11- ¿Cómo considera la preparación de los periodistas, luego de leer los trabajos que se publican?

Se nota que falta preparación para abordar ciertos temas, que hay premura, y ello lastra el resultado final del trabajo.

12- ¿En su opinión, los temas que aborda el Semanario, se ajustan a sus necesidades como lector?

No en todos los casos. Se publican muchas cosas intrascendentes.

13- ¿En manera de actualización, cómo usted ve al Semanario?

Pudiera ser más actual y en sintonía con los problemas reales que afectan a la población.

14- ¿Los problemas propios de la provincia son abordados por los periodistas?

En sentido general sí, pero con poca profundidad.

15- ¿Del Semanario, a qué periodista prefiere leer?

No tengo preferencias actualmente.

ANEXO # 5 ENTREVISTA A ARSENIO ROSALES MORALES

Arsenio es graduado en Licenciatura en Medicina, actualmente se desempeña como escritor en Bayamo.

1- ¿Cómo calificaría el contenido de los trabajos publicados en el semanario La Demajagua?

Para ser justo, ateniéndome a una visión absolutamente personal o subjetiva, pienso que el contenido varía regularmente como sucede en todo trabajo periodístico, sujeto a las reglas del género y a la inmediatez con que se confecciona un diario. Pero, ¡atención! no estamos sino en presencia de un semanario y por ende podríamos exigirle en tal caso un imperativo de calidad, una elaboración mucho más cuidadosa y exigente, con artículos de fondo mucho más sustanciosos, crónicas amenas, reportajes de impacto y noticias más singulares, con más apego al entorno geográfico o autóctono, sin reproducir con tanta frecuencia lo que ya han reflejado los llamados *“periódicos nacionales”*. Creo que con un esfuerzo de imaginación y una buena dosis de originalidad, **La Demajagua** podría alcanzar un sello distintivo, inconfundible, determinado perfil que lo convierta en un medio deseado, armónico, menos reiterativo y amoldado a las circunstancias.

2- ¿Qué consideraciones tiene para usted el enfoque que emplean los periodistas a la hora de redactar sus trabajos?

Debo reconocer que el semanario cuenta con periodistas experimentados, talentosos, con deseos de hacer bien las cosas y expresar con fidelidad la visión de un horizonte que no siempre resulta despejado o nítido. Considero que existe determinado apego a lo tradicional, cierto sesgo de familiaridad y complacencia que perjudica el espíritu de un periodismo con más arraigo o profundidad, de mayor sutileza en los enfoques, menos pedáneo e impersonal... Con más estilo quiero decir, más contestatario e intransigente a la hora de posicionarse sobre la realidad y sus contextos, es decir con más audacia e intencionalidad. Y por ende más transformador y revolucionario en sus enfoques.

3- ¿A su juicio, el periódico en estos últimos años, ha ganado o perdido calidad en cuanto a los temas que aborda? ¿Por qué?

Conozco y he podido observar la evolución de este medio informativo desde los años ochenta hasta hoy y pecaría de injusto en la apreciación de no reconocer un desarrollo, una progresión, un resultado positivo en su transformación material y formato, lo cual le confiere respetabilidad. Pero el hecho de alcanzar una madurez, cierta plenitud en su expansión y mayoría de edad, lo obliga a exigirse más, a no envejecer como órgano de educación y combate que es, sin hacer concesiones a la mediocridad, a la pobreza o reduccionismo en sus metas. Compararlo con el medio que fue hace diez, quince o veinte años atrás, es impensable; no son los mismos tiempos ni el desarrollo y alcance de las comunicaciones son los mismos por razones obvias. Ahora debe proponerse una calidad diferente, otra; enfoques diferentes, estilos y formas de abordar la realidad absolutamente distintos, en consonancia con el nuevo siglo y sus exigencias.

4- ¿Usted como lector siente interés por los temas que se tratan en este órgano de prensa?

Por supuesto. Procuero hallar en él lo que corresponde a este segmento del país que es nuestra provincia Granma. Por lo menos como lector aspiro a que se me revele lo que no aparece (o no debiera aparecer en otros órganos nacionales) y que por razones obvias **La Demajagua** deberá procurar reflejar y que lamentablemente en ocasiones no lo hace o lo hace de forma limitada o insuficiente. Le pediría que fuera objetivo, oportuno, incisivo, abarcador y equilibrado, dentro del espectro de nuestra realidad y entorno correspondiente.

5- ¿Qué opinión le merece, de manera general, la redacción del Semanario?

Visto desde una perspectiva formal, la redacción en sentido general es buena; goza de una buena impresión, apenas tiene erratas y está bien distribuido a lo largo de sus páginas. A veces se torna monótono, poco atractivo y machacón, atendiendo al hecho de que temáticamente se abusa de determinados aspectos relacionados con la agricultura, la producción azucarera, la industria local y la manufactura, el acontecer ganadero, dedicándole demasiada extensión cuando debiera ser escueto en el tratamiento de ciertos temas que requieren mucho más nervio y menos fárrago, mayor profundidad y menos regodeo. Por lo regular, uno como lector tiende a saltar por encima de tales páginas y de tan enfadosos entramados. El periodismo exige

mucho más análisis y menos descripciones aburridas. A mi juicio, es hora ya de cambiar las reglas y enfoques de este tipo.

6- ¿Dónde cree que radican los principales problemas del Semanario?

¿Dónde considero que radican los principales problemas del Semanario? Creo haberte señalado algunos de esos problemas en las preguntas respondidas hasta aquí, pero principalmente en la falta de equilibrio y de un fondo menos poroso a mí entender. No hacer concesiones a lo mediocre ni a la simplicidad; procurar no ser folklórico ni baladí, no entretenerse en cosas que parecen “*graciosas*” ni triviales; no ser tan predecibles ni tan pedestres en algunos casos. Por el contrario, el Semanario deberá transformarse en una suerte de revista provista de humanidad, de sentido crítico, mucho más personal, con estética y agilidad suficiente como para saltar por encima de los escollos del momento y proporcionar a los lectores un producto deseado, sólido, bien pensado y con estilo y personalidad propia. Y como en las partidas de ajedrez: saber abrir y cerrar bien; una primera página mejor concebida, con elementos llamativos y de impacto; la página final, variada, diversa, elocuente.

7- ¿Cuáles son las secciones de La Demajagua que para usted tienen mayor relevancia? ¿Por qué?

La sección de noticias locales correspondientes a la segunda página; la página de Opinión, que no siempre está bien sazónada; la de Deportes, que suele ser habitualmente fuerte, variada, crítica e informativa; la página correspondiente a las Culturales, que es mi preferida, aun cuando adolece de inconsistencias, variedad temática, carácter oportuno y hondura en el análisis crítico. Es justo reconocer que el reducido espacio no ayuda, si bien me gustaría ver reflejada la vida social, cultural e histórica de la provincia, sus principales protagonistas, opiniones y valoraciones sobre escritores, pensadores, artistas plásticos, músicos famosos y personalidades que visitan a Granma. No se debiera desaprovechar ningún suceso, entrevista ni novedad artístico-literaria de impacto.

8- ¿Considera que en el Semanario se hacen trabajos críticos?

Se hacen trabajos críticos, como no. En las páginas centrales y en artículos de opinión suelen aparecer algunos intentos de enrumbar nuestro periodismo hacia cuestiones de mayor alcance, con ansias de abarcar diferentes fenómenos alrededor de las insuficiencias, los incumplimientos, la mediocridad, la burocracia, las estafas y mentiras al pueblo trabajador, el flagelo de la corrupción y otras patologías sociales,

económicas y administrativas que lastran el desarrollo de nuestro país. Pero debieran aparecer con más garra, frecuencia, sistematicidad, elocuencia y espíritu crítico, lo que equivale a una gestión periodística más incisiva y por ende verdaderamente revolucionaria, es decir transformadora y libre de convencionalismos, inercia, pasividad y ataduras que no se corresponden con el acontecer de hoy ni con nuestras necesidades más inmediatas. Ni timoratos ni amordazados, lo que equivaldría a desconocer que vivimos en un mundo interconectado, donde nada ni nadie puede permanecer oculto, silenciado, mimético ni impune.

9-¿Cree que estos son suficientes?

Son insuficientes, creo haberlo respondido con antelación.

10- ¿Qué otros temas le gustaría que tuvieran un enfoque crítico?

La cultura del debate en sentido general. La vida actual y las características de nuestra población, los sesgos y costumbres, las transformaciones y deformaciones que nos apartan del sentido humanista, solidario y recto que nos trazara la revolución desde sus inicios como paradigmas de una nueva mentalidad. La gestión gubernamental, sus aciertos y deficiencias, el inmovilismo, la repetición y la rutina de determinados gestores; la incapacidad, la tolerancia e indiferencia frente a lo mal hecho, lo chato, lo deforme.

11- ¿Cómo considera la preparación de los periodistas, luego de leer los trabajos que se publican?

Como en todo y en la generalidad de las profesiones. Las universidades “forman” un profesional de tipo medio, con independencia de los rasgos individuales y las características personales que hacen las diferencias, donde se supone integrados los conocimientos, procederes, rudimentos y habilidades indispensables, para iniciar el arduo camino del periodismo. Corresponde por ende a cada individualidad, con mayores o menores destellos, genio, sagacidad, ambiciones intelectuales y afán de superación, transformarse en un verdadero as o maestro de sí mismo. En **La Demajagua**, existen ejemplos de talento, empeño y singularidad, pero también se observa la presencia de profesionales carentes de tales atributos, amoldados a una rutina o mediocracia de supervivencia, de acomodo a unas circunstancias que no le obligan a superarse ni a abandonar una praxis encasillada en la plantilla, en el cumplimiento ordinario de la “tarea” encomendada, sin filo ni cintura estilística. En

pocas palabras, aparte de intenciones, se requiere de mayor enjundia y cultura en algunos casos.

12-¿En su opinión, los temas que aborda el Semanario, se ajustan a sus necesidades como lector?

En este aspecto, **La Demajagua** no se diferencia mucho del resto de los periódicos con tiradas nacionales y semanarios de otras provincias: reúne una diversidad de asuntos y temáticas que no siempre interesan a uno u otro lector. Determinados temas, creo haberlo dicho antes, atraen mi interés con más fuerza que otros; ciertos trabajos apenas los visualizo, les echo una ojeada rápida y paso a las cuestiones y artículos que responden a mis expectativas de estar informado. Lo que caracteriza al diarismo es esto: la fugacidad, el carácter transitorio de sus propuestas, la volatilidad de la noticia. De ahí precisamente la necesidad de ser exigentes en los contenidos y en la forma de exposición; escribir con solidez, precisión, veracidad y belleza, como nos enseñara José Martí. ¿Quieres ser un periodista de vanguardia? Pues esfuérzate entonces; escribe con el corazón y con la sangre.

13-¿En manera de actualización, cómo usted ve al Semanario?

Está actualizado, posee su página digital, es variado y posee buen formato. Comparado con otros Semanarios de alguna que otra provincia del país, incluida *Tribuna de la Habana*, a muchos de ellos los supera en agilidad, buen gusto y mejor distribución. Pero deberá despojarse de algunos hábitos rutinarios y esforzarse por lograr la perfección en **cuanto a contenido y forma. Lo dicho hasta aquí.**

14-¿Los problemas propios de la provincia son abordados por los periodistas?

Ya lo he respondido y lo reitero: aborda muchos e importantes problemas de la provincia, pero todavía quedan zonas en entredicho, entidades y territorios que requerirían mucho de audacia y suficiente holgura y profundidad en el tratamiento de los asuntos, para conseguir informar de manera más cabal, oportuna y veraz; sin regodeos, con absoluta libertad de expresión y sin torniquetes ni tapabocas para asumir determinados fenómenos o franjas tabú, que andan en boca del pueblo pero que ningún periodista, órgano de información o medio se atreve a abordar. Tales limitaciones, por incómodas o coercitivas que parezcan, se erigen en barreras informativas, trabas para la calidad y eficacia del ejercicio periodístico, tal como ha venido propugnando la UPEC en aras de mayores logros.

15-¿Del Semanario, a qué periodista prefiere leer?

Acostumbro a leerlos a todos, o a casi todos, en dependencia del tema o asunto que traten, sin preferencias particulares, aunque a algunos (o a algunas) por conocerlos mejor los lea con más asiduidad. Puedo mencionarte entre otros nombres, a María Valerino, a Sara Sariol, a Fombellida, a Eugenio Pérez Almarales, a Farrel Villa, Luís Carlos Frómeta, Luís Morales Blanco, Zeide Balada, Leslie Anlly, Anaisis Hidalgo, etc., ect.

ANEXO # 6 ENTREVISTA A ABEL GUERRERO CASTRO

Abel Guerrero es asesor y director de programas en la emisora Radio Bayamo.

1- ¿Cómo calificaría el contenido de los trabajos publicados en el semanario La Demajagua?

En sentido general los trabajos publicados en **La Demajagua** son buenos; los periodistas del semanario han demostrado mucho profesionalismo, en tiempos en que ser periodista es una labor sumamente difícil y riesgosa.

2- ¿Qué consideraciones tiene para usted el enfoque que emplean los periodistas a la hora de redactar sus trabajos?

Los enfoques son correctos, a tono con los tiempos que estamos viviendo y en correspondencia con la política informativa del país

3- ¿A su juicio, el periódico en estos últimos años, ha ganado o perdido calidad en cuanto a los temas que aborda? ¿Por qué?

Considero que el periódico mantiene una calidad estable; claro, todavía muchos seguimos soñando con que sea un diario, algo tan necesario en una provincia. Es importante, a mi juicio, la inyección de profesionales jóvenes con una visión nueva del mundo.

4- ¿Usted como lector siente interés por los temas que se tratan en este órgano de prensa?

Siento gran interés, por cuanto el periódico contribuye a tener una visión más integral de cómo anda la provincia en todas las esferas de la vida.

5- ¿Qué opinión le merece, de manera general, la redacción del Semanario?

La redacción considero es buena.

6- ¿Dónde cree que radican los principales problemas del Semanario?

Los principales problemas del semanario radican ahí precisamente: dejó de ser un diario. No es posible que una provincia no tenga un diario. Por supuesto, esto es algo integral: la provincia no avanzará con una industria editorial deprimida, una televisión que da lástima, una radio cuya programación cada vez es más simple y con la ausencia de un diario. Recordemos que no todo el mundo tiene posibilidad de Internet. Para ser el país más culto del mundo, la información es esencial.

7- ¿Cuáles son las secciones de La Demajagua que para usted tienen mayor relevancia? ¿Por qué?

De las secciones del semanario, me gustan “Dibujando el Criterio”, “Remembranzas y azares” y “A Vuelta de Correos”, pues abordan asuntos que muchas veces nos “tocan” de cerca.

8- ¿Considera que en el Semanario se hacen trabajos críticos?

Sí, aunque creo que debieran profundizarse más en aspectos relacionados con la cultura, tema bastante “espinoso”.

9- ¿Cree que estos son suficientes?

Aún son insuficientes y las respuestas no siempre son las deseadas. Todavía hay quien se permite el lujo de justificar lo mal hecho. En otros países vaya usted a saber...

10- ¿Qué otros temas le gustaría que tuvieran un enfoque crítico?

Ya dije: la cultura. Pero creo necesario abrimos un poco más. Todos sabemos que hay cuestiones que “no se deben criticar”. Y yo me pregunto: ¿Por qué no hacerlo? La crítica nos ayudaría mucho a mejorar; pero para eso hay que ejercerla sin miedo, y el criticado debe asumirla con responsabilidad y respeto, sin creerse el mejor del mundo, el infalible, para no ir después a ver a “papá” para que ajuste las clavijas al periodista.

11- ¿Cómo considera la preparación de los periodistas, luego de leer los trabajos que se publican?

Los periodistas nuestros están muy preparados, y si no hacen un trabajo mejor no es su culpa. Lo que hay que revisar es la política editorial nuestra, tan rígida, que permite tan pocas posibilidades a nuestros profesionales. Es por eso que muchas veces la información nos llega tarde, mal redactada, porque es la repetición de un medio nacional o de alguien cuya redacción no siempre es buena. Por eso es que muchos de nuestros profesionales brillan en otras latitudes.

12- ¿En su opinión, los temas que aborda el Semanario, se ajustan a sus necesidades como lector?

Sí, aunque hay temas que me gustaría que abordaran; pero que lo hicieran con sentido crítico, con visión periodística y no administrativa. No necesariamente hay que polemizar a cada minuto, pero la unanimidad es muy aburrida.

13- ¿En manera de actualización, cómo usted ve al Semanario?

No siempre está actualizado. Semanario al fin, hay cuestiones que cuando salen ya se conocen.

14- ¿Los problemas propios de la provincia son abordados por los periodistas?

Nuestros periodistas abordan problemas de la provincia; pero hay algunos con los cuales “chocamos” todos los días, y que naturalmente ellos los conocen, sin embargo, no se reflejan en el semanario. Creo que esto, en buena medida, se debe a lo que ya dije de la política informativa que –por supuesto- urge revisar, si no queremos hacer un periodismo mediocre, poco creíble y nada atractivo.

15- ¿Del Semanario, a qué periodista prefiere leer? ¿Por qué?

Me gustan mucho los trabajos del profesor Eugenio Pérez, de Luis Morales, de Fombellida, Osviel y del dúo de María y Sara. Farrel también ha demostrado experiencia y profesionalismo. No podemos perder de vista a Zeide y demás muchachas que han asumido la profesión con mucha responsabilidad y entusiasmo. Para todos, jóvenes y viejos, mi respeto y humilde reconocimiento. Si se me quedó alguien va mi abrazo extra.

ANEXO # 7 ENTREVISTA A ALCIDES GARCÍA CARRAZANA

Alcides García es graduado de Licenciatura en Periodismo. Actual Presidente de la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales de Granma. Ostenta varios premios provinciales de Periodismo.

1- ¿Cómo calificaría el contenido de los trabajos publicados en el semanario La Demajagua?

El contenido, técnicamente hablando, son las agencias temáticas, hay que analizar cómo se construyen las agencias temáticas, es decir, la política editorial. Es más bien verticalista desde el punto de vista político, administrativo. Están construidas desde las necesidades políticas, lo que hace las agencias estén planificadas hacia lo inmediato. Existen muy pocos estudios de público, de recepción. Se supone que estuvieran más en contacto con los públicos. Hay un divorcio entre las agencias del medio y el público. Sucede entonces que el medio no refleja los objetivos del público. Sin ser absoluto.

2- ¿Qué consideraciones tiene para usted el enfoque que emplean los periodistas a la hora de redactar sus trabajos?

El enfoque es más personal, prima mucho al autocensura, resultado de lo mismo que afecta al medio. Creo que muchas veces son enfoques que no logran profundizar, no buscan tocar las dimensiones de los problemas, se quedan en la parte superior, se hace un periodismo de las causas, no de las consecuencias. Le falta visión crítica, no criticar, no es solo lo negativo sino visión integral del tema. Falta opinión, nos dedicamos a escribir la opinión de otra persona y no la propia, no soy absoluto. Cuesta mucho ver la opinión del periodista, es transmisor de opiniones, no un ente crítico.

3- ¿A su juicio, el periódico en estos últimos años, ha ganado o perdido calidad en cuanto a los temas que aborda? ¿Por qué?

Mi criterio no es muy validante, pero creo que ha ganado en madurez, ha ido progresando. Grosso modo, me parece que sí, aún muy distante de lo que debería ser un semanario. Debería ser más reflexivo que informativo, para eso está la radio, la televisión. Debe tener más análisis y debate en cuanto a los temas.

4- ¿Usted como lector siente interés por los temas que se tratan en este órgano de prensa?

Evidentemente sí, por los temas, pero cuando te adentras, cuando ves como se tratan, a veces te sientes decepcionado porque no profundizan en esto o en lo otro.

5- ¿Qué opinión le merece, de manera general, la redacción del Semanario?

Considero que se puede ser un órgano oficial del Partido y ser más flexibles con los contenidos, es cuestión de estilo. Los cuadros que toman las decisiones están obstaculizando todo el proceso, la política está atrasada.

6- ¿Dónde cree que radican los principales problemas del Semanario?

Creo que sigue siendo un talón de Aquiles asumir ser semanario, la relación periódico-lector, trabajar en una identidad visual, de contenido, que tenga que ver con la identidad del público para el que trabaja, debe parecerse a la realidad, a las personas.

7- ¿Cuáles son las secciones o páginas que para usted tienen mayor relevancia?

¿Por qué?

Las páginas que considero tienen mayor relevancia son las que tienen que ver con el público, la tres que es de opinión, la dos, pero me gustaría que tuviera otro enfoque, que le den seguimiento a los temas, no solo información otros géneros, una entrevista quizá y la página ocho porque trata los temas con un poco más de profundidad.

8- ¿Considera que en el Semanario se hacen trabajos críticos?

Sí, pero muy pocos y cuando se hacen no tocan todo lo que deberían tocar, no se da seguimiento, deben insistir una y otra vez.

9- ¿Qué otros temas le gustaría que tuvieran un enfoque crítico?

Todos los que se traten. No la crítica para criticar. Raúl decía en 1995 refiriéndose a la objetividad: ser objetivo es muy sencillo, es una de cal y una de arena, no hay nada tan bueno tan bueno que no tenga algo malo y no hay nada tan malo tan malo que no tenga algo bueno. Y esto falta mucho.

10-¿Cómo considera la preparación de los periodistas, luego de leer los trabajos que se publican?

A la prensa en sentido general le falta mucha preparación de contexto, deben saber de los temas que tratan, hay mucho descuido profesional. A los nuevos periodistas les importa menos saber. Se cometen errores garrafales, hay falta de conocimiento y profesionalidad. Antes había una especialización, en la actualidad, prácticamente solo la hay en el deporte y la cultura.

11- ¿En su opinión, los temas que aborda el Semanario, se ajustan a sus necesidades como lector?

No exactamente, porque no refleja la realidad del entorno.

12- ¿En manera de actualización, cómo usted ve al Semanario?

No está a tono, sí las da pero le sigue faltando apegarse al público y a la realidad.

13- ¿Los problemas propios de la provincia son abordados por los periodistas?

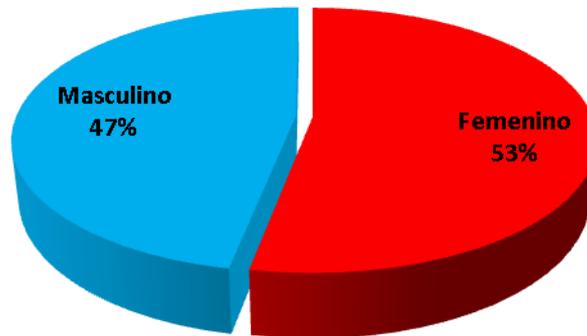
Le falta, hay que hacer mucha investigación social, se debería estudiar los criterios de los lectores y sobre eso escribir.

14- ¿Del Semanario, a qué periodista prefiere leer? ¿Por qué?

No tengo preferencia.

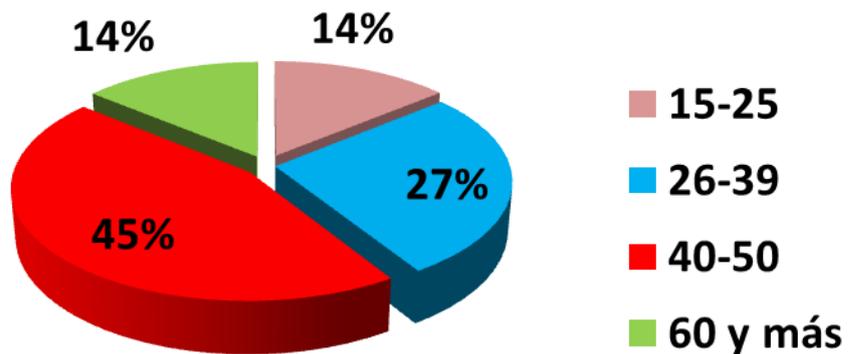
ANEXO #8

Lectura del periódico. Distribución por Sexo



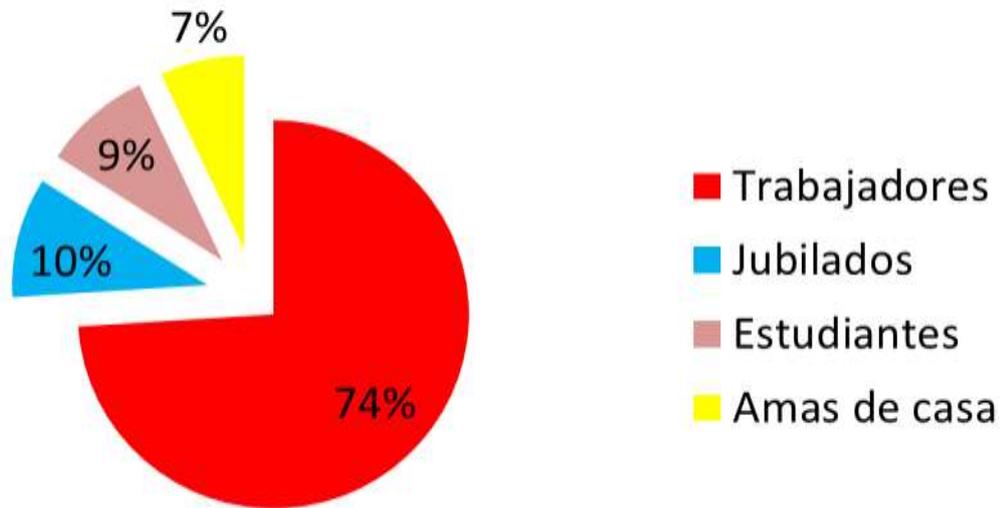
ANEXO#9

Grupos etarios



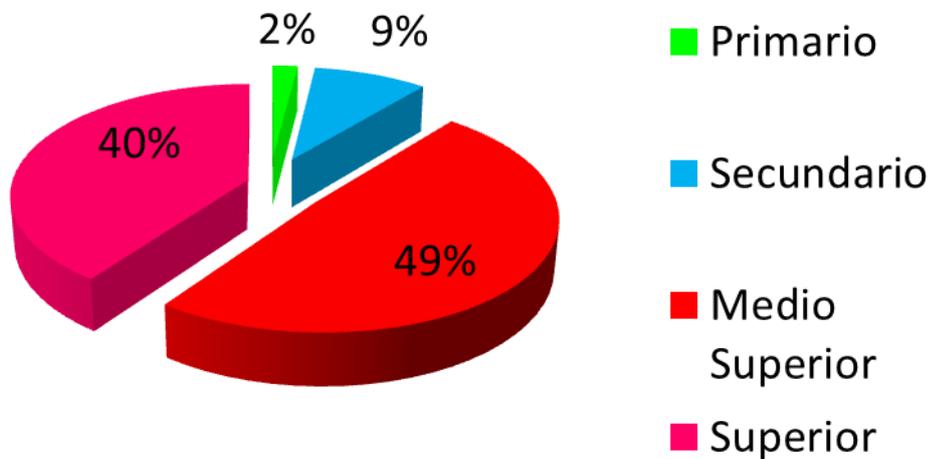
ANEXO# 10

Ocupación de los grupos sociales que leen el periódico

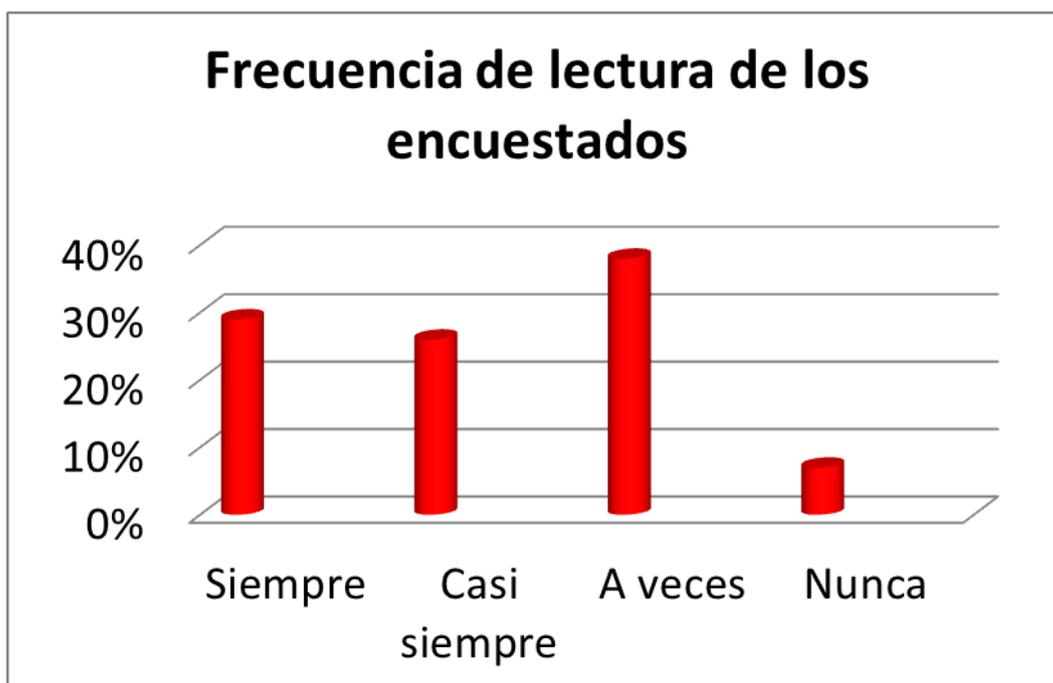


ANEXO#11

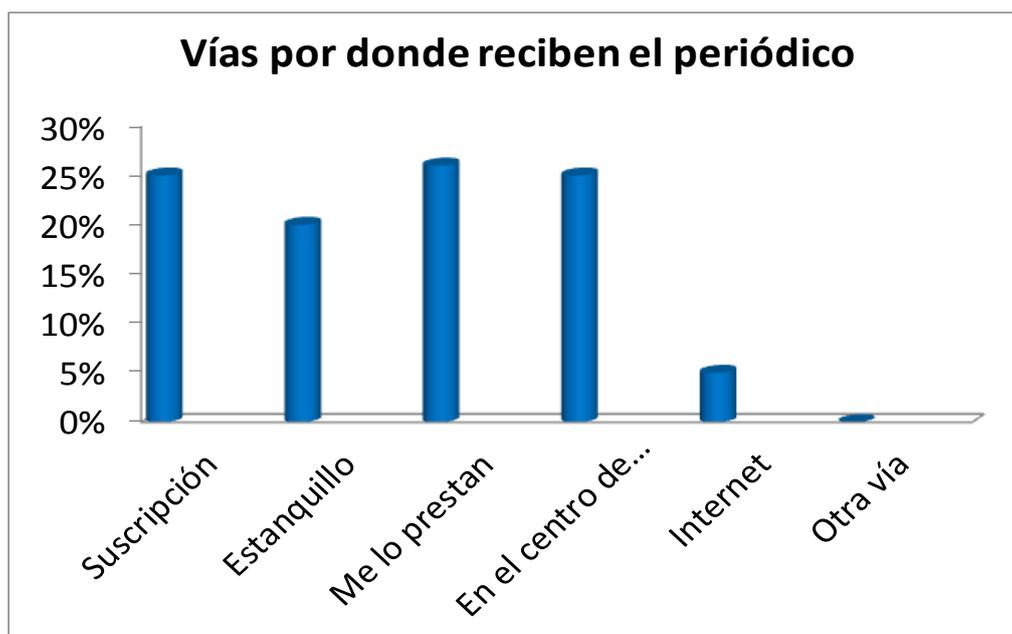
Nivel de escolaridad de los encuestados



ANEXO #12



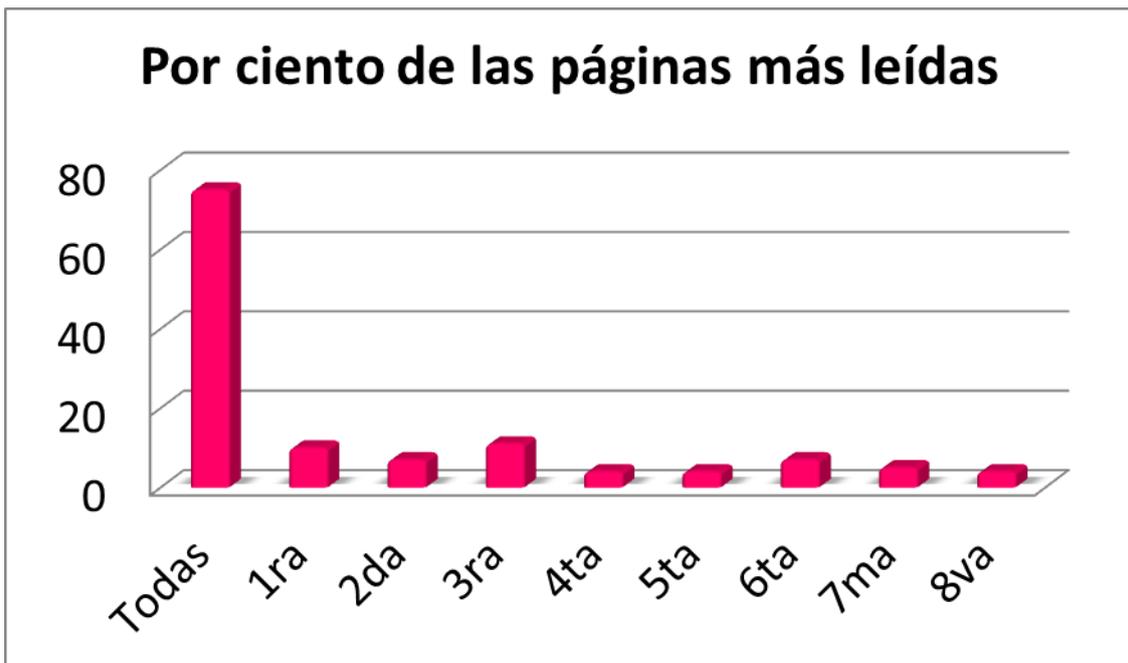
ANEXO#13



ANEXO #14



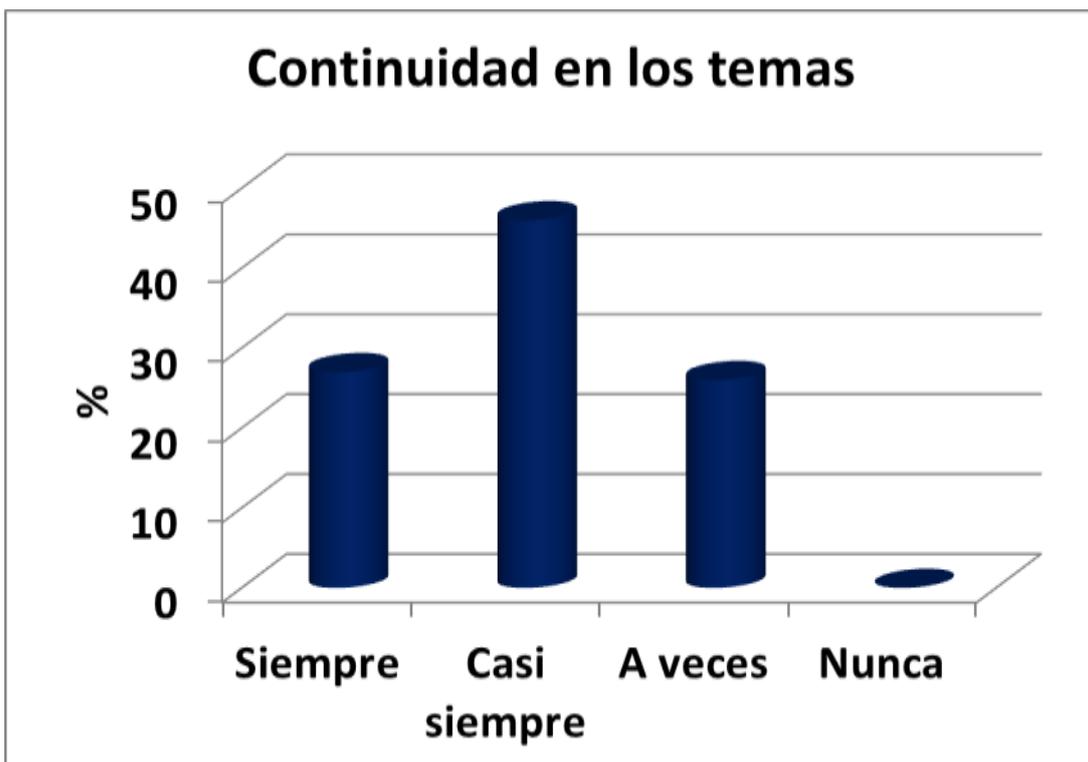
ANEXO #15



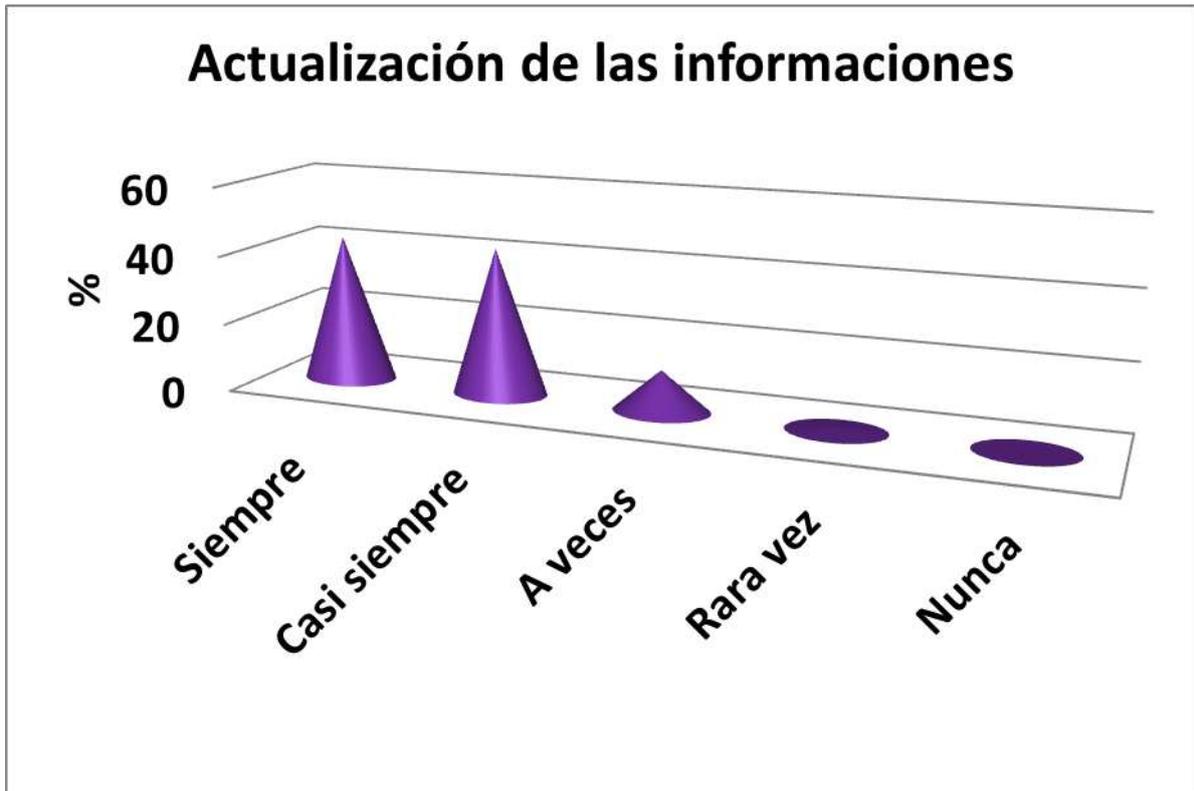
ANEXO #16



ANEXO #17



ANEXO #18



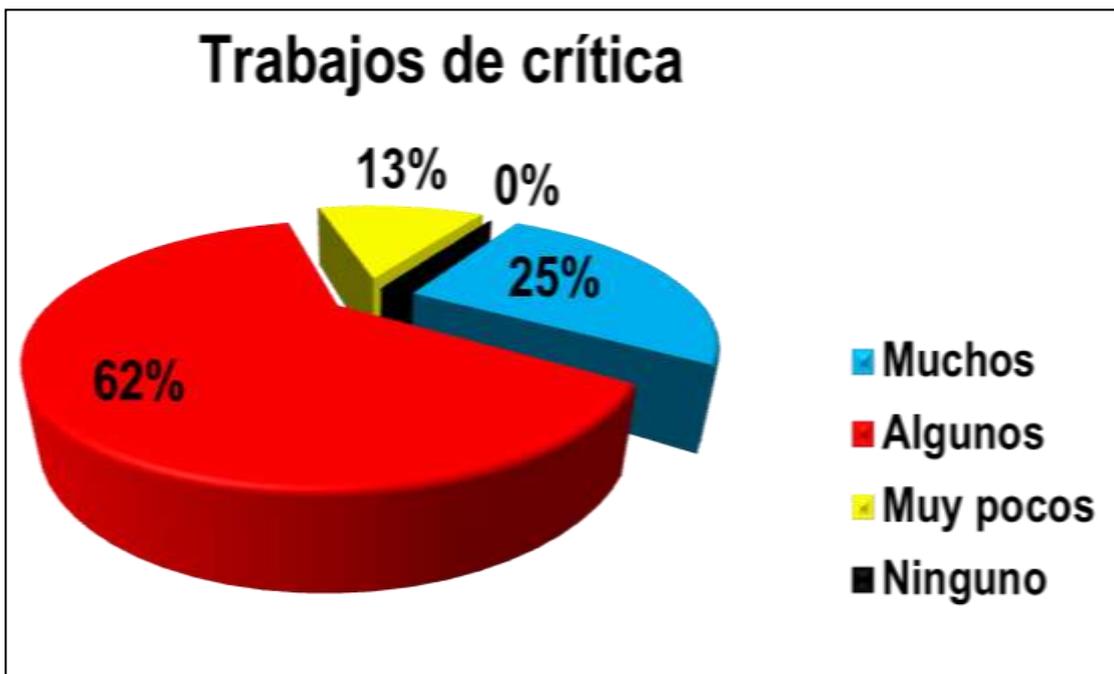
ANEXO #19



ANEXO #20



ANEXO #21



ANEXO #22



ANEXO #23

