



UNIVERSIDAD DE HOLGUÍN
OSCAR LUCERO MOYA

**SISTEMA DE TAREAS PARA FAVORECER LA ATENCIÓN A LAS
AUDIENCIAS EN LAS SECCIONES LO QUE USTED OPINA, DE
PRIMERA MANO Y AQUÍ: LA COLUMNA DE LOS LECTORES**

**Tesis presentada en opción al título académico de
Máster en Comunicación Social**

Autora: Lic. Lourdes Pichs Rodríguez

Diciembre, 2013

**SISTEMA DE TAREAS PARA FAVORECER LA ATENCIÓN A LAS
AUDIENCIAS EN LAS SECCIONES LO QUE USTED OPINA, DE
PRIMERA MANO Y AQUÍ: LA COLUMNA DE LOS LECTORES**

**Tesis presentada en opción al título académico de
Máster en Comunicación Social**

Autora: Lic. Lourdes Pichs Rodríguez

Tutor: MSc. Froilán A. Parra Suárez

Diciembre, 2013

“La palabra tiene mucho de aritmética: divide cuando se utiliza como navaja, para lesionar; resta cuando se usa con ligereza para censurar; suma cuando se emplea para dialogar, y multiplica cuando se da con generosidad para servir”.

Carlos Siller

*A la memoria de mis padres, que
siempre me acompañan.*

A mis hijas Gretchen y Luly

A mis dos ángeles

A mis padres, con quienes siempre estaré en deuda...

A Lufy, mi Lazarillo. Sin su ayuda no hubiera podido este barco tocar puerto seguro.

A mi primogénita, que con sus dos hijos, me espolea todos los días a crecerme y a quererla más.

A mis dos bebés Andreita y A. Andrés, por quererme tanto.

Al Profe Anido, por su incondicionalidad y confianza en mí.

A mi tutor, por su complicidad.

A Betty por ayudarme a encontrar una luz en el camino.

A todos los que me tendieron la mano en estos meses de desasosiego. Especialmente a Rubén y

Johnny, resultaron indispensables.

A Lissy, Jorge Luis, Malena, A. Fernández, Charli, Piki, Francisquito, Alfredo, Rey y Doris,

que desde miles de kilómetros no ha dejado de rezar por mí.

Gracias a los que gustosamente accedieron a responder las entrevistas y encuestas, entre ellos a

Pepe Alejandro, que acortó distancias y dejó a un lado responsabilidades para atenderme; a

Félix Hernández, Ronny, Luis Enrique, Aliuvan, Maribel, Yuyo, Evelina, Joaquín,

Rodobaldo...

Al Profesor Fonseca por su constancia para que la primera maestría de Comunicación Social de

Holguín se hiciera realidad.

A todos mis amigos que desde lejos y cerca me animaron...

Gracias también a los que dijeron que no en algún instante de los momentos más difíciles, pues

me enseñaron a no rendirme, a no claudicar ante escaramuzas y ser perseverante.

A todos los que me ayudaron en esta empresa.

Es un reto para profesionales de los medios de comunicación incorporar eficazmente la voz del público a los órganos de prensa. Precisamente, las secciones Cartas al Director están entre las vías para afianzar la relación medio-audiencia y lograr una mayor representatividad de los lectores, oyentes y televidentes. Estos espacios con opiniones, quejas, sugerencias se han convertido en los de mayor popularidad de los medios, por lo que no resulta oportuno que un periódico, emisora o televisora prescindiera de un equipo o grupo de atención a las audiencias.

En los medios de comunicación de todas las provincias de Cuba hay al menos una sección dedicada a dar acuse de recibo a las cartas de su público. Sin embargo, existen deficiencias que repercuten directamente en la relación que el medio establece con su audiencia. La presente investigación, luego de un análisis preliminar de las secciones Lo que usted opina, del telecentro Telecristal; De primera mano, de Radio Angulo, y Aquí: La columna de los lectores, del periódico ¡ahora!, propone la implementación de un sistema de tareas para favorecer la atención a las audiencias.

El sistema fue sometido a valoración por especialistas y cuenta también con los pasos para su instrumentación práctica. Aunque fue diseñado para estas secciones, puede extenderse a otros medios de diferentes puntos del país, pues se ajusta a las especificidades de la prensa escrita, radial y televisiva.

Palabras Claves: audiencia, sistema de tareas, Cartas al Director, género opinativo.

It is a challenge for media professionals to effectively incorporate the voice of the public to the media. Precisely, the sessions Letter to the Editor are some of the ways to strengthen the media-audience relationship and gain greater representativeness of readers, listeners and viewers. These spaces with opinions, complaints, suggestions have become more popular in the media, so it is not appropriate for a newspaper, television or radio station not to count on a team or group for attending the audience.

In the media of all the provinces of Cuba there is at least a section dedicated to providing acknowledgment to the letters written by the audience. However, there are flaws that directly affect the relationship established by the media with the audience. The current investigation, after a preliminary analysis of the sections What you think (Lo que usted opina), from the local TV station Telecristal; Firsthand (De primera mano), of Radio Angulo, and Here: The readers' column (Aquí: la columna de los lectores) of the ¡ahora! newspaper proposes the implementation of a system of task to foster attention to the public.

The system was subjected to evaluation by specialists and also has its steps for practical implementation. Although designed for these sections, it can spread to other media of different parts of the country, since it adjusts to the specificities of the printed, radio and televised media.

Keywords: audience, task system, Letters to Editor, opinion gender.

Índice

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. Referentes teóricos metodológicos para el género periodístico Cartas al Director.....	11
1.1 Referentes teóricos del género periodístico Cartas al Director.....	11
1.2 Cartas al Director, antecedentes históricos.....	19
1.3 Las secciones en los medios provinciales de Holguín (de la mano de la audiencia)	23
1.4 Rutinas productivas y sus particularidades en los Medios de Comunicación	28
1.5 Coincidencia entre agenda del medio y la agenda pública	34
1.6 La categoría sistema.....	38
CAPÍTULO II. Propuesta de sistema de tareas para favorecer la atención en las audiencias en las secciones Lo que usted opina, del telecentro Telecristal; de primera mano, de Radio Angulo, y Aquí: La columna de los lectores, del periódico jahora!.....	43
2.1 Diagnóstico del comportamiento de la atención a las audiencias en los medios de prensa de la provincia de Holguín.....	44
2.2 Sistema de tareas para favorecer la atención a las audiencias en las secciones Lo que usted opina, del telecentro Telecristal; De primera mano, de Radio Angulo, y Aquí: la columna de los lectores, del periódico jahora!.....	59
2.3 Evaluación de la factibilidad de la propuesta por el método grupo de discusión	68
2.4 Instrumentación práctica de la propuesta del sistema de tareas.....	70
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES.....	73
BIBLIOGRAFÍA.....	74
ANEXOS.....	83

INTRODUCCIÓN

El periódico debe estar siempre como los correos antiguos, con el caballo enjaezado, la fusta en la mano, y la espuela en el tacón (...) Debe ser coqueta para seducir, catedrático para explicar, filósofo para mejorar, pilluelo para penetrar, guerrero para combatir. Debe ser útil, sano, elegante, oportuno, saliente. En cada artículo debe verse la mano enguantada que lo escribe, y los labios sin mancha que lo dictan.

José Martí

Tal como afirma el Apóstol, la prensa es un órgano de información con una función educativa, de prédica y orientación. Debe encaminar, guiar, no ser un mero portador de noticias o desahogo de exuberantes mentes imaginativas, debe ser el espacio en que todos encuentren lo que pueden necesitar. Específicamente, por sus funciones y atributos, compromiso con la verdad y el público, son también los medios de comunicación el lugar que mayor credibilidad tiene para la audiencia.

Es la credibilidad uno de los factores fundamentales y hace que cada minuto haya una persona en busca de información en los medios de comunicación. Ante cualquier suceso que pueda ocurrir, lo primero que se hace es la consulta de una fuente certificada de información. Pero, es también, en diversas partes del mundo, el lugar al que acuden muchas personas para tramitar o resolver problemas y situaciones que les afectan.

“Voy a escribirle a la prensa”, dicen algunos; otros amenazan más explícitamente: “Esto no se quedará así, voy a llamar a la radio”, “ahora mismo corro al periódico y llevo fotos” o “Traeré a la televisión aquí”. Así afirman categóricamente algunos ante cualquier problema, angustia o insatisfacción en el andar cotidiano al que se enfrentan.

Y no son meras promesas. La población acude, cada vez más, a los medios de comunicación, llama por teléfono, envía cartas y desde la irrupción y desarrollo de las

nuevas tecnologías, también hace uso del correo electrónico para tramitar múltiples situaciones.

De esa relación habló Miguel Díaz Canel-Bermúdez, miembro del Buró Político del Partido Comunista de Cuba, en la clausura del IX Congreso de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC), cuando reconoció que “la población sí acude a nuestra prensa; nuestra población está informada por nuestra prensa; los periódicos nuestros se agotan en los estancillos”.

El también Primer Vicepresidente de los Consejos de Estado y de Ministros aseguró que “la gente consume nuestra radio, consume nuestra televisión; la gente escribe a las secciones de participación que tenemos en los periódicos; la gente da criterios, la gente participa en los programas de la televisión, escriben, tienen confianza, incluso una solución de un cubano, cuando tiene alguna insatisfacción, es decir: “Como nadie me ha resuelto esto, voy al Partido y voy a la prensa”.

Y, ciertamente, el público acude a los medios de comunicación, porque en estos se atienden sus planteamientos, se publican y prácticamente de inmediato se resuelven o encuentran una explicación justa a sus problemas, gracias a la intermediación del órgano de prensa con el organismo, entidad estatal o no que esté en conflicto.

La prensa moviliza fuerzas y crea el espacio propicio para la facilitación y resolución de problemas y aunque no resuelve todas las dificultades que llegan a su redacción a través de las cartas y correos, sí ofrece algún tratamiento a la correspondencia. Hay que reconocer que no puede solucionar asuntos que solo es posible con la gestión del Partido, los órganos populares del Estado y Gobierno, e incluso con el concurso de los propios individuos pueden tener un fin satisfactorio.

Esto lo reconoce el profesor Julio García Luis en su tesis de doctorado, devenida en el libro *Revolución, Socialismo, Periodismo. La Prensa y los Periodistas del Siglo XXI*, al apuntar que “la prensa cubana sigue teniendo una gran autoridad. La gente cree en ella y sabe que cuando se plantea algo en la prensa es una vía para resolver los

problemas. Eso es lo que explica el porqué tienen tanto éxito las columnas de intercambio con los lectores”. (García, 2013)

Sin dudas, es ese uno de los motivos por los cuales hoy las redacciones y departamentos deben constituir espacios de socialización, para de manera progresiva estrechar más la relación con el público, la razón de ser de la prensa revolucionaria.

Y es que aparejado a esa función universal del periodismo de informar, investigar, analizar, trazar horizontes y desarrollar sus tareas con objetividad, equidad, ética y racionalidad, las cuales establece García Luis en su tesis doctoral, los medios de comunicación cubanos tienen también ante sí un encargo básicamente social y de interactividad con los lectores, radioyentes y televidentes.

Desde el Primer Congreso del Partido Comunista de Cuba, en 1975, hasta la Conferencia Nacional de enero del 2012, la vanguardia política ha definido puntualmente el papel de los medios masivos de comunicación en nuestra sociedad. También sobre ello se ha reflexionado en los Congresos y otros foros de discusión de la UPEC. Documentos, resoluciones e indicaciones constituyen un sólido marco conceptual para la formulación de las políticas editoriales y la regulación de las relaciones entre la prensa y la sociedad.

Precisamente, de esas relaciones con el público hay ejemplos en la prensa cubana de los últimos años, cuando se han retomado en la mayoría de los medios, tanto nacionales como provinciales y municipales, importantes espacios de interacción, para lograr un puente entre las instituciones y los ciudadanos, con soporte en el principio de que las audiencias vean en los espacios destinados a ellas una manera directa de clamar por sus derechos y conocer las respuestas de los organismos, entidades y sectores cuestionados.

En esa relación prensa-público resulta notorio el aporte que da el último con sus comentarios, pues alerta noticias, denuncia ilegalidades o maltratos, reconoce buenas gestiones y propone soluciones a problemas sobre el mundo que le rodea, en

momentos que la diversidad de formas de gestión económica y de descentralización de funciones y potestades prevalece en el acontecer cubano de estos tiempos y trae consigo múltiples inquietudes.

En Cuba se ha visto un resurgir de esa interacción o relación medio-audiencia de la que se menciona y sobre la cual la investigadora se refiere más ampliamente en el primer Capítulo. Tanto en los dos diarios y un semanario nacional, en los 15 semanarios provinciales, seis emisoras de radio nacionales, en las 17 provinciales y en los 15 telecentros de las provincias existe al menos una sección dedicada a dar acuse de recibo a las cartas de los lectores. (Fuentes: CIP, Oficina Nacional de Estadísticas)

En la provincia de Holguín, los tres medios de alcance territorial disponen de un espacio dirigido al público, en el que se publican quejas, opiniones, denuncias y otros temas de interés, los cuales se envían fundamentalmente mediante correspondencia, ya sea por correo postal o electrónico, aunque también se nutren de llamadas telefónicas, recorridos de los periodistas por distintos lugares de la geografía holguinera y la atención directa a la población.

Tanto en el canal de televisión Telecristal, como en Radio Angulo y el periódico ¡ahora! las secciones o columnas fijas dirigidas a la atención de las audiencias dan tratamiento a las principales opiniones, intereses y problemas sugeridos por la población, a la vez que son recepcionadas y publicadas las respuestas de entidades y organismos cuestionados.

En Telecristal tienen imagen y sonido las opiniones, criterios y quejas de los televidentes en el programa En Primer Plano, a través de la sección Lo que usted Opina; en Radio Angulo son transmitidas en el informativo De Primera Mano y el periódico ¡ahora! mantiene el vínculo directo con el pueblo a través de Aquí: Columna de los Lectores.

Los medios nacionales, como Juventud Rebelde y Granma, disponen de un Departamento de Atención al Lector, en el cual se recepciona la correspondencia y se

realiza un proceso de selección de las cartas, que contempla investigar algunos de los casos, tramitar directamente otros con organismos o ministerios encargados de solucionar o responder el asunto, y son materia prima para periodistas para que sean empleadas para futuros trabajos. Finalmente, al periodista Titular de la Sección o Columna de atención a los lectores le llegan las cartas a publicar, luego de un engorroso proceso; pero ya “limpia de polvo y paja”.

Esto demuestra que en esos medios existe un equipo de más de tres personas encargadas de atender la correspondencia, lo cual no sucede así en los medios provinciales, donde solamente el periodista Titular de la sección tiene que atender todas las inquietudes, quejas o problemas que llegan a su medio, y no puede realizar un trabajo previo de investigación para certificar la veracidad de esas cartas. En muchos casos, no puede él solo hacerse cargo de una encomienda que en medios nacionales y otras partes del mundo, es procesada por un departamento encargado del análisis y la atención al lector.

El propio periodista de medios provinciales, que lleva la Sección de atención a las audiencias, no solo se ocupa de esa tarea, sino que además es responsable de otras temáticas, con planes de trabajo bien definidos y de estricto cumplimiento por el Departamento de Información, pues su desempeño profesional es evaluado a partir del mismo.

De ahí se deriva una serie de problemas que repercuten en el grado de satisfacción de los lectores, en la organización del trabajo por parte del periodista, pues se hace complejo que se lleven estadísticas y otros controles necesarios de toda la correspondencia recibida a través del correo ordinario, llamadas telefónicas, internet y otros canales, lo cual conspira contra las otras funciones que desempeña el reportero en su centro.

Durante un estudio exploratorio preliminar se pudo comprobar que, frecuentemente, las Secciones son afectadas por diferentes motivos: Telecristal no trasmite el programa En 1er Plano en días de celebración de fechas de conmemoración nacional, Carnaval de

Holguín y por emisión especial de olimpiadas y otros eventos deportivos de nivel mundial o por estar de vacaciones el periodista Titular de la Sección, mientras que De Primera Mano también ve afectada su salida al aire por la celebración de fiestas populares o coincidir con días feriados y otros.

El acuse de recibo es casi ciudadano por excelencia en los tres medios, a pesar de que se atiende la casi totalidad de la correspondencia que les llega; hay irregularidades en el seguimiento a las preocupaciones y aún es insuficiente la respuesta de los organismos; además de resultar escasa la reflexión por parte de los periodistas que tratan los diferentes temas publicados, pues en determinados casos solo se llega a solicitar una respuesta o a imputar a los organismos responsables de determinados asuntos.

La presente investigación parte de estas y otras dificultades, así como por el interés marcado de la autora en profundizar más en la relación público-medios de prensa y mejorar ese vínculo, a partir de su experiencia personal en la atención directa de las audiencias por más de una década en el periódico ¡ahora!

No se han encontrado precedentes relacionados con un estudio similar en los medios de prensa cubanos. Solo existe una tesis de pregrado realizada en la Facultad de Comunicación de La Habana: Cartas sobre la Mesa, donde se realiza un análisis acerca de la relación entre agenda pública y mediática en Cuba: Caso “Granma”, de Arailaisy Rosabal García y José Raúl Gallegos Ramos, quienes valoran la relación entre las agendas públicas y mediaciones en el país, a partir del caso concreto del Órgano Oficial del Comité Central del Partido y su sección Cartas a la Dirección.

Se podrá cuestionar si es pertinente, interesante o no, un estudio sobre las Cartas al Director en medios provinciales cubanos. Al respecto hay que dejar establecido que, tal vez, una de las asignaturas pendientes del periodismo, quizá la “cenicienta” de esta profesión, radica en saber cómo incorporar la voz del lector en la construcción de la realidad cotidiana a través de los medios de comunicación; en cómo hacer partícipe la voz del público con un profundo sentido periodístico, aún cuando la tecnología muchas veces esté fuera del alcance de gran parte de los periodistas cubanos. Es

imprescindible tener en cuenta que la participación de los ciudadanos es, en estos tiempos, uno de los aspectos cruciales del periodismo en todas partes del mundo.

Se asume Cartas al Director, como un género periodístico, a partir del reconocimiento de estas dentro del macrogénero de opinión por varios investigadores cubanos y extranjeros, como el periodista catalán Llorenç Gomis (1989), el cubano Heriberto Cardoso (1997), el profesor español José Rodríguez Vilamor (2000) y el investigador chileno Alejandro Córdova (2011), entre otros que han realizado amplios estudios sobre los géneros periodísticos.

Además, al revisar o consultar diferentes literaturas acerca de géneros periodísticos y su clasificación, las Cartas al Director aparecen en ellas como uno de los opinativos.

Por los argumentos fundamentados se formuló como **problema científico**: *¿Cómo favorecer la atención de las audiencias, a través del género periodístico Cartas al Director en los medios de prensa provinciales de Holguín?*; cuyo **objeto de investigación** es *Género periodístico Cartas al Director* y, derivado de ambos componentes, se propuso el **objetivo**: *Propuesta de un sistema de tareas, que a partir del género periodístico Cartas al Director, favorezca la atención de las audiencias en los medios de prensa provinciales.*

Fue necesario incidir en lo que se consideró **campo de acción**: *La atención de las audiencias en los medios provinciales de Holguín.*

El acercamiento a la solución del problema se realizó por la vía analítica y este se descompuso en subproblemas o preguntas científicas:

1. *¿Qué referentes teóricos sustentan este género periodístico, así como la atención a las audiencias a partir de su empleo?*
2. *¿Cuáles son los antecedentes históricos que han caracterizado el género periodístico Cartas al Director?*

3. *¿Cómo se ha comportado la atención a las audiencias, a través del género periodístico Cartas al Director, en los medios de prensa de la provincia de Holguín?*
4. *¿Cómo favorecer la atención a las audiencias en los medios de prensa provinciales de Holguín?*
5. *¿Cuál es la valoración del sistema de tareas propuesto?*

La realización del trabajo de investigación y la solución del problema científico implicaron el cumplimiento de tareas que expresaron las necesidades cognoscitivas y prácticas a resolver.

1. *Determinar los referentes teóricos que pudieran sustentar este género periodístico, así como la atención a las audiencias a partir de su empleo.*
2. *Analizar los antecedentes históricos que han caracterizado el género periodístico Cartas al Director.*
3. *Diagnosticar el comportamiento de la atención a las audiencias en los medios de prensa de la provincia de Holguín.*
4. *Elaborar un Sistema de tareas para favorecer la atención de las audiencias en los medios de prensa provinciales de Holguín.*
5. *Valorar el Sistema de Tareas propuesto.*

Para ofrecer respuesta a esas tareas científicas se aplicaron los métodos de investigación:

Del nivel teórico:

Histórico-lógico: para el estudio de la conformación y desarrollo de las secciones de correspondencia en los medios de comunicación, específicamente cubanos.

Análisis-síntesis: se empleó para facilitar el estudio del género, su estructura y propósitos, así como su comportamiento en los diferentes medios de prensa e interpretación.

Método sistémico: permitió concebir con un enfoque lógico a la investigación y procesar las tareas propuestas para favorecer la atención a las audiencias.

Del nivel empírico:

Análisis documental mediante el trabajo con las fuentes impresas y orales: para la fundamentación teórica de la tesis y la concepción del sistema de tareas aportado.

Observación científica: prevista en la evaluación de la atención a las audiencias en los medios de prensa provinciales de Holguín.

Entrevistas a informantes claves: para adquirir la información de fuentes primarias con el propósito de obtener juicios críticos sobre el problema de investigación.

Encuesta a especialistas: con el fin de obtener información a partir de sus conocimientos y experiencia en la atención a las audiencias.

Grupo de discusión: con los periodistas, directivos de los medios y funcionarios de los distintos organismos de mayor incidencia, con el propósito de conocer sus opiniones acerca de la propuesta del sistema de tareas.

De la Estadística descriptiva: tablas y gráficos para la mejor comprensión de los resultados.

La investigación se inserta en la perspectiva metodológica cualitativa, es aplicada y descriptiva.

El informe de investigación consta de introducción y dos capítulos. En el primero se hace un acercamiento a los antecedentes históricos del objeto de estudio, así como a sus principales referentes teóricos; además, se analizan categorías y teorías que sirven de sustento para el capítulo dos.

En tanto, en el segundo se exponen los resultados del diagnóstico realizado a las distintas secciones de los medios provinciales durante los meses de julio, agosto y primera quincena de septiembre de 2013, luego se explican los pasos que componen el sistema de tareas propuesto como una solución al problema científico planteado; incluye además los resultados de los grupos de discusión. Finalmente, la memoria escrita consta de las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

CAPÍTULO I. Referentes teóricos metodológicos para el género periodístico Cartas al Director.

Jesús Martín Barbero ubica al capítulo teórico de una investigación como mapa nocturno que guía los preceptos del informe. Tiene como fin este acápite un breve recorrido por el origen y evolución de los conceptos que aportan elementos a categorías y variables de la investigación.

De esta forma se abordan distintos términos y conceptos que sirven de sustento al informe de investigación. Comienza desde la acepción de las Cartas al Director como género periodístico, las rutinas productivas en los medios de comunicación, la agenda pública y la agenda del medio, así como un breve acercamiento a la teoría de los sistemas de Niklás Luhmann.

No se pretende hacer un recorrido extenso, sino más bien puntualizar los elementos esenciales que repercuten de forma directa en los aspectos que le dan solidez y sientan la base teórica de la investigación.

La investigadora tiene en cuenta también elementos históricos que ubican y contextualizan tanto al objeto como al campo de la investigación. Se apoya en referentes de escuelas europeas y americanas, así como en artículos de investigadores cubanos acerca del tema.

Entonces, que se multiplique la palabra y el criterio en este primer capítulo.

1.1 Referentes teóricos del género periodístico Cartas al Director

El periodismo, como método de interpretación de la realidad social, se sirve de géneros periodísticos que cumplen diferentes funciones para responder a las necesidades

sociales. Según la tradición latina o europea, existen tres grandes grupos de clasificación de los géneros periodísticos¹.

- Macrogénero informativo: noticia

- Macrogénero interpretativo: entrevista, reportaje interpretativo y crónica.

- Macrogénero de opinión: editorial, columna de opinión, crítica.

Sin embargo, aun cuando hay una amplia y variada bibliografía acerca de los géneros periodísticos (Vivaldi, 1973; Aldunate y Lecaros, 1989; Casasús y Núñez, 1991; Santibáñez e Infante, 1997; Cardoso, 1997; Martínez, 2004; Yanes, 2004; Gargurevich, 2006) y son diversas, además, las clasificaciones que los diferentes autores hacen sobre estos, es escasa la información que se brinda acerca de las Cartas al Director y muy pocas veces se las considera dentro de las tipificaciones que realizan los teóricos.

La correspondencia de los lectores con sus inquietudes, opiniones, valoraciones, puede ser considerada como un género de opinión, aunque la academia se mantiene reticente en este particular. Resalta la opinión del Doctor español Rafael Yanes, (2004), que considera a esta como un género anexo al periodismo, en contraposición con autores como Vilamor (s.f.), quien la reconoce como una de las más importantes de los medios de comunicación masiva. No obstante, cabe preguntarse si realmente a las Cartas al Director se las puede considerar como un género periodístico. Precisamente, es esta la interrogante base que define las primeras líneas de esta investigación.

Es imprescindible también hacer una breve caracterización de las Cartas al Director como género netamente periodístico, diferenciando aquellos rasgos que las distinguen de los demás tipos de cartas².

A pesar de la escasa bibliografía que existe con respecto a las Cartas al Director, uno de los pocos apuntes sobre su origen lo ofrece el periodista e investigador español José

¹ Al contrario de la corriente anglosajona que agrupa a los géneros en informativos (story) y de opinión (comment).

² No todas las cartas corresponden a esta clasificación, tal como se demostrará más adelante.

Rodríguez Vilamor, quien apunta que estas fueron introducidas por los escritores y periodistas ingleses Johnn Dunton y Daniel Defoe, bajo el término de “diálogo con los lectores”, durante el primer tercio del siglo XVIII. (s.f.)

La investigadora establece que ya con este primer nombre, se le atribuye una de las funciones más importantes de este género, es decir, la posibilidad de interactuar ambas partes, autores y lectores mediante el intercambio de opiniones, ideas y valoraciones.

Aún, cuando no existe un consenso entre distintos autores e investigadores en ubicar a las Cartas al Director como un género periodístico; como principal reconocedor de este género está el doctor en Ciencias de la Información José R. Vilamor, quien rescata su importancia al tomarlas como el único espacio en que se puede establecer un intercambio comunicativo directo entre los lectores y el medio de prensa (s.f.), a esto se contraponen el español Yanes (2004); mientras que Gutiérrez (1984) la señala como tal, pero al realizar su clasificación no las menciona.

Para ubicar a las Cartas al Director como un género periodístico, se impone primeramente ir a la definición de este último.

El término lo introdujo a mediados de siglo XX el francés Jacques Kayser, quien veía en este concepto uno de los criterios de clasificación para los contenidos de la prensa. Lo que sirvió también, como argumenta el periodista catalán Llorenç Gomis, para la organización pedagógica de los estudios universitarios sobre periodismo. (1989)

El filólogo español José Martínez Albertos definiría a los géneros periodísticos como:

Las diferentes modalidades de creación lingüística que se canalizan a través de cualquier medio de difusión de carácter colectivo, y con la intención de prestar atención a los grandes objetivos del periodismo: el relato de acontecimientos (la información) y el juicio valorativo que provocan tales hechos (la opinión). (Martínez, 1978).

De esta forma, se responde también a una necesidad desde el punto de vista del receptor del mensaje; cada género cumplirá con una función determinada y responderá a una cierta demanda. Entonces, un género respaldaría a la demanda de informar, de relatar acontecimientos; mientras que otro se encargaría de la valoración de estas situaciones; dar opiniones.

A propósito, Yanes señala que:

Los géneros satisfacen diferentes necesidades sociales, y que las distinciones entre ellos son automáticamente reconocidas por los lectores, que sin previa reflexión pueden distinguir entre una noticia y una opinión, y por ello los intentos de unificación de los textos periodísticos no han resultado fructíferos, ya que, más que una cuestión teórica para el estudio científico del periodismo, se trata de la información que los lectores reciben y cómo la reciben. (Yanes, 2004).

La información y la opinión son los rasgos que han determinado la clasificación de los géneros en uno y otro según la tradición anglosajona; la cual establece su modelo hasta casi la mitad de los años '50; el relato de hechos (story) y la exposición de ideas (comment). Esta bifurcación, tal como explica Fernández (2001), se sustenta en el postulado de Charles Scout, director del diario británico The Guardian, en 1991: “*fact are sacred, comments are free*” (los hechos son sagrados, los comentarios son gratuitos³); con lo cual imponía las pautas de lo que el periodismo podía registrar.

Para la escuela francesa, los periodistas tendían a reprocessar la información con respecto a la política ajustada a cada medio de prensa. “Se comentaban las informaciones que se entregaban, se mezclaba la opinión y la información; esta tendencia, con fines pedagógicos y de orientación, dio origen a lo que se denominó *journalisme d’explication*” (periodismo de explicación). (Santibáñez & Infante, 1997; Fernández, 2001)

³ Todas las traducciones que aparecen en la investigación son de la autora.

En Latinoamérica, fue el modelo europeo (francés) el que influyó definitivamente y con el cual se dividió a los géneros en tres grandes bloques: informativos, interpretativos y de opinión. Según los chilenos Aldunate y Lecaros (1989), el material de trabajo del primer grupo es el Hecho, que se busca comunicar lo más rápido posible; para el segundo son los Procesos, debido a que la interpretación pretende ahondar y explicar la noticia; en tanto el material para la opinión son las ideas y valores, *ya que por medio de este género se intenta convencer acerca de un determinado hecho*. Estos autores, reconocen que hay un límite difuso entre la función interpretativa y la opinativa, ya que evidentemente toda interpretación es una opinión subjetiva.

Actualmente, la emergencia de nuevos géneros textuales en el periodismo ha provocado la pérdida en la vigencia de los géneros tradicionales, lo cual ha forjado nuevas pautas asumidas por los estudiosos que se basan en la distinción de nuevas tipologías. Las principales serían:

- Teoría normativa: por Martínez Albertos (2004), la cual unifica las escuelas europea y anglosajona. Reconoce los tres macrogéneros: informativo, interpretativo y de opinión.
- Teoría del sistema de textos: Borrat (1981), que diferencia entre textos narrativos, descriptivos, argumentativos y explicativos, los cuales responden a las preguntas clásicas del periodismo.
- Teoría de los esquemas del discurso, por Van Dijk (1980) derivada de la tradición anglosajona y que clasifica las modalidades de expresión lingüística para relatar historias al público en dos grupos: géneros de esquema narrativo o informativo y los géneros con esquema argumentativo u opinativo.
- Teoría de la hibridación de los géneros, por Casasús y Núñez (1991 y 1995) donde se agrupan los géneros en informativos, interpretativos e instrumentales.

Luego de lo antes expuesto, se requiere citar al catalán Gomis, quien resume la definición de género periodístico como una “forma convencional de captar y traducir la

realidad, donde cada uno de ellos cumpliría una función diferente, cubriendo un sector de ese amplio continuum que va desde la noticia al editorial”. (1989) En esta concepción se podría incluir las Cartas al Director como género, específicamente dentro del grupo de opinión.

No obstante, los principales detractores del género (Aldunate & Lecaros, 1989; Santibáñez & Infante, 1997; Yanes, 2004; Velásquez, Gutiérrez, Salcedo, Torres & Valderrama, 2005) reconocen solo como géneros pertenecientes al macrogénero opinativo el editorial, las columnas de opinión, el comentario y la crítica; la mayor reticencia a incorporarlo a este grupo la indica Yanes:

Parece un tanto arriesgado considerarlo un género periodístico, ya que son textos que están escritos por personas ajenas a la actividad profesional de la información, y, por tanto, no están sujetos a las normas estilísticas propias del periodismo. (2004)

Según este autor, el principal riesgo es la autoría de los textos, que no son realizados por periodistas; sin embargo, existen muy buenos columnistas que no son necesariamente profesionales de la prensa, y actualmente las columnas de opinión no son estrictamente firmadas por periodistas, y aún así son consideradas como género de opinión.

Si se retoma a los chilenos Aldunate & Lecaros, en este macrogénero el material de trabajo son las buenas ideas y no los datos y hechos, y apuntan que “estos autores tampoco necesitan ser necesariamente periodistas. Buenas ideas, cabezas pensantes y plumas inspiradas hay en todas las áreas del conocimiento” (1989).

Atendiendo al segundo argumento de que las Cartas al Director no pueden ser consideradas como un género de opinión, al no estar sujetas a las *normas estilísticas del periodismo*, el doctor cubano Heriberto Cardoso, en reconocimiento a estas, señala que:

La carta es una tribuna libre. Su estilo ha de ser, desde luego, el de su autor, aunque preferiblemente directo, coloquial, breve; sin términos rebuscados u ofensivos. En casos de emplear la ironía o el humor, éstos deben mantener el tono adecuado, sin herir la dignidad de terceras personas. (1997)

Aunque hay que especificar que los textos periodísticos, antes de ser publicados, pasan por un filtro, una edición y revisión del texto, que lo perfilan y ajustan a las características del periodismo.

Se refería Cardoso en su tesis de Doctorado, a ejemplos de epístolas que son actualmente reliquias periodísticas, tales como las de José Martí.

Se publican tres tipos de cartas; considerando el asunto y pertinencia:

- Individual o personal: cuando el remitente es una persona que plantea un asunto o criterio personal, con el objetivo de promover su solución u obtener una respuesta que le satisfaga. (Precisamente, son estas cartas las que se toman como estudio en la presente tesis de maestría)
- De interés público o colectivo: cuando el remitente es una institución social, con destino a la opinión pública o a una persona o colectivo, con el propósito de orientar, estimular o explicar un asunto determinado.
- Periodística: cuando el autor es un periodista o colaborador y presenta su material siguiendo el estilo de la carta, aunque en ocasiones bajo la forma de otro género periodístico. (Cardoso, 1997)

Una de las particularidades de las cartas es a quién van dirigidas. Según el investigador chileno Alejandro Córdova, *“aun cuando explícitamente el vocativo de la carta rece: “estimado Sr. Director”, la potencial audiencia de la carta es más amplia que el interpelado, pues se trata de todos los lectores que tenga el periódico”*. (2011)

Este argumento es compartido por Cardoso, cuando señala que “este destinatario directa o indirectamente tiene un carácter público —el lector del diario o revista (aunque

formalmente aparezca consignado el Director— y el tema o asunto trasciende a la comunidad, con independencia de su origen a veces personal”. (1997)

Para el periodista cubano José Alejandro Rodríguez, Premio Nacional de Periodismo José Martí (2013), y redactor de la sección Acuse de Recibo del diario Juventud Rebelde, “lo menos importante es sí son o no un género periodístico, mucho más cuando la tendencia hoy en el mundo es a la hibridación de géneros. Sí lo considero una vertiente del periodismo, y sumamente importante, con sus códigos y claves muy característicos”.

La investigadora coincide con el cubano y agrega que aunque se le denomine como Cartas al Director, su destinatario real es el público en general. Están firmadas para poder identificar siempre al responsable. Las secciones que incorporan estas misivas son las más leídas, porque el lector, radioyente o televidente encuentran en ellas los temas más variados y cercanos, expuestos por personas como él.

A partir de la experiencia de más de una década de la investigadora a cargo de una sección de atención a las audiencias, y con la base de lo planteado anteriormente por reconocidos especialistas en Comunicación Social, define a las Cartas al Director como un género periodístico, incluidas en el macrogénero de opinión, por ser, específicamente, el sentir de los lectores el que se plasma en las cartas, sobre un tema específico, puntual, que lo afecta a él o a su comunidad, o que se genera a partir de un hecho u opinión aparecido en el periódico y aunque está dirigido específicamente a una persona o sección determinada, tiene un carácter público.

La investigadora opina que con la correspondencia se incorpora la voz del público con sentido periodístico a los medios de comunicación masiva. Las secciones de atención a la audiencia mantienen una constante popularidad entre el público. Por ejemplo, en los últimos concursos del periódico ¡ahora! es La columna de los lectores la más leída, según los votos de los lectores, de igual manera sucede en la televisión holguinera con Lo que usted opina.

Sobre esto, como fenómeno mundial, agrega el catalán Lluís Pastor que no se trata de las más leídas solamente, sino que la intensidad de crecimiento de cartas enviadas a los periódicos para ser publicadas da una cierta medida del interés que despiertan. (2010)

Efectivamente, a medida en que la población se ve identificada en sus principales órganos de información, más parte quiere ser de éstos. Al hacer un estudio preliminar para la realización de la presente tesis, la investigadora pudo comprobar que los temas de las Cartas al Director son aquellos donde la audiencia tiene más necesidad de aportar, son los que más le interesan o los más cercanos a su experiencia personal.

La correspondencia, en el caso cubano, se dirige en su mayoría a los periodistas Titulares de las secciones, una de las razones fundamentales es que ya existe una relación y un reconocimiento hacia las personas que dirigen estos espacios, los cuales se convierten en los profesionales del medio más buscados por la población. Y justamente, como la autora expone más adelante, con el análisis de los asuntos de la correspondencia los medios pueden sincronizar las agendas informativas.

Finalmente, en la búsqueda de información por distintos sitios web, se comprobó la inclusión y el reconocimiento de las Cartas al Director en los géneros de opinión, espacios online como la Revista de Estudios de Comunicación del País Vasco (<http://www.ehu.es/zer/es>), la página del Ministerio de Educación de Chile, (<http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=133285>) y la Revista de la Universidad de Sevilla (<http://www.us.es/estudios/2100016>), entre otras publicaciones digitales de relevancia.

1. 2 Cartas al Director, antecedentes históricos

El punto de partida de las Cartas al Director, lo marcan los ingleses John Dunton y Daniel Defoe (autor de la novela Robinson Crusoe) al incursionar en el “diálogo con los lectores”, tal como ellos lo denominaron, en la revista para mujeres The Ladies’

Mercury, en 1693, en Londres, considerada, canónicamente la primera revista femenina.

De ahí hasta la actualidad, poco o nada se ha escrito acerca la evolución de este género en la prensa. Un estudio del periodista español Lluís Pastor, sobre las secciones de cartas de los lectores en distintos medios internacionales, ubica a la Revista El Ciervo, de Barcelona, España, como una de las pioneras en la introducción de cartas de los lectores en los medios de comunicación de ese país, en 1952. (2009)

Mientras que la periodista y escritora española Rosa Montero, reconoce que en El País Semanal, en sus inicios, serían los anuncios por palabras la única sección abierta al ciudadano, donde este podría expresarse con su propia voz (1998). Sin embargo, en el trabajo del también Doctor en Periodismo Lluís Pastor, se aclara que la sección de las cartas es un invento anglosajón y que son los diarios ingleses los que más importancia le dan a este espacio y quienes mejor lo asimilan.

En el diario The Times es “Letters to the Editor” el nombre de la sección, en tanto en The Guardian se simplifica el nombre a “Letters”; en ambos medios ingleses, una característica que los distingue de otros periódicos de gran relevancia mundial, es que agrupan varias cartas bajo un mismo título, aunque algunas de ellas no se circunscriban exactamente al tema común.

En la revisión de otros diarios, según las listas que en 1968 y 1999 elaboró el profesor John C. Merrill, con los diarios más influyentes, es perceptible cómo en The New York Times, las páginas de “Letters” se incluyen dentro de la sección de Opinión y mantienen la misma maquetación, durante toda la semana no se modifica el modo en que se presentan las cartas a los lectores.

En Le Monde se denomina como “Au courrier des lecteurs” (Cartas al editor) y en Le Figaro, “Courrier des lecteurs” (Cartas al Editor). La representación de las cartas se caracteriza por destacar gráficamente una carta respecto a las demás, algo similar ocurre en “Cartas al Director”, de las publicaciones ABC y La Vanguardia.

Han alcanzado tanta relevancia e importancia, que se podría asegurar que es muy poco probable que exista un periódico u otro tipo de medio que no tenga un apartado para las cartas de los lectores. Según el periodista español Gregorio Morán: “Puede afirmarse sin empacho que la sección de cartas de los lectores, sabiamente manejadas, se convierte en un arma de reconocida eficacia al servicio de la línea editorial del medio. En consecuencia, no existe en España un solo diario nacional ni revista de información general que prescindiera de este recurso adicional para el moldeo de la opinión pública”. (1988)

Las cartas que se reciben en los medios de prensa, sirven de materia prima para la realización de otros trabajos; y ubican al medio de prensa como un mediador entre el pueblo y las entidades y organismos estatales. Siguiendo la línea de medios con secciones, en Cuba tenemos a la revista Bohemia como un antecedente histórico, con la sección ¡Aquí el pueblo!, en la que se publicaban cartas de diversa índole, temas y además se hacían trabajos periodísticos a raíz de las cartas.

Precisamente, en Cuba ocupan un papel preponderante y no son solo dirigidas al director, sino también a programas y periodistas en particular por determinado trabajo publicado o temáticas que atienden, y a secciones de atención al público, que actualmente poseen casi todos los periódicos nacionales y provinciales, emisoras de radio y Telecentros del país.

En su mayoría, son secciones destinadas al intercambio con el público y a visualizar los problemas de los ciudadanos llegados a través de cartas, llamadas telefónicas y correos electrónicos, pues a partir de la incorporación de las nuevas tecnologías de la computación cada vez son más los que optan por este medio.

Existen notables ejemplos en medios nacionales, como Acuse de Recibo, del diario Juventud Rebelde; Buzón Abierto, del semanario Trabajadores, y Cartas a la Dirección, del periódico Granma.

Los periódicos provinciales son abanderados en esta manera de hacer periodismo con y para la gente. En su casi totalidad hay columnas o espacios fijos para cada semana dar tratamiento a la correspondencia enviada por los lectores, entre ellos, están *Buzón Abierto* (Guerrillero, Pinar del Río), *Yo Opino* (Mayabeque), *Tribuna del Lector* (Tribuna de La Habana, La Habana), *Apartado 1433* (Girón, Matanzas), *Diálogo Directo* (5 de Septiembre, Cienfuegos), *Cartas de los Lectores* (Escambray, Sancti Spíritus), *Catauro* (Adelante, Camagüey), *Verdades Cotidianas* (La Demajagua, Granma), *Respuestas al Lector* (Venceremos, Guantánamo), *Santiago en las Noticias* y *Buzón del Pueblo*, en el caso de la primera sale todas las semanas, y la segunda alterna con *Cámara en la Calle* (Sierra Maestra) y *Aquí: Columna de los Lectores* (periódico ¡ahora!, Holguín).

Algo similar sucede en las emisoras de radio con los oyentes. Por ejemplo, *Hablando Claro*, de Radio Rebelde, cuyos programas, por lo regular, parten de opiniones enviadas por radioescuchas de cualquier parte del país. En las radioemisoras provinciales tienen espacio *Como lo Oyes*, de Radio Sancti Spíritus; *Alta Tensión*, de CMHW, La Reina Radial del Centro, provincia de Villa Clara; *Hoy en la Noticia* o *La Última*, de Radio Bayamo.

En la televisión, igualmente, hay concebidos programas con un perfil especializado a través de los cuales se ofrece tratamiento a inquietudes, quejas, sugerencias de televidentes. Uno de estos es *Al Derecho*, de corte jurídico, del Canal Cubavisión; en tanto que en los telecentros también existen secciones como *Noticiero en Marcha* (Centrovisión, Sancti Spíritus); *Revista Guantánamo*; *Cámara en Mano*, de Tele Turquino, en Santiago de Cuba, que conduce la periodista Adis López, y *Lo que usted opina*, sección que ocupa espacio en el noticiero del mediodía *En 1er Plano*, de Telecristal, Holguín.

Precisamente, de la provincia de Holguín, los tres medios provinciales, Periódico ¡ahora!, telecentro Telecristal y Radio Angulo, del sistema radial holguinero, disponen de espacios específicos para tratar la correspondencia y llamadas telefónicas recibidas hasta atender al público, que directamente acude a esos medios.

1.3 Las secciones en los medios provinciales de Holguín (de la mano de la audiencia)

La historia de la televisión en la provincia de Holguín recoge que el 5 de diciembre de 1976 nace este medio con una importante vocación creadora y muy bien fundamentada preparación técnica y artística. Espacios musicales, juveniles y dramáticos salieron en pantalla para el pueblo holguinero, aunque hubo que esperar dos años para que la estación pudiera mantener en el aire una programación con carácter regular.

A partir de determinados reajustes en el sistema de la Televisión Cubana, el telecentro local creó su Redacción Central Informativa, un aparato más sólido y de mayor alcance entre cuyas funciones sobresale la de transmitir para toda la nación reportes periodísticos con la actualidad noticiosa de las provincias de Holguín y Las Tunas, hasta que algunos años después fue inaugurado el Telecentro de la provincia vecina.

En la década de los '80, con la entrada de nueva tecnología, preparación de cubículos de edición y transmisión de video tape, entre otras mejoras, hacen que en este telecentro se conciba una programación más amplia y de superior calidad y ya el 16 de abril de 1986 los estudios de televisión son identificados con el nombre de Telecristal.

De ahí parte la historia de En primer Plano, revista informativa que inició en octubre del 2002, con el periodista Salvador Hechavarría Garcés como director. A instancias de Luis Enrique Díaz, en aquel momento Jefe de la Redacción Informativa, se crea el espacio de 27 minutos de duración de lunes a viernes, a partir de las 12 del mediodía.

Paulatinamente, este programa informativo ha ido evolucionando desde el punto de vista estético y de las posibilidades tecnológicas. Salvador Hechavarría, director y fundador del espacio, opina que “la diferencia de esta revista con otras de su tipo en el país parte desde su propia concepción y diseño, que tiende a ser bastante dinámico, atractivo visualmente. Pero lo que más lo ha identificado son las secciones, que tienen que ver con la población. Todos los días se ha procurado tener en la revista temas vinculados con la comunidad. No es que lo logremos siempre, pero lo hemos procurado”.

La revista informativa En 1er Plano es, actualmente, uno de los programas informativos con mayor audiencia en Holguín por su horario de transmisión de 12:00 pm a 12:27 pm y por la propuesta de su discurso.

La integran varias secciones: *En línea*, con las principales noticias publicadas en Internet; *Deporte*, el *Tiempo*, las *Utilitarias*, *La Ciencia*, las *Culturales* y las de atención a la población, como *Orientación jurídica*, comentarios de periodistas acerca de temas de interés local, el Móvil desde lugares donde se reportan inquietudes de la población y Lo que usted opina, que se nutre de cartas y llamadas telefónicas de la teleaudiencia, además de recorridos que realiza por las comunidades su realizador, el periodista Luis Enrique Díaz Rojas.

Esa sección sale al aire los martes y jueves, con duración de unos cinco minutos, y el propio periodista también presenta la sección en el Canal comunitario 63, en el programa VSD los viernes, pero con duración de 12 minutos y el nombre de Miradas.

En tanto que, con las posibilidades que ofrecen las técnicas de la radio, durante una hora se encadenan ocho emisoras municipales y seis estudios de radio para que el acontecer de la provincia, Cuba y el mundo se convierta en el principal protagonista, en el programa informativo *De Primera Mano*, de la emisora provincial Radio Angulo, conducido desde sus inicios por el periodista Félix Hernández Rodríguez.

“La idea original y el nombre surgieron en una reunión en la que se planteaba la necesidad de crear nuevos espacios que contribuyeran a polemizar sobre temas de sumo interés, y al ejercicio del criterio y el punto de vista”, comentó el también fundador, Rigoberto González Limiñana, actual director del programa.

De Primera Mano sale al aire de cinco a seis de las tardes de lunes a viernes y mantiene activado el sistema a lo largo y ancho de esta nororiental provincia cubana, con una audiencia mayoritaria, según registran las encuestas y sondeos realizados.

“Sin dudas, la más importante de todas las fortalezas del espacio es que a 24 años de la primera emisión este programa informativo mantiene un índice de audiencia del 93,9

por ciento”, así lo afirma el también presidente de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) en la provincia de Holguín, Félix Hernández.

Precisamente, en el más “grande de la tarde”, como se conoce *De Primera Mano*, es el espacio dónde los oyentes envían sus cartas, notas o llaman vía telefónicamente para plantear preocupaciones, quejas e inquietudes.

La mayoría entrega su correspondencia o llama directamente al Programa, otros optan por el correo ordinario. Estas cartas son procesadas y clasificadas en el Departamento de Investigaciones Sociales y posteriormente enviadas a DPM, pero en sentido general, la totalidad recibe tratamiento.

Y por último está el periódico ¡ahora!, cuyo vínculo con sus lectores comenzó desde el momento mismo de su nacimiento, cuando un lector holguinero, el Doctor José I. Zúñiga le puso por nombre a la publicación este adverbio de tiempo, en un concurso convocado al efecto y cuyo resultado se dio a conocer el 19 de noviembre de 1962.

Múltiples son las modalidades de esa relación que permite retroalimentarse a este medio constantemente y dar respuesta a las necesidades de información, educación y esparcimiento del amplio público lector.

Pero, según el periodista Rodobaldo Martínez Pérez, quien fuera durante más de dos décadas director del medio, “lo más importante es que nuestros lectores conocen a su periódico, sus particularidades, por eso no es extraño recibir la sugerencia o petición de que determinado asunto se publique en esta Sección y la destaque de esta o tal forma”.

En pleno Período Especial⁴ nace la sección Aquí, con el objetivo de ofrecer información utilitaria al pueblo. Fue el 15 de abril de 1995. La presentación rezaba: *Estrenamos aquí*

⁴ En la década de los '90 comenzó en Cuba el denominado Período Especial. La desintegración de la Unión Soviética y del campo socialista provocó el fin de las relaciones económicas con estos países, los cuales eran los principales abastecedores, fuentes de crédito y financiamiento que tenía la Isla. El PIB disminuyó en -35 por ciento y las importaciones en 75. En esta etapa también disminuyó el nivel de calidad de vida, creció el número de personas que no tenían ningún vínculo laboral y reaparecieron otros males que se habían erradicado con el triunfo de la Revolución en 1959. Tanto como la sociedad, otros sectores como la salud, educación, cultura se vieron afectados.

esta semana una sección variada y de interés general, la cual esperamos que se convierta en una vía directa para el intercambio y la información recíprocos. En las cuatro páginas impresas en el poroso papel cubano Jatibonico la nueva sección ocupaba la cabeza de la última, con espacio privilegiado y pronto se ganó el favor de los lectores, ávidos de una especie de refugio o confesionario donde contar sus cuitas, para ser escuchados y representados ante aquellos organismos responsables de darles respuestas o solución a sus problemas.

Para Joaquín Fernández Moreno, redactor que inició esta Columna, “los antecedentes de la sección sobre inquietudes de los lectores, en medio de la difícil situación económica que existía en el país, pueden encontrarse en los periódicos anteriores a 1995, cuando a través de la pequeña sección ¡Expreso!, lo mismo se informaba de un bache, que del cambio de ruta de una guagua, de la distribución a tiempo o no de los alimentos (recuérdese el alto número de productos normados que se distribuían por la Libreta), por lo que vino a convertirse en una especie de válvula de escape a las inquietudes, tanto de las necesidades materiales, como de la propia información, lo que en cierta manera paliaba las tensiones cotidianas de esa época de manera breve, y hurgando en la inmediatez”.

Mientras que Martínez Pérez considera que la Columna... nació por “la necesidad de dar más información en menos espacio, intensificar la interactividad y que la Sección se convirtiera en un espacio en defensa del lector, así como para elevar el protagonismo del semanario entre el público, al afianzar su credibilidad, que giraría en la confianza creciente entre los receptores y el respeto de las fuentes, como un recurso estratégico fundamental para nuestra sociedad, acorde con su competencia para definir la realidad, su capacidad cognitiva y simbólica que le permite moldear los procesos, que le servirían para articular la agenda pública acorde con el sentir que revela cada edición”.

La columna ha pasado por varias etapas y localizaciones dentro del periódico y se le agregó a la palabra Aquí, el sintagma Columna de los Lectores. De la página 4 inicial, pasó a la 2, cuando se comenzó a tirar con 8 páginas, y posteriormente, a los efectos

de política editorial, ocupó su posición actual en la página 6, con espacio de dos columnas, primero unas 70 líneas hasta las 100 actuales.

Como elemento importante a destacarse de la Columna, Martínez Pérez, estima que esta “pone a prueba la capacidad del periódico de arriesgarse con sus receptores, al colocar textos sin comprobarlos, que llegan en cartas, llamadas telefónicas o testimonios en la misma redacción. La decisión de publicación desde sus inicios ha sido cada vez más flexible y de ese modo cristalizó una tendencia de creer más en los receptores que interactúan con el periódico desde sus vivencias, negativas o positivas, y en su mayoría con un alto respeto ético”.

Hoy, a la altura de 18 años de vida, y según encuesta, es la sección más leída del Semanario y aborda de 16 a 19 asuntos en cada edición. Por lo regular, se tratan aspectos de todos los municipios, aunque prevalece la presencia de la capital provincial. Escriben amas de casa, desvinculados, obreros calificados, estudiantes, científicos y niños, tanto a título personal como colectivo.

Esta columna es, además, una de las fuentes de información del Partido y el Gobierno tanto en la provincia, como en los municipios, cuyos funcionarios exigen de los emplazados solución a los problemas.

Es válido apuntar que a la investigadora le fue factible acceder a la información de las distintas secciones y medios, porque durante sus 32 años en el ejercicio del Periodismo en el periódico ¡ahora!, también ha estado vinculada a la radio y a la televisión. En Radio Angulo permaneció alrededor de 10 años en prestación de servicio, por lo que pudo establecer relaciones profesionales y adquirir conocimientos de sus rutinas productivas; mientras que en el Telecristal, participó de manera regular en el programa de corte crítico Al pie de la letra, el cual se nutría fundamentalmente de cartas y llamadas telefónicas de la población.

1.4 Rutinas productivas y sus particularidades en los Medios de Comunicación

Es a través de las rutinas productivas que se organiza y efectúa el trabajo en los medios de comunicación. Estas responden, por supuesto, a las características tecnológicas y cognitivas de cada órgano de prensa. Según Gaye Tuchman, socióloga estadounidense, “sin una cierta rutina de la que echar mano para hacer frente a los acontecimientos imprevistos, las organizaciones periodísticas quebrarían”. (1973)

Este conjunto de acciones y normas, que se originan a partir de las particularidades y exigencias del campo mediático; son un elemento fundamental en la teoría del newsmaking y establecen el trabajo periodístico. Justo, como sentencia el semiólogo y sociólogo italiano Mauro Wolf, “hablar de rutinas productivas es hacer la descripción del contexto práctico –operativo en el que los valores noticia adquieren significado”. (2005)

La construcción de la noticia se ha basado históricamente en las rutinas productivas. Distintos especialistas, como se ha demostrado en estudios anteriores, las catalogan en conscientes e inconscientes. Las primeras tienen lugar cuando se realiza un trabajo por primera vez y se precisa de un gran empeño y concentración para su realización. Mientras que las segundas son aquellas producto de la repetición y se convierten prácticamente en un hábito adquirido a la hora de construir la noticia o de conformar un espacio noticioso.

Precisamente, Wolf reconoce tres fases: recolección, selección y presentación. (1989)

Etapas 1: Recogida

Los estudios del newsmaking han provocado que ya no se vea al periodista como un ente activo y creador, puesto que cada vez depende de todo un sistema de fuentes. “El sistema de fuentes genera una dependencia excesiva del periodista de las fuentes oficiales. Su agenda de previsiones está determinada por las instituciones”. (Wolf, 2005)

Las fuentes pueden ser agencias de noticias, corresponsalías, instituciones y organismos gubernamentales, del Partido, miembros de la población, personas involucradas en un incidente y testigos del mismo, otros medios de comunicación, documentación, especialistas en determinados temas y otros.

Tuchman (2008), socióloga estadounidense, asegura que “el verdadero pilar de la recogida es la red informativa una estructura cuyo tamaño determina la capacidad informativa de un medio”. Siendo las grandes redes informativas a nivel global: los ejes Washington-New York; la tríada París-Londres-Berlín y el Oriente Medio. (McQuail, 1998)

Por último, en cuanto a la recogida, Wolf advierte que “el newsmaking es cada vez más un proceso dependiente de las nuevas tecnologías, las cuales están modificando el proceso de recogida de información”. (2005)

Etapa 2: Selección

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, la selección es la acción y efecto de elegir a una o varias personas o cosas entre otras, separándolas de ellas y prefiriéndolas (2013). Precisamente, en el caso del proceso productivo se relaciona a las decisiones sobre qué noticia se publicará, cuándo y dónde.

Este proceso de selección a nivel global, donde existen las grandes corporaciones mediáticas, depende de decisiones empresariales y en algunos casos lo realiza el consejo de redacción, que es quien controla la noticia que saldrá al aire, la fecha, lugar y en qué sección.

No obstante, reconoce Wolf (2005) que cada día más este proceso tiene un carácter más personal e individual de estas decisiones por parte del director o editor. La selección, entonces, se rige actualmente por diversos factores.

Otros criterios a tener presentes son el peso que poseen las instituciones y sus emisiones noticiosas a través de gabinetes y ruedas de prensa, la cobertura a representantes de poderes políticos, la proximidad (cuanto más cerca ocurra un hecho, más rápido se complementa en las noticias), la temporalidad, actualidad, referencia intramediática, así como el interés público.

Este proceso de selección de noticias figura como un filtro, en el que se introducen muchos datos y solo unos pocos pasan a través de él, y en el que, por supuesto, algunas noticias son añadidas o cambiadas de sitio a última hora.

Etapa 3: Presentación

La presentación es la etapa definitiva, en la cual el producto-noticia se presenta ante el público. Si bien, las etapas de recogida y selección tienen como peculiaridad la descontextualización de los acontecimientos de la realidad en el que están; es la presentación una recontextualización de estos hechos.

Los rasgos específicos de cada medio favorecen la presentación de la noticia: en el caso de la televisión, la transmisión en directo otorga credibilidad e inmediatez y con el corresponsal, con la imagen al fondo, proporciona veracidad a ese relato noticioso. Similar sería en los otros medios (radio y prensa escrita), donde cada una de sus particularidades repercuten y complementan la información.

Rutinas en las secciones

Entre las tres secciones de los medios estudiados hay determinada coincidencia en la manera de recogida y selección de la correspondencia que les llega por distintas vías y finalmente en el procesamiento y publicación de los asuntos, aunque en cada una existen particularidades propias que las diferencian, a partir de las características de la prensa escrita, radial y televisiva. Sus rutinas tienen coincidencia, pero a la vez distan bastante una de otras.

Por ejemplo, en *Lo que usted opina*, su conductor asegura que “toda la correspondencia dirigida al Departamento Informativo de Telecristal la procesamos personalmente con la anuencia de la Dirección, clasificamos y comentamos su contenido en el espacio y a la vez convocamos a los organismos implicados a que respondan, pero en ocasiones a algunas de las quejas o preocupaciones del público les damos tratamiento con trabajos periodísticos, si lo amerita el caso”.

El realizador de este espacio sostiene que no investiga la totalidad de los asuntos emitidos al aire antes de su publicación, sino aquellos en los cuales estima puede “existir un determinado interés de hacer daño y casi siempre a la hora de abordarlos me apoyo en fotos y videos, que muchas veces envían los propios televidentes, además de los que yo hago”.

Según Díaz Rojas, los principales temas tratados son salideros de albañales y agua potable; los servicios, transporte, trámites y vivienda. La correspondencia que les llega es mayoritariamente del municipio cabecera, aunque tratan de buscar balance territorial y variedad de temas. “Las respuestas han tenido mayor atención en los últimos tiempos, aunque falta mucho por lograr en ese sentido”, acota.

El licenciado Aliuvan Moreira Matos, jefe de Grupo de Prensa de Telecristal, reafirma que hay televidentes que acuden al Telecentro y son atendidos por él o el conductor de la Sección. “Se les toma su preocupación, que posteriormente se trata en algunas de las emisiones”, expresa.

En tanto, en el programa *De primera mano* (DPM), de acuerdo con Rigoberto González Limiñana, su director general, las cartas que llegan a la emisora provincial Radio Angulo son distribuidas entre los periodistas, según la temática abordada a partir de que los reporteros atienden sectores determinados. “Ellos son los encargados de investigar el asunto y dar respuesta en el propio programa, así como emitir su criterio del posible problema y proponer solución, en la mayoría de las ocasiones”.

Algo similar sucede en las emisoras y estudios de radio municipales del sistema informativo provincial, donde reporteros también atienden a través de correspondencia o directamente las inquietudes de los radioyentes, para después hacerlas públicas en el programa.

Al director de DPM le asiste la responsabilidad de analizar e indagar las cartas o llamadas más complicadas que llegan al espacio y ubicar en el lugar adecuado del guión del programa estos tipos de trabajos, de acuerdo con su envergadura y alcance, además en ocasiones cuando existen temas de alta incidencia popular, realiza radio móvil en distintos puntos de la ciudad de Holguín, principalmente.

En el espacio tampoco hay una Sección fija para tratar la correspondencia, pero según Limiñana “utilizando el sonido ubicamos llamadas y cartas en determinados segmentos para elevar la curva de interés de los oyentes”.

“Todos los temas tienen un determinado nivel de prioridad, pero se escoge en cada emisión un asunto y no más de dos que involucren o afecten a un organismo o sector específico, para no ser monotemáticos. Lo que sí tratamos siempre de diariamente dar respuesta a las inquietudes de la población, cuyos cuestionamientos principales están relacionados con el Transporte, sistema de precios, limpieza de fosas, maltrato, peloteo, burocratismo, Vivienda, entre otros”.

(Limiñana: Entrevista)

Limiñana destaca que para respaldar la temática tratada “utilizamos la voz de los dirigentes, directivos y funcionarios de organismos y de todo aquel que tenga algo que ver con el tema abordado. El principal objetivo es que ninguna inquietud quede sin respuesta y a los morosos los emplazamos radialmente con balance, tono y lenguaje”.

Por su parte Maribel Obregón, jefa del Departamento Informativo de Radio Angulo, significa que “las quejas llegan por diferentes vías, las que se analizan, investigan y

gestiona solución o respuesta, pero su publicación se determina cuando resulta necesario”. (Entrevista: Obregón)

En la Columna de los Lectores Aquí, del periódico ¡ahora!, sucede algo parecido a lo que acontece en *Lo que usted opina*, de Telecristal, la responsabilidad de recepcionar, clasificar, procesar, redactar y publicar la correspondencia recae en un solo periodista, el realizador Titular del espacio. Las cartas que llegan a través del Apartado de Correos 316 son las únicas que sí son controladas por la secretaria del Director del medio.

En este caso, la investigadora puede hablar con mayor propiedad a partir de que desde hace 10 años escribe esta Sección, que se nutre, fundamentalmente, de las cartas que llegan a través del correo ordinario y mensajes electrónicos, enviados a las direcciones lourdes@ahora.cip.cu y loupichs@enet.cu, llamadas telefónicas, entrevistas con el pueblo, encuentros con los lectores y atención directa a los que llegan hasta la Redacción.

También hay relación de trabajo con algunos periodistas de los estudios de Radio de los 14 municipios, denominados en esos lugares agentes de la Columna de los Lectores, así como colaboradores de diversos organismos y lugares, que prefieren este espacio para la recepción de quejas, sugerencias o expresar satisfacciones por determinados acontecimientos.

La redactora procura que las 100 líneas que toma cada columna sabatina no sean una fría sucesión de quejas, sino que cada asunto tenga atención personalizada y reciba seguimiento, hasta lograr su solución o al menos una respuesta satisfactoria al lector. De lo contrario, en la misma columna se reclama a los morosos o se llama “al pan, pan” cuando una respuesta justificativa no cumple las expectativas.

Para el periodista Rubén Rodríguez González, jefe de Redacción del periódico ¡ahora!, “la Columna no es un simple intermediario entre lectores y organismos, sino un espacio vivo, abierto a la opinión y el debate entre emplazados y reclamantes”.

Los organismos más criticados son: Vivienda, Transporte, Viales, Comercio, Gastronomía y Servicios, Comunales, Acueducto, Empresa Eléctrica y Salud, entre otros.

También tienen espacio los problemas sociales, exhortaciones a la solidaridad, al buen comportamiento social y se hace eco de temas candentes en la opinión pública, aunque no estén avalados por un reclamo específico. La Columna de los lectores es, además, un espacio de opinión, donde se mide el pulso a la cotidianidad holguinera y nacional.

1. 5 Coincidencia entre agenda del medio y la agenda pública

En el ámbito de los mass media, ocupa un lugar importante la hipótesis de la agenda setting (AS), al establecer que,

Como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los mass media a los acontecimientos, a los problemas, a las personas. (Shaw, 1979)

La agenda-setting, valga el anglicismo, es el conjunto de temas seleccionados que forman parte de un índice o agenda. En esta vertiente, lo que plantean los teóricos acerca el asunto, es que los medios de comunicación escogen y traspasan a la agenda del público, los puntos resaltados por la agenda del medio. “Su nombre metafórico proviene de la noción de que los mass media son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad”. (McCombs, 1996)

Precisamente, con la teoría de la agenda-setting se muestra cómo los medios de difusión, logran transferir a sus audiencias los problemas o temas que jerarquizan y son

más destacados para la sociedad. Afirma el profesor de la Universidad de Navarra, Esteban López-Escobar, que “mediante el análisis de contenido de los medios y el sondeo a la audiencia se descubre que, en efecto, existe una elevada correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los que interesan a sus audiencias”. (1996)

Según esta afirmación, los medios dicen sobre qué hay que pensar; no obstante, del ya comprobado poder manipulador de estos, hay que resaltar que persiste y que enfrenta a esta manipulación como cual fortaleza impenetrable, un elemento importante, la inteligencia y la vivencia de las personas; por lo cual, la credibilidad y prestigio de los mass media, están determinados por su inclinación a la ideología, valores, credos y percepciones de su audiencia.

Es importante aclarar, tal como sentencia Wolf, que la hipótesis de la agenda-setting no es una vuelta a la teoría hipodérmica (2000), y por lo tanto no defiende los poderosos efectos de los medios, ni tampoco considera a los receptores como simples autómatas, que dan respuestas a los estímulos de los medios. A lo que sí le da valor, es al momento de los medios en confeccionar el repertorio de la agenda pública.

Tal como diría Lippman, la información que nos suministran los medios juega un papel importantísimo en la construcción de nuestras imágenes de la realidad social. Lo que influye, por tanto, en la construcción de esas imágenes es el conjunto total de la información que nos dan los medios. (1997)

De ahí, la relevancia de fijar un punto de equilibrio o de propiciar una consonancia entre los intereses del medio y los del público. De esa forma, se podría establecer, para el beneficio de la agenda-setting AS y la agenda pública, un vínculo justo y efectivo, en el que interactúan y reconfiguran mutuamente.

Las tres agendas: la agenda de los medios, la agenda pública y la agenda política

Hablar de agenda-setting es hablar también de tres tipos de agendas que se relacionan en el proceso comunicativo y existen diversas investigaciones que tienen como núcleo, cada una de ellas.

El primer estudio es el denominado “agenda-setting de los medios”, al cual la autora de este trabajo hizo referencia anteriormente, y tal como ya se mencionó, la variable fundamental se ubica en la mediación de un tema en cualquiera de los medios de comunicación.

En segundo lugar, se investiga la “agenda-setting del público” (AP) la cual es además un punto de estudio de la tesis, y está relacionada con la importancia referida a la selección de ciertos tópicos entre el público.

Por último, dentro de los estudios tradicionales, se investiga la “agenda-setting política”, (ASP) que se diferencia de las anteriores por enfocarse en las respuestas y propuestas que grupos políticos e instituciones sociales, ofrecen sobre determinados temas. Esta agenda no se incluye dentro del objeto de investigación de la presente tesis.

Agenda Pública

¿Cuál es el problema más importante al que tiene que hacer frente este país?, es la pregunta que denomina el Problema Más Importante (PMI), que figura en las encuestas que se le hace a una parte de la población, para determinar la AP.

Con los resultados de esta encuesta, se pretende ver la posición que tiene un tema o varios en la agenda pública o del público (en inglés: the public agenda). Precisamente, la definición de la agenda pública es: “el grado o jerarquía de importancia que da el público a determinados aspectos noticiosos durante un periodo de tiempo”. (Dearing y Rogers, 1996)

Los teóricos estadounidenses, Everett Rogers y James W. Dearing, en su libro *Agenda-Setting*, explican dos tipos de estudios de AP, los cuales han permitido conocer la

agenda pública. Uno de ellos es el de jerarquización, que se centra en los temas más cruciales, que según la audiencia, forman la AP, y el otro estudio, de carácter longitudinal, donde las investigaciones de la AS han medido el ranking de un tema o varios en un determinado lapso.

Al preguntarle a una muestra de la población el PMI, se pretende indexar los tópicos que en ese momento conforman la AP. Estudios realizados en Estados Unidos, han ubicado en diferentes apartados los temas nacionales que dominan y dominaron la AP norteamericana durante determinados periodos.

Un ejemplo es el realizado entre los años 1946 y 1976 (Smith, 1980), el cual reflejó que entre el 40 y el 50 por ciento de los asuntos que dominaban la AP, eran afines a problemas con el exterior, dígase guerras o intervenciones militares. En el último de los apartados se encontraban los temas gubernamentales, relacionados con la corrupción, la ineficacia o la falta de liderazgo, estos tenían un lugar muy bajo en la lista de jerarquización de la agenda, excepto en el momento en que ocurrió el caso “Watergate” en 1974.

Según las conclusiones del estudio de Maxwell McCombs, acerca de la investigación realizada por Smith, en el transcurso de 40 años, esta ha evidenciado que la AP norteamericana “no ha cambiado aunque incluya otro ámbito de temas, con un promedio de duración menor y con una tendencia hacia una renovación más fluida en la agenda pública, quizás mostrando una mayor segmentación temática en la sociedad americana” (McCombs y Zhu, 1995).

En otro espacio geográfico, como Cuba, la ausencia de agencias encuestadoras implica que no se pregunte o se aplique la tradicional pregunta PMI, lo que conlleva a indagar, con otros métodos, tal vez no los mejores para este fin, cuál es la AP cubana.

Resultados de investigaciones cubanas, como la tesis de licenciatura Las Cartas sobre la Mesa, de los periodistas Arailaisy Rosabal y José R. Gallego, han demostrado que, la AP nacional está compuesta por problemas de tipo experienciales, en los que las

personas tienen una participación directa, lo provoca que sea mínima la influencia que puedan ejercer los medios de prensa sobre el público.

Justo como el ejemplo anterior de AP de otros países, en el que estas se caracterizan por la prominencia de temas relacionados con conflictos exteriores, desempleo, crimen, medio ambiente, en Cuba no son así. En el país antillano, son las dificultades económicas, materiales y de desarrollo que afrontan todos los días los cubanos, los que integran fundamentalmente la AP de la nación; y también se añaden aquellos relacionados con los problemas subjetivos referentes a las formas de organización y de funcionamiento de las entidades relacionadas con lo anterior.

La autora de esta investigación toma como referencia la propuesta del argentino Aníbal Ford, al considerar la AP cubana fundamentalmente de tipo sincrónica, o sea que se caracteriza por la presencia y continuidad de los temas por un largo período de tiempo, y usualmente, se mantienen en los primeros lugares de atención de las personas.

No obstante, para hablar de una agenda pública cubana, debieran realizarse estudios más profundos y sobre todo, en los que se aplique la pregunta tradicional PMI; sin embargo, con la recepción de las cartas de la audiencia se puede conocer, en un amplio porcentaje, cuáles son los temas que priman en la población, y serían un punto de partida en la confección de nuestra AP.

El análisis de los temas de las Cartas al Director permite comprender cuáles son los asuntos que más influyen y dominan los lectores. Seguramente, son estos los que más les interesan y los que más cerca de sus reflexiones están. Con la línea de este argumento se puede afirmar que el análisis de los temas tratados por las cartas, además de suponer una muestra evidente del perfil de los lectores, permite también, sincronizar las agendas de los medios de prensa y la del público.

1.6 La categoría sistema

Al proponer como metodología la realización de un sistema de tareas, es necesario se dedique un espacio para hacer un breve y pequeño acercamiento a las teorías de los

sistemas y sistemas de tareas. De esta forma, se determinan los principales referentes teóricos que sustentan la metodología que se propone en esta Tesis de Maestría.

Immanuel Kant, uno de los primeros en analizar los sistemas y definirlos, enrumbó el camino, desde la Ilustración, hacia su estudio. Kant considera al sistema como un todo organizado con una finalidad y que, por lo tanto, es articulado y no acumulado, que puede crecer desde el interior, pero no desde el exterior. (Abbagnano, 1973)

Más adelante, en el siglo XX; con los análisis de Bertalanfy, Hall y Fagen, se llegó a la definición de sistema como: *un todo organizado o complejo; un conjunto o combinación de cosas o partes, que forman un todo complejo o unitario.* (Milano, 1997)

Estos sistemas pueden ser abiertos o cerrados. Se considera abierto cuando se relaciona permanentemente con su medio ambiente, con el intercambio de energía, materia e información; es decir, cuando este *interactúa constantemente con el ambiente en forma dual, o sea lo influencia y son influidos.* (Solano, 1997). En contraposición, es cerrado si esa interacción es mínima, ya que se vale de su propia reserva de recursos; como consecuencia de esta falta de comunicación, sus componentes no sufren modificación alguna.

Los sistemas abiertos, se caracterizan por:

- **Totalidad:** *las relaciones y funciones en procesos de interacción provocan cambios en los componentes y afectan a la globalidad del sistema.*
- **No sumatividad:** *un sistema no es la suma de sus elementos componentes; no es explicable el todo por una parte del mismo ni por la acumulación de sus partes.*
- **Equifinalidad:** *la conducta equifinal de los sistemas abiertos está basada en su independencia respecto a las condiciones iniciales.*
- **Retroalimentación:** *importar y exportar energía de y hacia el entorno.*

- **Cualidad emergente:** *el sistema posee nuevos atributos cualitativos que lo distinguen de sus partes componentes y del entorno. Todo sistema abierto es un sistema de comunicación.* (Rivadeneira)

Si bien la Teoría de Sistemas se desarrolló de la mano del biólogo Ludwig von Bertalanffy, fue con el sociólogo alemán Niklás Luhmann que se extendió y adecuó al campo de las ciencias sociales.

Luhmann parte de la teoría desarrollada por su mentor, el sociólogo estadounidense Talcott Parsons; y se nutre además de otras corrientes y teorías científicas como la cibernética del matemático estadounidense Norbert Wiener, la cibernética de segundo orden del científico y ciberneta austriaco Heinz Von Foerster, así como se ve influenciado por el biólogo y epistemólogo chileno Humberto Maturana.

Luhmann sostiene que *se puede hablar de sistema cuando se tiene ante los ojos características que, si se suprimieran, pondrían en cuestión el carácter de objeto de dicho sistema. A veces, también se llama sistema al conjunto de dichas características.* (1998)

Entonces, un sistema es una forma con propiedades que le distinguen como unidad de una diferencia; una forma que consiste en la distinción de algo (el sistema) respecto del resto (el entorno) como la distinción de algo respecto a su contexto. Sistema y entorno, “[...] en cuanto constituyen las dos partes de una forma, pueden sin duda existir separadamente, pero no pueden existir, respectivamente, uno sin el otro. La unidad de la forma permanece presupuesta como diferencia, pero la diferencia no es fundamento de las operaciones. Las operaciones solo son posibles como operaciones de un sistema”. (Luhmann, 1993)

Por otra parte, las características de los elementos del sistema pueden determinarlos a estos como rígidos o flexibles. Cuando un elemento tiene un carácter *obligatorio*, que sin él el sistema desaparece es rígido; en cambio si es *optativo*, y se puede sustituir por otro y seguir funcionando, es flexible.

Todo sistema requiere de determinados componentes en su estructura; los cuales están completamente interrelacionados; y se evidencia de distintas formas:

- **Solidarias:** el cambio de uno de los componentes conlleva cambios de doble sentido con otro o más componentes.
- **Causales:** cuando esa relación se manifiesta en un solo sentido, y no a la inversa.
- **Específicas:** el cambio de un componente puede acarrear en determinadas ocasiones, pero no necesariamente, cambios en otro u otros componentes. (García Sanz, Martín Serrano)

Tal como explica el Doctor Julio García Luis, en su tesis de Doctorado, los sistemas pueden tener *distintos grados de complejidad*. Los más complejos abarcan a los menos complejos; pero no se reducen a la suma de estos (2004). Asimismo un sistema se integra de varios subsistemas, y a la vez es parte de un suprasistema superior, con el que interactúa. Estas interacciones se entrecruzan y provocan redes de una extensa complejidad.

La investigadora, asume también como referente teórico la definición del Doctor Luis Edel Andino Chávez, quien determina finalmente a los sistemas como el conjunto de elementos reales o imaginarios diferenciados sin importar por qué medios, del mundo restante.

Con la base y el estudio de los grandes clásicos percusores de esta Teoría, se agrega que este conjunto es un sistema si:

- están dados los vínculos que existen entre sus elementos,
- cada uno de los elementos dentro del sistema se considera indivisible,
- el sistema interactúa como un todo con el mundo fuera del sistema,
- durante su evolución en el tiempo este conjunto se considera un mismo sistema.

El enfoque de sistema resultó necesario para la realización de esta investigación, para lograr una interrelación dinámica, estructural y dialéctica de los componentes del sistema propuesto. Esta Teoría permite alejar los enfoques parciales, administrativos, instrumentales, de jefatura, al momento de promover los cambios que se proponen en este sistema.

La investigadora coincide con el profesor García Luis, cuando sentencia que los cambios son solo posibles y verdaderos cuando se toma en cuenta al entorno. O sea, a las condiciones sociales, políticas, económicas, culturales que imperen en el momento y que repercuten directa e indirectamente en los componentes del sistema.

CAPÍTULO II. Propuesta de sistema de tareas para favorecer la atención en las audiencias en las secciones Lo que usted opina, del telecentro Telecristal; de primera mano, de Radio Angulo, y Aquí: La columna de los lectores, del periódico ¡ahora!

Ludwing von Bertalanffy concebía a los sistemas como entes organizadores y organizados que se interrelacionan entre sí y forman un todo unitario. Un siglo después, y tras varias evoluciones de la definición, la esencia sigue siendo la misma.

Precisamente, en este segundo capítulo se propone un sistema de tareas para favorecer la atención de las audiencias en secciones de los medios provinciales de Holguín. Como heredero de las bases de Bertalanffy, Luhmann es un sistema integrado interrelacionado con su entorno.

Este apartado se divide en cuatro epígrafes. El primero relacionado con los resultados del análisis realizado por la investigadora durante los meses de julio, agosto y primera quincena de septiembre a las secciones Lo que usted opina, del telecentro Telecristal; De primera mano, de Radio Angulo, y Aquí: la columna de los lectores, del periódico ¡ahora!

El dos expone en un inicio los tratados teóricos aplicados para la sustentación del sistema que presenta la investigadora. Seguidamente, se relacionan las cinco etapas que lo componen así como sus objetivos, necesidad y tareas a cumplir.

La valoración de especialistas, así como la confluencia de diversas opiniones acerca del sistema de tareas se tuvo en cuenta en el tercer acápite, esta actividad se realizó a través de un grupo de discusión con 12 personas especializadas en el tema.

En el cuarto y último epígrafe se realiza una propuesta para la instrumentación práctica del sistema de tareas en los medios.

2.1 Diagnóstico del comportamiento de la atención a las audiencias en los medios de prensa de la provincia de Holguín

“No se diagnostica lo que no se conoce o aquello en lo que no se piensa, que casi siempre es por conocerse poco y se diagnostica con dificultad aquello que se ha visto en contadas ocasiones.”

M. A. Moreno

El diagnóstico se realizó a las secciones especializadas de los tres medios de comunicación provinciales, en las cuales las audiencias tienen la posibilidad de expresar sus criterios, sugerencias y quejas a través de la correspondencia, llamadas telefónicas o personalmente y a la vez recibir atención o respuestas pertinentes.

Se tomó como muestra lo publicado en las tres secciones durante los meses de julio y agosto y primera quincena de septiembre de 2013. Se escogió ese período por ser más cercano a la investigación y así tener una muestra más reciente. Para el análisis se tuvieron en cuenta las distintas particularidades de la radio, televisión y prensa escrita, en las que salen las secciones, por lo que se analizará una a una, acorde con las características del medio en que están insertadas las tres: Aquí Columna de los Lectores, en el periódico ¡ahora!; Lo que Usted Opina, del programa En Primer Plano, de Telecrystal, y De Primera Mano, de Radio Angulo.

Se realizó una entrevista (Anexo 1) a 10 informantes claves y una encuesta (Anexo 2) a 15 especialistas, entre ellos dirigentes de la UPEC, periodistas líderes de opinión y con secciones especializadas en la atención a las audiencias de la provincia y a nivel nacional, para así conocer sus criterios acerca la atención a las audiencias, valoraciones sobre cómo es la relación entre las audiencias y las tres secciones, experiencias personales y propuestas de acciones para favorecer esa atención en los distintos medios. Asimismo, como se declara en la introducción, se utilizó la observación científica (Anexo 3) para evaluar la atención a las audiencias en los medios de prensa provinciales de Holguín.

Los resultados de la aplicación de los métodos y técnicas empleadas se exponen a continuación:

Espada y Escudo

Aquí: la columna de los lectores, del periódico ¡ahora!, la sección con más tiempo de creada de los tres medios provinciales (15 de abril de 1995), sale todos los sábados en la Página 6, a dos columnas, que ocupan unas 100 líneas. Desde sus inicios hasta el momento sólo ha tenido dos redactores, su fundador y la Titular actual, que la lleva desde el abril de 2003.

En el período que se examina, la sección salió en las 11 ediciones correspondientes a julio (4), agosto (5) y primera quincena de septiembre (2), para así cumplir con la línea de publicación prevista para ella, es decir, en cada edición del semanario. (Anexo 4)

Durante esa etapa se cuantifica un total de 196 comunicaciones recibidas: 91 correos electrónicos, de ellos 28 en julio; 43 en agosto y 20 en septiembre, y 105 cartas por correo ordinario. Las notas dejadas y llamadas a la redacción del Periódico ¡ahora! no se cuantificaron. (Anexo 5)

Del total de las recibidas, 61 (13,1 %) no se publicaron en el período por diferentes motivos: 29 notas fueron tramitadas directamente con organismos cuestionados, 22 quedaron para próximas publicaciones y 10 no clasificaron para ocupar espacio en la Columna por diversos motivos, entre ellos ser felicitaciones o agradecimientos de lectores que encontraron solución a su problema después de hecha pública su situación. (Anexo 5)

Los publicados fueron 135 temas, unos 13,01 como promedio en las 100 líneas correspondientes a cada edición. De ellos, 92 fueron quejas o inquietudes, 22 respuestas y 21 informaciones de organismos, exhortaciones y otros. Estas estadísticas demuestran que el número de respuestas de los organismos y entidades señalados está muy por debajo de la cantidad de cuestionamientos hechos por los lectores, con solo 16,3 por ciento. (Anexo 6)

Por tanto, la investigadora asume que en estos meses se manifiesta desconocimiento e incompreensión por parte de determinadas instituciones estatales sobre el tratamiento a temas expuestos o enjuiciamientos que se les hacen, algunos de los cuales son de alta incidencia popular, como los referidos a trámites y construcción de la vivienda, situación del transporte y otros asuntos, que como se expondrá más adelante son los más señalados. Además, algunas respuestas de organismos son evasivas o justificativas. Sobre estos aspectos ilustramos con algunos casos.

Estas quejas publicadas el 20 de agosto del 2013 todavía no han sido respondidas por la Empresa de Servicios Técnicos y Personales.

Increíblemente el Palacio de Matrimonios de la ciudad de Holguín desde el mes de mayo se limita sólo a realizar ceremonias nupciales sin brindis u otras actividades, porque tiene problemas de filtraciones en el techo, según informan a interesados en alquilar el local para cumpleaños.

Desde Huambo, Angola, escribió DrC Francisco Fernández Periche, colaborador cubano de ANTEX, que se desempeña como profesor universitario desde el mes de abril del 2012 en esa nación, para desde allí solicitar aclaración sobre proceso judicial No. 1290 del Tribunal Municipal Popular de Holguín, a través del cual estima la justicia le ha cerrado las puertas para resolver con verdadera razón lo que consideramos un derecho en un conflicto existente con unos vecinos. Expone todos sus argumentos a partir de que hay violaciones de la Ley General de la Vivienda y su familia vive en la casa de la Calle Sexta, No. 1, esquina a Avenida Libertadores, reparto Peralta, desde 1958 y los colindantes con los cuales existe el problema, que inició por una pared del patio de la vivienda de su hermana y hoy se extiende a la casa de sus padres, a pesar de que aquellos solo hace sólo 35 años habitan su morada.

Respuesta evasiva aparecida en la Sección del 14 de septiembre:

María Teresa Cruz Pérez, directora de Vivienda en la provincia, responde sobre la preocupación de Rosario Morgado Portelles (Sary), vecina de Fray Benito, que “Maide Meroño Huerta, directora de DMV en municipio de Rafael Freyre, reconoció que, efectivamente, la vivienda de Sary está aprobada por la Comisión de su Circunscripción y fue incluida en el plan estatal para su ejecución por parte de la empresa Umbrales, que tiene fijada la terminación para noviembre”. La afirmación de la funcionaria llama la atención a esta redactora, pues hasta el momento en el terreno de la afectada no hay ni un grano de arena y resulta imposible construir una casa con las condiciones requerida en apenas dos meses. Además, similar explicación le han ofrecido a esta ciudadana todos los años, desde que en el 2008 el huracán Ike le derrumbara el hogar.

Las principales temáticas abordadas fueron Vivienda (31), Transporte (20), Comercio, Gastronomía y Servicios (11), Acueducto y Salud Pública (10), Empresa Eléctrica (8), Industria Alimenticia, ETECSA y Correos de Cuba (5); Temática Social y Comunes (4), Construcción, MINAGRI, Educación (3), BPA y Cultura (2) y Otros (9). (Anexo 7)

La cantidad de temas publicados por municipios fue de la siguiente manera: Holguín, 69; Mayarí, 11; Moa, 6; “Rafael Freyre”, 5; Cacocum, Banes y Gibara, 4; Cueto, Antilla y “Calixto García”, 2 y “Urbano Noris”, 1. Los territorios de “Frank País” y Sagua de Tánamo no estuvieron representados. (Anexo 8)

Las cifras reafirman la pertinencia de buscar la forma de reflejar de manera más balanceada y constante a toda la geografía holguinera, para como expresaran varios de los especialistas entrevistados evitar que “este espacio, que por ser el que más toma en cuenta la opinión de los lectores, se convierta en una fría sucesión de quejas, sino que cada asunto tenga atención personalizada, seguimiento y respuesta oportuna, convincente”⁵. (Torres, 2013)

Sin embargo, requiere se puntualice que los últimos resultados de publicación están en correspondencia con la cantidad de temáticas recibidas y su procedencia, pues si bien

⁵ Entrevista al doctor Arturo Torres Peydro, asiduo colaborador de la sección Aquí

la Titular de la Columna al momento de redactarla procura representar a todos los municipios por igual y no repetir temas en cada Sección, hay coincidencia entre lo publicado, la cantidad y variedad de los asuntos que más preocupan a una mayoría y por eso escriben o llaman: Vivienda, Transporte y otros vinculados a los servicios, que revelan la impotencia de lectores ante múltiples problemas de burocratismo, arbitrariedades e indisciplinas institucionales y públicas que les complican trámites o les hacen sentir desprotegidos ante un organismo o entidad.

A modo de ejemplo está este asunto:

A Nelson Batista Herrera hace más de un año el Consejo de la Administración del municipio de Holguín (CAM) le entregó un local en calidad de propietario, lo cual agradece, pero el problema radica en que después de lograda la Resolución comenzó a buscar información con vistas a legalizar el inmueble. En ese ir y venir ha estado en la Dirección de la Vivienda, la UMIV, Arquitecto de la Comunidad, Planificación Física y otros, pero en ninguno de estos lugares le han sabido decir realmente por dónde y cómo empezar. Nelson, le sugiero visite la Oficina de Trámites de la Vivienda a la cual usted pertenece, con la Resolución que le dieron, y allí vea al Técnico de Planificación Física y con el certificado que este le otorgará, contrate los servicios de un Arquitecto de la Comunidad y ya con estos documentos, vea allí mismo a una de las abogadas. (Sábado 13 de julio, 2013)

El análisis, además, develó que de la totalidad de tópicos valorados, 95 tuvieron alcance municipal y 40, provincial: mientras que 42 fueron de orden individual y 93, colectivo. (Anexo 9)

Un ejemplo de los de carácter personal es este:

Ernesto Almaguer Díaz escribe en nombre de su madre, que vive en la calle Osvado Sánchez No. 3 F, entre Río y Línea, reparto 26 de Julio,

municipio de Holguín, porque hace 15 años cuando el ciclón George la vivienda fue derrumbe total y las cuatro personas del núcleo familiar tuvieron que albergarse en casa del abuelo. “Por insistencia de mi madre le vendieron 10 bolsas de cemento, 300 ladrillos y alfardas con lo cual levantó una habitación de unos 10 metros cuadrados, pero al ver que no le asignaban nada más volvió a la UMIV y allí se llevó la gran sorpresa, nuestra casa aparecía como terminada con tres cuartos, sala comedor, cocina y baño sanitario. Por más que mi madre insistió y reclamó, todo quedó ahí y ella continúa viviendo en el cuarto sin las mínimas condiciones. (Sábado 14 de septiembre, 2013)

Misivas como esta, regularmente son de interés para el promovente y quizá para otras personas que se vean reflejadas en la situación narrada. En la sección se busca balancear estos tipos de asuntos con los que involucran a un grupo de personas, pues uno de los objetivos trazados es que lo que se publique interese al mayor número de individuos, que se vean identificados en este espacio.

Ejemplo de las de interés colectivo es esta:

Del ir y venir, tanto a la Dirección municipal y provincial de Acueducto y Alcantarillado de Holguín nos hemos aprendido la Misión y Visión que tiene este organismo en el territorio, según está escrito en murales a todo lo largo y ancho: Satisfacer las necesidades de agua tanto de organismos y entidades estatales como del sector privado; sin embargo, la situación afrontada con el abasto del preciado líquido por los vecinos de la Calle Novena y Aricochea, reparto Alturas de Parera, la conocen todos los que deben y existe hasta un expediente abierto, pero nadie resuelve nuestro problema, escribió Eralides Lino Martínez Pupo. (Sábado 20 de julio).

Las cartas enviadas con un corte colectivo son las que más aceptación y representatividad tienen en la sección, pues no son acerca de un tema que involucra a un solo individuo, sino que afectan a una comunidad o grupo de personas, y son las que generalmente suelen causar una mayor repercusión.

De Primera Mano

De Primera Mano es uno de los 20 programas de la Emisora provincial Radio Angulo que recibe algún tipo de correspondencia, pero es específicamente en este noticiario donde se atiende la correspondencia y llamadas telefónicas de los oyentes, en las que plantean un asunto o criterio personal con el fin de promover su solución u obtener una respuesta satisfactoria. Participa la audiencia de todo el territorio holguinero a partir que desde su comienzo, en el horario estelar de las cinco de la tarde hasta la seis, se enlazan todas las emisoras y estudios de radio del territorio.

En esa hora de transmisión de lunes a viernes no hay un espacio, hora o sección fija para el acuse de recibo de las quejas y preocupaciones de la audiencia, es decir en cualquier momento puede salir al aire la voz de un radioyente exponiendo una preocupación (previa grabación) o un periodista del sistema activado con la queja de una persona.

Durante el período que se investiga llegaron a través del Apartado Postal de Radio Angulo sólo 6 cartas (julio, 2; agosto 3 y septiembre, 1), de ellas una estaba dirigida directamente al comentarista deportivo Rondón Jorge. Aquí no se reciben correos electrónicos.

No hay control de otras notas, correspondencia ordinaria o comunicación telefónica recibida, aun cuando Rigoberto González Limiñana, director del Programa, afirme que “nos llegan cartas y anotaciones directamente a la Redacción”, y Maribel Obregón, jefa del Departamento Informativo, asegure que “recibimos alrededor de 15 cartas mensualmente como promedio, porque lo que más hace la población es llamar telefónicamente al Informativo. Hay días que receptionamos hasta tres quejas”.

De las notificaciones hechas a las emisoras y estudios de radio municipales por las diferentes vías posibles y que fueran tramitadas en DPM, no existen estadísticas.

Durante el monitoreo realizado por la investigadora a DPM en el período que se analiza, de acuerdo con los días previstos para que salga al aire el programa (de lunes a viernes) debieron ocurrir 57 emisiones: 23 en julio, 22 en agosto y 12 en septiembre; sin embargo, se realizaron 53 transmisiones. En julio hubo afectación los días 25 y 26 por ser feriados y en agosto, el 15 y el 16 por programación especial a propósito del Carnaval Holguín-2013.

De esos días en que sí se transmitió DPM, en 38 se ofreció atención a la población, lo que equivale al 71,7 por ciento del total de emisiones realizadas a través de trabajos periodísticos, el Móvil Radio y transmitiendo al aire llamadas: 12 veces correspondieron a las emisiones de julio, 15 a las de agosto y 11 en la primera quincena de septiembre.

En ellas se abordaron 43 asuntos. El 44 por ciento fueron llamadas que entraron al programa durante la transmisión del mismo. En el diagnóstico, resaltó una particularidad del programa, en 21 ocasiones periodistas de las distintas emisoras ubicadas en municipios de Holguín y de la emisora provincial presentaron quejas con sus respectivas respuestas, en la mayoría de las ocasiones con participación de funcionarios o directores de organismos. (Anexo 10)

Esto representa el 35 por ciento de los asuntos que se trataron en los días en que hubo atención a la población, en los que, por lo tanto, se incluyen ambas partes, quejas y respuestas. Esta es una modalidad que favorece a la credibilidad del asunto que se trata, porque hay una investigación por parte del periodista en el problema detectado e inmediatamente se busca una solución o a que alguien, al que le compete, responda ante esa situación.

Un ejemplo muy esclarecedor es el día 19 de agosto, cuando ante quejas de la población sobre la atención en el Banco Popular de Ahorro, el periodista analiza la queja llegada a la redacción informativa de Radio Angulo, entrevista al acusante e

inmediatamente pone a hablar al gerente del Banco, quien explica los pormenores del asunto y las medidas que se adoptan para erradicar el problema.

Otro es el del día 20 de julio, relacionado con la queja de un campesino de la CCSF Abel Santamaría, perteneciente a la comunidad La Yúa, ubicada en el municipio de Mayarí. El periodista expone las pérdidas que ha tenido el cooperativista por incumplimientos en la recogida de mango, como consecuencia de la falta de transporte. Esta es otra modalidad de presentar las quejas. El periodista expuso el problema en la propia voz del oyente y reclamó a las autoridades pertinentes una solución rápida y efectiva del asunto.

El método del Móvil Radio para tratar temas de alta incidencia popular es una forma novedosa de abordar preocupaciones de la población y tiene amplia aceptación entre la audiencia. Durante el período analizado se realizaron dos: uno en el Palacio de Matrimonios de Holguín, porque desde el mes de mayo sólo se realizan las ceremonias de casamiento, pero no se brindan las ofertas del buffet por problemas estructurales del inmueble, y el otro fue sobre la calidad del picadillo de aves que se vende a precio diferenciado en la red de Mercados Ideal.

Esto demuestra que en DPM existen varias formas a la hora de presentar la opinión de las audiencias, aspecto positivo que favorece al programa, pues no se circunscribe solamente a la mera lectura de la carta por parte del conductor Titular o de la entrada de una llamada, sino que en estos casos el periodista intercambia con el público, investiga y así le ofrece un tratamiento mucho más profundo, y en otros se interactúa y analiza el problema con el principal causante de él.

En el análisis del espacio, una de las deficiencias que se detectó, es que en emisiones no se da acuse de recibo a quejas y asuntos de la población, mientras que en otros días se recarga DPM de problemas planteados por oyentes, ya sea a través de llamadas o por periodistas del sistema. Por ejemplo, el día 22 de agosto no hubo nada sobre el tema, en cambio el día 20 de ese mismo mes salieron al aire tres inquietudes de distintos puntos de la provincia: municipio cabecera, Mayarí y Velasco, Gibara.

Debe existir un balance sobre la cantidad de problemáticas tratadas en un mismo programa, pues esto no es el caso de un solo día.

En cuanto a los organismos más señalados, figuran Comercio y Gastronomía (7), Transporte (6), Acueducto y MINAGRI con 5 cada uno. Los menos señalados fueron Acopio, Cultura y BPA, con 1 queja per cápita. (Anexo 11)

El municipio de Holguín encabeza la lista de los territorios más tratados, con 24 veces. Este aspecto se hace más notorio en este medio, porque las posibilidades que brinda el noticiario DPM de enlazarse con todos los estudios y emisoras del sistema de radio de la provincia ofrecen las mismas facilidades a todos los periodistas de investigar y publicar las quejas de sus oyentes, lo que no ocurre con las otras dos secciones de estudio, que son atendidas por un solo periodista para todo el proceso de rutina productiva.

En la muestra estudiada se manifiesta que no hay un balance entre los municipios en este aspecto, pues los más cercanos en cifra al cabecera son los de “Urba no Noris” (5); Gibara (3) y Sagua de Tánamo (2), mientras que hay otros como Antilla, “Rafael Freyre”, “Frank País” y Moa que no tuvieron presencia en este sentido en las transmisiones de julio, agosto y primeros 15 días de septiembre.

Como dentro del noticiario DPM no hay una sección fija para acuse de recibo de la correspondencia, es línea del programa utilizar spot para identificar el ingreso de las llamadas, pero solo previo a su salida al aire. En las primicias o proyecciones informativas no se contempla, contrario a lo que sucede con las quejas que se tratan por los reporteros.

Es necesario aclarar que algunos temas sí son promocionados al inicio de la emisión junto a otros tópicos del guión, pero en no pocas ocasiones se dejan sin dar en los adelantos asuntos importantes que se van a tratar. Por ejemplo, 19 inquietudes de la población abordadas por periodistas no fueron previstas en las proyecciones. Entre ellas está el 11 de septiembre, cuando no se hizo mención a dos temas de

seguimiento, que en anteriores emisiones habían sido objeto de análisis con bastante fuerza por sus implicaciones, uno referente a un maíz con problemas en su acopio y la respuesta de un administrativo acerca de la presencia de roedores en una panadería.

Sobre la ubicación de estos temas en la hora de transmisión, el criterio de su director Rigoberto González Limiñana es que “no hay un horario fijo, en busca de elevar la curva de interés de los oyentes”. De acuerdo con diagnóstico, la investigadora comprobó que el 30,2 por ciento del total de asuntos publicados clasificó en la primera media hora, en tanto que los otros se ubicaron en centro y final de la emisión del programa.

Si las llamadas y más de la mitad de los temas de alta incidencia tramitados por los reporteros no se promueven y no hay un horario fijo para la salida de estos en el programa, ¿no se corre el riesgo de que baje la audiencia?

Precisamente, en esta línea se significa que generar una audiencia, captar y mantener su atención a un programa, sección, columna o medio de comunicación determinado, es algo muy difícil de lograr, por lo cual la configuración y hechura diaria de cada una, debe ser un acto de creación, porque ese oyente, lector o televidente para quien trabajan los periodistas y demás profesionales de la prensa, esperan todos los días por más explicaciones y argumentos sobre lo que les rodea.

Lo que usted opina

Esta es la sección más reciente de atención a las audiencias de los tres medios de prensa provincial desde su espacio en la revista utilitaria *En Primer Plano*, de Telecristal. Como la columna de los lectores del periódico ¡ahora!, tiene un Titular, quien trabaja toda la correspondencia llegada por correo ordinario a la recepción del Telecentro holguinero destinada a la Sección, además la recibida a través del correo electrónico, llamadas telefónicas y hasta “televidentes acuden con memoria flash con su queja, fotos o vídeo de problemas que les afectan”, asegura Luis Enrique Díaz Rojas, periodista encargado del espacio.

De los 27 minutos destinados a *En Primer Plano* a partir de las 12 del mediodía hasta las 12:27 pm, unos cuatro o cinco minutos están destinados a *Lo que usted Opina* en las emisiones de martes y jueves, que tiene imagen identificativa y durante su emisión sale en pantalla la dirección electrónica, a la cual los televidentes pueden enviar su correspondencia. Regularmente, los martes y jueves la sección cierra el programa.

Esta sección recibe como promedio de dos a tres cartas diarias y varios correos electrónicos. En total fueron 53 y 10, en julio; 42 y 6, en agosto, y 23 y 5, en septiembre, respectivamente, cifras que se comportan con esa irregularidad durante todos los meses. No se lleva el récord de llamadas telefónicas ni de personas que llegan a Telecristal. (Anexo 12)

La investigadora comprobó durante el monitoreo a la revista en julio, agosto y primera quincena de septiembre que la salida de este espacio y asuntos tratados está muy por debajo de la correspondencia recibida. Sólo se transmitió en 3 ocasiones en julio; 2, en agosto, y 3, en septiembre, para un total de 8 veces (Anexo 13)

En julio, las afectaciones principalmente estuvieron relacionadas con la transmisión deportiva por el Canal Tele Rebelde, como Copa Mundial de Fútbol Sub-20. Además, por el inicio de las actividades del verano en la provincia se realizaron dos móviles desde lugares recreativos, para promocionar ofertas gastronómicas y recreativas.

El mes de agosto tuvo similar situación, por la transmisión del Campeonato Mundial de Judo, el Mundial de Atletismo celebrado en Rusia y la programación especial (del 2 al 16) por el Carnaval Holguín-2013. Además, cuando el periodista está en otros trabajos profesionales fuera de la redacción, no sale la Sección o en ella se transmite un trabajo de su autoría, como sucedió el 23 de julio, cuando se divulgó un reportaje sobre los Mercados Agropecuarios de la ciudad de Holguín o el de una familia a la que le arreglaron su vivienda afectada por el huracán Sandy (25 de julio).

En las ocho ocasiones en que sí estuvo en pantalla *Lo que usted opina*, el tiempo fue aprovechado al máximo, si se tiene presente que cada vez que salió se trataron de

dos a tres temas. En total fueron 21, todos con imágenes, unas captadas por el propio periodista y otras enviadas por televidentes.

Aliuvan Moreira Matos, jefe de Grupo de Prensa de Telecristal, en entrevista concedida a la investigadora, dijo estar consciente de los problemas que afectan la estabilidad y frecuencia de salida de la Sección.

Contra las interrupciones a la programación del Telecentro no podemos hacer nada, lo que sí hemos analizado para que cuando no esté el Titular del espacio, este lo asuma otro periodista. A partir de finales de este año se realizará una nueva redistribución y renovación al programa En Primer Plano, pero Lo que usted opina seguirá en esta revista informativa por el nivel de teleaudiencia logrado.

No quiere decir que todo está bien en ella. Conocemos sus fallas y en ellas ya trabajamos. Al terminar cada una de sus transmisiones, el colectivo analiza qué se hizo bien y qué no, así como se proponen los temas a divulgar en la nueva salida.

En el análisis, además, se tuvieron en cuenta las temáticas más tratadas, así como los municipios. Los 17 asuntos del municipio de Holguín abordados, del total de 21 analizados en las 22 ocasiones que salió Lo que usted opina, reafirman el carácter ciudadano que poseen las tres Secciones de atención a las audiencias de los medios provinciales. (Anexo 14)

Los otros territorios con publicaciones en el espacio son Cacocum, con 2, y “Rafael Freyre” y Mayarí, con uno per cápita. Llama la atención que de los municipios con canales comunitarios, Gibara y Moa, no haya colaboración a esta Sección.

Otro elemento analizado fueron las temáticas más abordadas, que en este medio no difieren mucho de los otros dos: Empresa Eléctrica, 4; Acueducto y Comunales, 3; Industria Alimenticia, Transporte y Viales, 2; además de Vivienda, Comercio y Tiendas Recaudadoras de Divisa, 1.

En cuanto a las respuestas de los organismos y entidades criticados, también aquí se demuestra un silencio preocupante de los criticados: de 18 quejas, solo hubo tres contestadas.

Finalmente, a modo de resumen, la investigadora pudo comprobar que no consta que en ninguna de las tres Secciones se realice al menos de forma mensual, trimestral o anual, un análisis de lo que se ha hecho en ese tiempo, con el fin de detectar deficiencias que pudieran corregirse oportunamente.

En las secciones Aquí: La Columna de los Lectores y Lo que usted opina, es un solo periodista el encargado del espacio, quien recepciona los asuntos, clasifica, redacta y posteriormente, publica. Además de las rutinas en las secciones, el Titular atiende hasta tres y cuatro sectores en el medio en el que labora y asume el contenido de sus planes de trabajo.

Crear un Equipo de atención a los lectores, como existe en medios nacionales, evitaría la sobrecarga de trabajo y responsabilidad que hoy tienen los periodistas Titulares de Secciones en medios provinciales, como los de Telecristal y el periódico ¡ahora!, que además de redactar y publicar, deben procesar y llevar todos los controles pertinentes. Similar grupo pudiera existir en el Departamento Informativo de la radio para el análisis y procesamiento de la correspondencia y llamadas de los oyentes. En sentido general, esto extendería y facilitaría el rango de las acciones, además se cubriría un amplio abanico de intereses de las audiencias y garantizaría la necesaria inmediatez de la interacción entre estas y los medios de comunicación.

Cada una de estas secciones debe buscar sus propias potencialidades, tanto conceptual como expresivamente. En De primera Mano se puede potenciar más el reflejo constante de toda la geografía holguinera, pues en su hora de emisión se conecta con todas las emisoras de la provincia, similar sucede con el telecentro provincial, al cual pueden tributar los ubicados en Gibara y Moa.

También se reveló que no se realizan encuentros con las audiencias a fin de conocer la opinión de las personas en cada caso, de saber si el mensaje les llega y si son aceptados o no, las propuestas que tienen para mejorar el trabajo de estos espacios. Los medios deben tener conocimiento de las opiniones de los lectores, radioyentes y televidentes, por segmentos poblacionales, para así utilizar todo ello como parte de la política editorial, y acercar la agenda del medio a la del público.

Sobre esto, reconocía Ezequiel Hernández Gómez, vicepresidente de la Unión de Periodistas de Cuba en Holguín, que “hay que respetar la opinión de lectores, oyentes y televidentes. Que no se quede el encuentro para las estadísticas solamente, sino todo lo que sea provechoso aprovecharlo e incluirlo en la política editorial. La sección o espacio más importante de un medio es el de los lectores. Démosle, pues, el lugar que les corresponde⁶”. (2013)

Exactamente de la vinculación y colaboración del medio y audiencia, se acerca la realidad social en la que nos insertamos, a la prensa. No puede existir una desvinculación entre estos dos factores, la agenda del medio debe nutrirse de las opiniones del pueblo, y son estas secciones el espacio que tiene el público para ello, y donde se refleja cuál es la realidad del día a día del cubano.

En fin, los referidos espacios de atención al público, deben afianzar su compromiso con la ciudadanía, su voz propia. A propósito el Premio Nacional de Periodismo José Martí 2013, José Alejandro Rodríguez, recomendaba que “lo que no debe permitirse un Titular de este tipo de secciones es que le reduzcan su espacio a una especie de buzón de quejas y sugerencias. En una columna de correspondencia cabe todo: la queja y la denuncia, el elogio, la sugerencia, la reflexión y el juicio, la emoción e incluso, la información”⁷. (2013)

⁶ Entrevista con Ezequiel Hernández Gómez, el 29 de septiembre de 2013

⁷ Entrevista con José Alejandro Rodríguez, el 15 de agosto de 2013

De los resultados del diagnóstico, se confirma la necesidad de un sistema de tareas que favorezca la atención de las audiencias en los medios de prensa provinciales. En el segundo epígrafe de este capítulo se muestran las fases y acciones que lo caracterizan.

2.2 Sistema de tareas para favorecer la atención a las audiencias en las secciones Lo que usted opina, del telecentro Telecristal; De primera mano, de Radio Angulo, y Aquí: la columna de los lectores, del periódico ¡ahora!

Oportunamente reconocía el humanista Josh Billings que la vida consiste no en tener buenas cartas, sino en jugar bien las que uno tiene. El éxito del juego depende también de conocer los recursos con los que se cuenta y de la efectividad de la estrategia a utilizar. En un terreno tan peligroso como es el manejo de la información, se impone organizar y estructurar bien el trabajo periodístico a fin de no causar mal interpretaciones o equívocos insalvables.

Resulta necesario rememorar ciertos aspectos abordados en el capítulo anterior, así como en el epígrafe 1 del actual.

En los primeros andares de la ruta metodológica, se ubicó a Cartas al Director como un género periodístico opinativo, con particulares características que lo distinguen y provocan polémica en la academia periodística.

Las Cartas al Director no son escritas por profesionales de la prensa, así como tampoco están sujetas a estrictas normas estilísticas, aunque luego son sometidas a un proceso de corrección de estilo como cualquier nota escrita por un periodista.

Su destinatario es abierto, aun cuando figure Director como vocativo al que se le dirige la misiva, se trata más bien de la audiencia que tenga el medio al que fue dirigida; es como explica el doctor cubano Heriberto Cardoso, al que se hace referencia en el capítulo 1, un destinatario que directa o indirectamente tiene un carácter público y el tema trasciende a la comunidad, con independencia de su origen a veces personal.
(1997)

Precisamente, al considerar el asunto y pertinencia de las cartas, Cardoso las clasifica en tres grupos, las que fungen como objeto de la presente investigación se incluyen en el primer grupo: individual o personal, referidas al remitente que plantea un asunto o criterio personal, con el fin de promover su solución u obtener una respuesta que lo satisfaga. (Cardoso, 1997)

Otro referente teórico, del cual la investigadora hace uso de las rutinas productivas, como base para el sistema de tareas que se propone. Se reitera entonces que es mediante ellas que se efectúa y organiza el trabajo en los medios de comunicación.

La investigadora se adscribió a la clasificación de las etapas que realiza el italiano Mauro Wolf sobre estas: recogida, selección y presentación, las cuales son referencia y base de la estructura del sistema de tareas que se propone. Tal como caracterizan a las rutinas, se parte de las particularidades y exigencias del campo mediático.

Si bien se citaba al inicio a la socióloga Gaye Tuchman, al afirmar que sin las rutinas llevadas de la mano para hacer frente a determinados acontecimientos imprevistos, las organizaciones periodísticas quebrarían; es por ello que debe asimilarse la propuesta e incluirse en las rutinas de las secciones, en el caso de que las tengan, a fin de mejorar y perfeccionar desde la recepción de la correspondencia hasta la evaluación de lo publicado en los espacios de atención a las audiencias.

Aspecto que se retoma también es la coincidencia de la agenda pública y la del medio. Pues es este un punto fundamental en el sistema de tareas. La correspondencia constituye una muestra fundamental de los temas que conforman la agenda del público, y con la correcta utilización de esta se logra una vinculación entre ambas agendas, que facilita que el medio no se desligue de su audiencia.

Para realizar el sistema que se propone se tuvieron en cuenta las características de la AP, y cómo esta parte del PMI, que se define a través de encuestas, pero en este caso las Cartas que se remiten a los medios de comunicación expresan el Problema Más

Importante en su contenido, por lo cual son una fuente segura de dificultades que afectan no solo a una persona o comunidad, sino también al país en el que viven.

Las tareas propuestas a continuación tienen un carácter sistémico, pues tal como lo indica el sociólogo alemán Niklás Luhmann, definición a la que la investigadora hizo hincapié en el apartado teórico, se puede hablar de sistema ante la presencia de características que si se suprimieran pondrían en peligro el objeto de dicho sistema. (1998)

Una de las bases que refuerza Luhmann es el entorno en el que se inserta el sistema, pues ambos pueden existir separados, pero no el uno sin el otro. Esto se traduce claramente en la necesidad de los sistemas de nutrirse de su entorno y la del entorno de influenciarse del sistema.

Uno de los presupuestos que caracterizan a los sistemas abiertos, que aporta el boliviano Raúl Rivadeneira, es la retroalimentación, vista como la importación y exportación de energía de y hacia el entorno, la cual es uno de los rasgos imprescindibles que la investigadora tuvo en cuenta para la confección del sistema de tareas, pues todo sistema abierto es un sistema de comunicación. (Rivadeneira, 1977)

El que se propone consta de cinco etapas y se incluye dentro de los sistemas abiertos, pues *interactúa constantemente con el ambiente en forma dual, o sea lo influencia y son influidos*. (Solano, 1997). Pues exige la colaboración del público externo para su puesta en marcha y desarrollo.

Parte de la necesidad de un equipo de al menos tres periodistas, investigadores u otros profesionales afines que faciliten todo el proceso de recepción, selección, publicación y valoración de lo presentado en las secciones de atención a las audiencias.

Es flexible, pues se pretende ajustar a las particularidades y necesidades de cada medio. En el caso de la Etapa 5, de valoración de lo publicado en las secciones, no se requiere hacer inmediatamente luego de la presentación de la misma, sino cuando el mismo equipo de trabajo y el director del medio lo consideren.

Un propósito de este sistema es perfeccionar el proceso de rutina desde que la correspondencia llega a la redacción del medio hasta después de publicada. Por lo cual propicia encuentros con la audiencia y órganos estatales y políticos y los equipos de periodistas de los distintos medios, los cuales permitirán perfeccionarlo a medida en que se desarrolle y aplique. Este aspecto le otorga un carácter procesal, pues cada etapa depende de la anterior y está en continuo desenvolvimiento y evolución.

Tiene un carácter cooperativo, pues no se realiza por una persona, sino por un grupo, que debe trabajar en conjunto con el fin de favorecer la atención a las audiencias en las secciones respectivas, además los equipos de cada medio tendrán su espacio para compartir experiencias, ideas y promover mejoras al trabajo que realizan.

Las etapas que componen al sistema se integran y correlacionan unas con otras. Estas constan de objetivos generales y parten de una necesidad. Además, se ubican los objetivos para suplir dicha necesidad, la cual se pretende resolver mediante las tareas que conforman cada etapa. Al final de cada una, se añaden observaciones que permitirán esclarecer y completar las acciones descritas.

Finalmente, la investigadora declara que las tareas tienen un carácter sistémico porque están dados los vínculos que existen entre sus elementos, cada uno de estos es indivisible. El sistema interactúa como un todo, con el mundo y fuera de él; y durante su evolución en el tiempo y espacio, se considera un mismo sistema.

ESQUEMA QUE FUNDAMENTA DESDE UNA CONCEPCIÓN TEÓRICA LA PROPUESTA DEL SISTEMA DE TAREAS

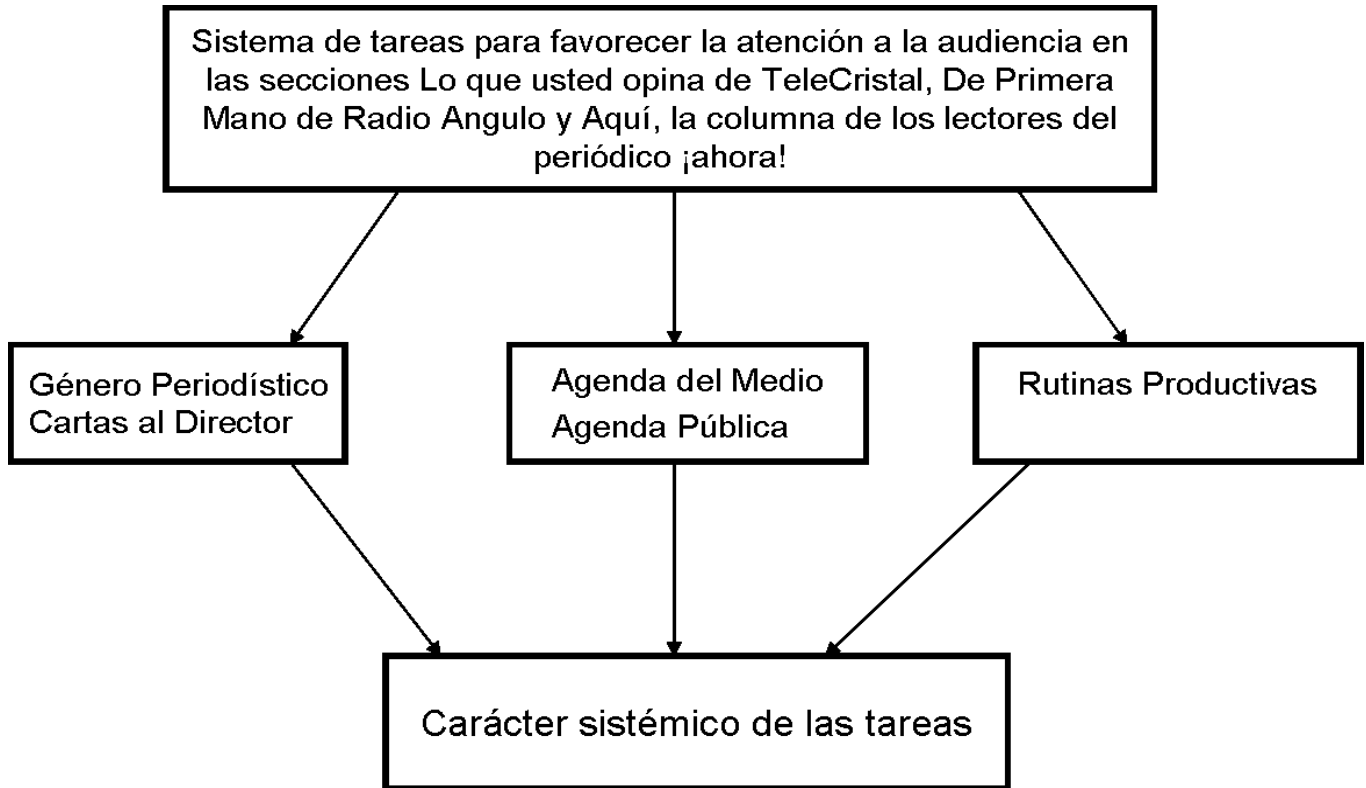


Figura 1: Concepciones de la fundamentación teórica aplicados para la sustentación del sistema de tareas que presenta la investigadora. Anexo 15

Aclarados aspectos puntuales de este sistema de tareas para su mejor comprensión y aplicación, se relacionan a continuación las etapas con sus contenidos respectivos.

Etapas 1: Crear equipo de atención a las audiencias

Objetivo General: Favorecer la atención a las audiencias y facilitar la organización y trabajo de las secciones *Lo que usted opina*, del telecentro Telecristal; *De primera mano*, de Radio Angulo y *Aquí: la columna de los lectores*, del periódico ¡ahora!

Necesidad: Un equipo de Atención a las Audiencias, que se encargue de recepcionar, viabilizar, controlar y seleccionar eficazmente toda la correspondencia recibida.

Objetivos: Selección del personal idóneo

Tareas:

1. Preparar al equipo en técnicas de análisis de contenido y otras relativas al Periodismo.
2. Delimitar las funciones de cada una de las personas que integrarán este grupo o equipo.
3. El personal deberá ser idóneo para realizar este trabajo de atención a las audiencias.

Observaciones:

- El equipo se integrará por personas que estén preparados en técnicas de comunicación social, psicología, relaciones públicas, informáticas y periodísticas.
- Los estudiantes de periodismo que se inserten en los medios durante sus prácticas laborales, así como los adiestrados deben ser considerados para su posible participación.

Etapas 2: Recepción y control

Objetivo General: Favorecer la recepción y control de la correspondencia recibida en las secciones *Lo que usted opina*, del telecentro Telecristal; *De primera mano*, de Radio Angulo, y *Aquí: la columna de los lectores*, del periódico ¡ahora!

Necesidad: Mejorar el acuse de recibo de la correspondencia y otorgar un tratamiento diferenciado a las que lo requieran.

Objetivo: Facilitar la organización y procesamiento del trabajo al periodista Titular de las secciones.

Tareas:

1. Agrupar la correspondencia según los siguientes criterios de organización:
 - a. Según fecha de entrada
 - b. Por quejas, respuestas, informaciones y otras
 - c. Por la clasificación de correo ordinario, correo electrónico, llamadas telefónicas y otros (entrevista personal o criterios del Titular)
 - d. Por temáticas que aborden
 - e. Por su procedencia
 - f. De acuerdo con su prominencia

Observaciones:

El equipo tendría esta información en soporte digital y se conservaría durante el año.

Etapas 3: Selección de la correspondencia a publicar

Objetivo General: Lograr un mayor balance temático, territorial y vinculación de la agenda del medio con la del público.

Necesidad: Planificación de las rutinas de selección y tramitación de la correspondencia.

Objetivos: Lograr una mayor organización para atender adecuadamente las particularidades de cada caso que acude a estas secciones.

Tareas:

1. Se tiene en cuenta el contenido del asunto, según los siguientes criterios:
 - a. Que no tengan contenido contrarrevolucionario
 - b. Que no sean anónimos

- c. Que las cartas o llamadas aborden la mayor cantidad de argumentos del problemas
- d. Que no sean demasiado particulares
- e. Se toma en cuenta la cantidad de cartas que lleguen a la redacción del medio sobre un mismo tema
- f. Temas de alta incidencia y polémicos de la realidad holguinera y el país

Observaciones:

- La correspondencia o llamadas que no clasifiquen para su publicación serán tramitadas directamente con el organismo o entidad cuestionado por la audiencia, y se les dará seguimiento hasta conocer el nivel de respuesta o solución del problema planteado.
- Correspondencia que contenga denuncia de alta implicación o que los elementos aportados ameriten profundizar en el asunto, proponerla para realizar trabajos investigativos para el medio.

Etapas 4: Publicación de la correspondencia

Objetivo General: Favorecer la atención a las audiencias en las secciones *Lo que usted opina*, del telecentro Telecristal; *De primera mano*, de Radio Angulo y *Aquí: la columna de los lectores*, del periódico ¡ahora!

Necesidad: Que la audiencia se vea atendida en las distintas secciones.

Objetivos: Garantizar la calidad de la presentación de las secciones de atención a las audiencias, de acuerdo con las particularidades de cada medio.

Tareas:

1. Prever un espacio, día (s) u horario (s) fijos para la salida de las secciones, específicamente en el caso de la radio.

2. Proveerle un nombre que identifique al espacio dirigido al acuse de recibo o tramitación de la correspondencia en el programa de Primera Mano, de la radio.
3. En el caso de la radio y la televisión, utilizar elementos de promoción vinculados a las secciones.
4. Velar por la emisión y publicación de la sección, aun cuando no esté el periodista Titular, en el caso de la televisión y el periódico, respectivamente.

Observaciones:

- Tener control de los asuntos que finalmente sean publicados.
- Monitorear regularmente lo publicado.

Etapas 5: Valoración y seguimiento de lo publicado

Objetivo General: Valorar lo publicado en las distintas secciones con el fin de dar seguimiento a los asuntos que lo requieran.

Necesidad: Comprobar si se cumple correctamente con lo previsto en las etapas anteriores.

Objetivos: Facilitar el cumplimiento del balance temático, territorial y de seguimiento a los temas tratados hasta lograr su respuesta.

Tareas:

1. Monitoreo aleatorio de los programas emitidos y revisión del semanario a partir de las tareas propuestas en las etapas anteriores.
 - a. Delimitar los asuntos que requieren un seguimiento porque no se les ha dado respuesta o esta ha sido evasiva.
2. Realizar análisis de contenido a las secciones para comprobar si existe correlación entre los temas a los que da importancia el espacio y los que interesan a sus audiencias.

3. Promover la realización de sondeos en las audiencias para la retroalimentación y así aplicar medidas que permitan responder a sus expectativas.
4. Propiciar encuentros de discusión con la audiencia, organismos políticos y gubernamentales, y el equipo de periodistas a cargo de las distintas secciones.

Observaciones:

- Los resultados del monitoreo y de los sondeos acerca de lo publicado han de ser socializados en las propias secciones.
- En los encuentros de discusión con las audiencias, organismos políticos y gubernamentales, presentar muestras de las secciones; en el caso de la radio y la televisión, llevar los programas.
- En los encuentros deberán participar los organismos más cuestionados.
- Hacer partícipes a quienes dirigen la prensa de los resultados sobre los organismos que no responden las quejas de la población.
- Los asuntos que se repiten sobre la misma temática proponerlos para realizar trabajos de investigación periodística.

2.3 Evaluación de la factibilidad de la propuesta por el método grupo de discusión

Con el objetivo de obtener criterios valorativos acerca del sistema de tareas propuesto se utilizó el método cualitativo grupo de discusión. Este método se aplicó a directores de medios, jefes de departamentos de información, directores de programas y Titulares de las secciones.

Según Piñuel y Gaitán (1998) el grupo de discusión como método de investigación lo constituyen las conversaciones grupales, es decir, las entabladas por más de dos individuos. Tiene múltiples clasificaciones como grupos naturales y artificiales; experimentales, de diagnóstico, entre otros.

Las discusiones de grupos sirven para captar y registrar datos en grupos considerados. Es una técnica cualitativa de reunión de grupo, que permite obtener un conocimiento aproximativo de la realidad social que se pretende investigar mediante la comunicación que se produce en su seno.

Se aplicó el grupo de discusión para someter a especialistas la propuesta del sistema de tareas aportadas por la investigación. Tuvo una fase preparatoria para determinar los especialistas que conformarían el grupo: 12 integrantes, 4 por cada medio provincial de prensa; así como la preparación de las condiciones requeridas a fin de realizarlo.

Una segunda fase, la inicial, que consistió en la introducción del tema en cuestión a partir de una ubicación general en la investigación, su objeto y objetivos, y la determinación de las reglas que debieron regir la discusión.

La tercera fase, de desarrollo, en la que se realizó un debate abierto a partir de una guía temática previamente elaborada y la formulación de preguntas de reorientación del tema.

Guía temática:

- 1-Etapas que conforman el sistema de tareas.
- 2-Objetivos y necesidades por etapas.
- 3-Creación y conformación de equipos de atención a las audiencias.
- 4-Concepción de las tareas por etapas. Su logicidad.
- 5-Recepción y control de la correspondencia.
- 6-Publicación de la correspondencia.
- 7-Seguimiento de lo publicado.
- 8-Establecimiento de horario y promoción fija
- 9-Factibilidad de aplicación.

La fase final la constituyó el análisis de las posiciones dominantes del grupo, a partir de la tendencia a su consenso y la interpretación del resultado.

En sentido general, el grupo evaluó como adecuado, oportuno, necesario, pertinente y novedoso el sistema de tareas propuesto, reconoció las posibilidades reales de su implementación en las secciones correspondientes a los tres medios de prensa provinciales. (Anexo 16)

Hubo una divergencia en contra de la propuesta presentada, al considerar que esta no es necesaria pues en la medida en que se reciba la correspondencia, su recepción y atención a la misma, se efectúa el proceso con ellas. Este criterio fue objetado por los demás miembros del grupo.

Asimismo, nueve integrantes manifestaron la inquietud acerca de constituir el equipo de atención a las audiencias porque la plantilla de los medios permanece inalterable y no ha habido cobertura para ampliarla, incluso teniendo en cuenta las nuevas tareas asumidas por los medios, como son los sitios web. Sin embargo, no se considera la posibilidad real con que ahora cuentan los medios al incorporar a los egresados de la carrera de Periodismo en su período de adiestramiento laboral y también la inserción de estudiantes en su práctica laboral.

También se valora la posibilidad de que determinados profesionales realicen el multioficio u otras tareas además de las que les son inherentes de forma cotidiana; tal es el caso del periódico ¡ahora!, donde correctoras de páginas, diseñadoras, traductores y otros pueden incluirse en estos equipos.

2.4 Instrumentación práctica de la propuesta del sistema de tareas

Se hace una propuesta inicial sobre cómo aplicar en la práctica de los medios el sistema de tareas propuesto.

- Socialización de los resultados con los decisores de los medios:

1. Directores

2. Jefes de Departamento o Grupo

3. Director de programa

4. Titular de la sección

- Capacitación sobre el sistema de tareas a:

1. Director de Medio

2. Jefes de Departamento o Grupo

3. Director de programa

4. Titular de la sección

5. Equipo de atención a las audiencias

- Constitución de los equipos de atención a las audiencias de los medios, previo análisis de la propuesta de los integrantes.

1. Determinación del cronograma del inicio de la propuesta

2. Inicio de la propuesta del sistema de tareas

3. Monitoreo por parte de los controladores del trabajo

Valoración de la efectividad de la instrumentación del sistema de tareas.

CONCLUSIONES

La investigadora, después de cumplir con las tareas científicas propuestas y cumplimentar el objetivo general de la presente tesis, con el aporte del sistema de tareas para cubrir las necesidades que requiere la atención a las audiencias en las secciones analizadas, infiere las conclusiones siguientes:

1. Las Cartas al Director constituyen un género periodístico que se inserta dentro del macrogénero opinativo y expresan las más diversas opiniones del remitente sobre un tema específico, que lo afecta a él o a su comunidad. Su destinatario tiene un carácter público.

2. Las Cartas al Director han alcanzado gran relevancia e importancia en casi todos los países, por lo que se podría asegurar que es muy poco probable exista un medio de comunicación que no tenga un apartado para dar acuse de recibo a la correspondencia, llamadas telefónicas u otro tipo de comunicación de las audiencias. De esta forma, se estrecha cada vez más la relación entre audiencia y medio.

3. En la investigación se demostró que existen dificultades en la atención a las audiencias en sentido general en los tres medios provinciales de Holguín, ocasionadas, principalmente, por la falta de un equipo de profesionales dedicados al desempeño de esta actividad. Hoy, la recepción, control, procesamiento, tratamiento, presentación y seguimiento de la correspondencia la realiza el propio Titular de las secciones, en el caso del periódico y la televisión; en la radio está disperso el trabajo, todo lo que conlleva a limitaciones en las rutinas productivas de las secciones.

4. Se propone un sistema de tareas para favorecer la atención a las audiencias en las secciones. Lo que usted opina, De primera mano y Aquí: La columna de los lectores, el que fue sometido a valoración por especialistas mediante grupo de discusión y fue considerado como adecuado, oportuno, necesario, pertinente y novedoso, pues responde a las necesidades y exigencias que requiere la atención a las audiencias.

RECOMENDACIONES

Concluida la investigación, es oportuno proponer un grupo de recomendaciones que, a juicio de la investigadora, resulta necesario tener en cuenta:

1. Socializar con los decisores de los medios de comunicación la propuesta del sistema de tareas para favorecer la atención a las audiencias en las secciones *Lo que usted opina*, del telecentro Telecristal; *De primera mano*, de Radio Angulo y *Aquí: la columna de los lectores*, del periódico ¡ahora!
2. Proponer la implementación práctica del sistema de tareas en los tres medios provinciales, para favorecer la atención a las audiencias.
3. Divulgar el sistema de tareas para su posible aplicación en otros medios provinciales y municipales del país, adaptándolo a sus especificidades.
4. Validar los resultados del sistema de tareas propuesto.

BIBLIOGRAFÍA

1. Abbagnano. Nicolás (1973) Historia de la Filosofía I. __ Barcelona: Montaner y Simón.
2. Aldunmate. Ana y M. J. Lecaros (1989): Géneros periodísticos. __ Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
3. Almansa. Ana (2000) La visión multidisciplinaria de Luhmann sobre los mass media. __ Razón y Palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina especializada en Comunicación www.razonypalabra.org.mx
4. Alonso. Margarita (2001): Teoría de la Comunicación. Apuntes. __ La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
5. Andino. Luis (2009): Ideas más comunes sobre el sistema de acciones en las tesis de maestrías y doctorados de la Universidad “Camilo Cienfuegos” y el Instituto Superior Pedagógico “Juan Marinello” de Matanzas. (Consultado en versión digital)
6. Arriaga, Emilio G. (2003). La teoría de Niklas Luhmann. (Consultado en versión digital)
7. Aruguete. Natalia (2009): Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting. __ Argentina: Pontificia Universidad Católica de Argentina

8. Avalos. Marcos (s/f) La agenda setting y sus efectos. (Consultado en versión digital)
9. Barba. Carlos (1994) Modernidad tardía y cambios en la teoría social. Consultado en <http://www.redalyc.org/pdf/138/13810103.pdf> 22/07/2013
10. Berthier, A., (2005) Comunicación y Teoría General de Sistemas en Sociología: la aportación de Niklas Luhmann en Conocimiento y Sociedad.com. Consultado en <http://www.conocimientoysoiedad.com/Comunicacion.html> 22/06/2013
11. Cardoso. Heriberto (1997): Aproximación crítica al problema de los géneros periodísticos. Apuntes para un nuevo enfoque. __ Tesis en opción al grado de Doctor en Ciencias de la Comunicación Social. Universidad de Oriente. (Consultado en versión digital)
12. Casasús. Josep y L. Núñez (1991): Estilo y géneros periodísticos. __ Barcelona: Ariel.
13. Casermeiro. Alicia (2004): Los medios en las elecciones. Agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires. __ Buenos Aires: EDUCA
14. Córdova. Alejandro (2011): Las Cartas al Director como género periodístico. Consultado en <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdf/zer3-10-cordova.pdf> 3/06/2013
15. Dearing. J y Rogers Everett (1996): Agenda Setting. __ California: Sage publications
16. Díaz Canel. Miguel (2013): Discurso de clausura del IX Congreso de la Unión de Periodistas de Cuba

17. Frankenberg. Lorena y José Lozano (2010): Rutinas, valores y condicionantes en la producción de la noticia: el testimonio de cuatro directores de medios informativos en Monterrey, México en: *Communication and Society/Comunicación y Sociedad*, vol. XXIII, n. 1, 2010, pp.175-204.
18. Garcés. Raúl (2006): La construcción simbólica de la opinión pública.____ en *Opción al Grado de Doctor en Ciencias de la Comunicación*. Universidad de La Habana. (Consultado en versión digital)
19. García Luis. Julio (2004): La regulación de la prensa en Cuba. Referentes morales y deontológicos.____ Tesis en *Opción al Grado de Doctor en Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana. (Consultado versión digital)
20. _____ (2006): *Géneros de Opinión*. ____La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
21. García. J; Martín Serrano. M., y J. Piñuel (2001): *Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*.____ La Habana: Editorial Pablo de la Torriente
22. Gargurevich. Juan (): *Géneros periodísticos*.____Quito: Ediciones Intiyan
23. Ghanem. Salma (1996): El segundo nivel de composición de la agenda: la opinión pública y la cobertura del crimen. Consultado en <http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/documentos/pdf/20091106233604.pdf> 22/07/2013

24. Gomis. Llorenç (1989): Gèneres literaris y gèneres periodístics. (Consultado en versión digital)
25. _____ (1991): Les cartes dels lectors com a barem de la receptiviat periodística. (Consultado en versión digital)
26. Gutiérrez. Juan (1984): Periodismo de opinión. __ Madrid: Paraninfo
27. Hernández. Bernadino (1998): Alicia en el país de los géneros. Géneros periodísticos y literarios. (Consultado en versión digital)
28. Hernández Sampieri. Roberto; Carlos Fernández-Collado y Pilar Baptista (2006): Metodología de la investigación (4ta ED). __ México DF: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A.
29. Kayser. Jacques (1961): El periódico. Estudios de morfología, de metodología y de prensa comparada. __ Quito: Gespal.
30. Lippman. Walter (1922): Public Opinión. __ Estados Unidos: American Studies at the University of Virginia.
31. López-Escobar. Esteban; Maxwell McCombs y Federico Rey (1996): La imagen de los candidatos. El segundo nivel de la agenda setting. __ Revista Comunicación y Sociedad. Universidad de Navarra: Consultado en <http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/documentos/pdf/20091117170011.pdf> 22/07/2013
32. Luhmann. Niklas (2000): La realidad de los medios de masas. __ Barcelona: Editorial Anthropos

-
33. Martí. José (s/f) Sobre Periodismo. Consultado en http://www.josemarti.info/libro/capitulo_4_10.html 3/11/2013
34. Martín Barbero. Jesús (2008): De los medios a las mediaciones. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.
35. Martín Vivaldi. Gonzalo (1998): Géneros periodísticos. Madrid: Paraninfo Editorial
36. Martínez Albertos. José (1974): La noticia y los comunicadores públicos. Madrid: Pirámide
37. _____ (1983) Curso General de Redacción Periodística. Barcelona: Paraninfo
38. Marrero. Juan (2003): Dos siglos de periodismo en Cuba. Momentos, hechos y rostros. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
39. McCombs. Maxwell (1972): The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion. Consultado en <http://sticerd.lse.ac.uk/dps/extra/McCombs.pdf> 1/08/2013
40. McCombs. Maxwell y J. Zhu, (1995): Capacity, diversity and volatility of the public agenda: Trends from 1954 to 1994". Consultado en <http://www.obets.ua.es/obet/libro/AgendaSetting.pdf> 30/08/2013
41. _____ (2006): Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.

42. McQuil. Denis (2001): Introducción a la Teoría de Comunicación de Masas.____
México: Paidós.
43. Morán. Gregorio en Lluís Pastor (2010): La gestión del público I: teoría de las
Cartas al Director.____ Barcelona: Editorial UOC. (p. 226)
44. Morán. Esteban (1988): Géneros del periodismo de opinión.____ Pamplona:
Editorial EUNSA
45. Moreno. Pastora (2000): Los géneros periodístico informativos en la actualidad
internacional. Revista Ámbitos.____ España: Universidad de Sevilla
46. Moreno. M. (s/f) Aforismos en el diagnóstico. Consultado en
http://www.cursosparamedicos.com/newsite/pags/ac_cient/monos/afo05.htm
4/11/2013
47. Noelle-Neumann. Elisabeth (1995): La espiral del silencio. Opinión pública:
nuestra piel social.____ Barcelona: Paidós S.A.
48. Oficina Nacional de Estadísticas. (2011) Anuario Estadístico de Cuba 2011.
Consultado en http://www.one.cu/aec2011/esp/05_tabla_cuadro.htm 16/06/2013
49. Ortells. Sara (s/f) El newsmaking como marco teórico para el estudio de la
información audiovisual. Consultado en
<http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi14/publ/1.pdf> 30/08/2013
50. Pastor. Lluís (2010): La gestión del público I: teoría de las Cartas al Director.____
Barcelona: Editorial UOC.

51. Pavlik. John (2005): El periodismo y los nuevos medios de comunicación. __
Barcelona: Paidós.
52. Piñuel. José y Juan Gaitán (1998): Técnicas de Investigación en Comunicación
Social. __ Madrid: Editorial Síntesis
53. Rivadeneira. Raúl (1977): El fenómeno del turismo y la teoría general de los
sistemas. __ La Paz: Editorial Difusión Ltda.
54. Rosabal. Arailaisy y José Raúl Gallego (2010): Las cartas sobre la mesa. Un
estudio sobre la relación entre la agenda pública y mediática en Cuba: Caso
Granma. __ Tesis de Diploma. Facultad de Comunicación. Universidad de La
Habana. (Consultado en versión digital)
55. Rubio. José (2009) Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la
agenda setting. __ España: Universidad de Granada
56. Sádaba. Teresa y Jordi Rodríguez (2007): La construcción de la agenda de los
medios. El debate del Estatut en la prensa española. __ España: Ámbitos.
57. Santibáñez. Abraham y Juan Infante (1997): Géneros Periodísticos. __ Santiago
de Chile: Universidad Diego Portales
58. Shaw. Eugene (1979): Agenda-Setting and Mass Communication Theory.
(Consultado en versión digital)
59. Solano. Ronald (1997): Teoría de Sistemas. __ Consultado en bit.ly/19AVWbV
16/07/2013

-
60. Siller. Carlos (s/f) Frases.____ Consultado en <http://www.buscabiografias.com/frasepalabra.htm> 1/09/2013
61. Stusser. Lourdes (2007): De eso no se habla: acerca de las representaciones sociales de la opinión pública en Cuba.____ Tesis de Diploma. Facultad de Comunicación. Universidad de la Habana. (Consultado en versión digital)
62. Tuchman. Gaye (1973): Making news by doing work: routinizing the unexpected.____ United States: American Journal of Sociology.
63. _____ (1978): La producción de la noticia.____ Barcelona: Gustavo Gili
64. Urteaga. Eguzki (2009): La teoría de los Sistema de Niklas Luhmann.____ Universidad del País Vasco. Consultado en <http://www.uma.es/contrastes/pdfs/015/ContrastesXV-16.pdf> 6/06/2013
65. VanDijk. Teun (1980): Estructuras y funciones del discurso.____ Madrid: Siglo XX
66. _____ (1983): Strategies of discourse Comprensión.____ New York: Academic Press
67. Velázquez. César y Luis Gutiérrez (2005): Manual de Géneros Periodísticos.____ Bogotá: ECOE
68. Vilamor. José (2000): Redacción periodística para la generación digital.____ Madrid: Universitas
69. _____ (s/f): Cartas al Director, el cauce interactivo que debe enriquecer y dar vida a la prensa. Consultado en http://www.campusred.net/forouniversitario/pdfs/comunicaciones/opinion/jose_vilamor.pdf 20/02/2013

70. Wolf. Mauro (2005): La investigación de la comunicación de masas.____ La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Brau.

71. Yanes. Rafael (2004): Géneros periodísticos y géneros anexos: una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa.____ Madrid: Fragua

ANEXOS

Anexo 1

Anexo 1a: con el fin de obtener información sobre surgimiento y naturaleza de la sección Aquí.

ENCUESTA A INFORMANTES CLAVES

Compañero(a):-----

Mi nombre es Lourdes Pichs Rodríguez y estoy realizando una investigación sobre la atención a las audiencias en los medios provinciales, como parte de mi Tesis de Maestría. Sus opiniones acerca de los temas propuestos en este cuestionario constituirían una fuente muy valiosa e imprescindible para el estudio del tema, por lo que les pido ayuda al respecto, agradeciéndoles de antemano su colaboración.

Sección Aquí

- 1- ¿Qué motivó surgiera la Sección Aquí?
 - 2- ¿Cuál fue su participación?
 - 3- ¿Desde cuándo comenzó su participación?
 - 4- Describa brevemente cómo se conformaba la Sección en el momento que ud. estuvo directamente relacionado (a) con esta Columna?
 - 5- Teniendo en cuenta su experiencia personal, diga cuál es su opinión acerca de la Sección que se publica hoy con la de los inicios. ¿Es mejor o peor?
 - 6- ¿Cuáles son las limitaciones que a su entender afronta esta Sección?
-
- 7- De acuerdo con su experiencia profesional, ¿qué factores condicionan esas limitaciones?
 - 8- Refiera algunas sugerencias para perfeccionar la Sección y el vínculo con los lectores.
 - 9- De las técnicas que usted emplea para desempeñarse como periodista, ¿cuáles ud. sugeriría se utilizaran en esta Sección?

10- En su opinión, ¿cuáles son los factores más relevantes que condicionan el tratamiento periodístico del acontecer social en la Columna?

Anexo 1b: con el fin de obtener información sobre sección de correspondencia en De Primera Mano

ENCUESTA A INFORMANTES CLAVES

Compañero(a):-----

Mi nombre es Lourdes Pichs Rodríguez y estoy realizando una investigación sobre la atención a las audiencias en los medios provinciales, como parte de mi Tesis de Maestría. Sus opiniones acerca de los temas propuestos en este cuestionario constituirían una fuente muy valiosa e imprescindible para el estudio del tema, por lo que les pido ayuda al respecto, agradeciéndoles de antemano su colaboración.

De primera Mano

1- ¿Qué destino tienen en este medio las opiniones, intereses y preocupaciones de las audiencias?

1.1 Proceso por el que atraviesa la correspondencia al llegar al Departamento, tanto las cartas para publicar como las que no clasifican para la sección.

2- ¿En qué programa tienen espacio las opiniones, intereses y preocupaciones de las audiencias?

3- ¿Hay un equipo de periodistas específico que atiende opiniones, intereses y preocupaciones de las audiencias? ¿Cómo funciona?

4- ¿Cuáles son las características de la Sección que dirige, objetivo y perspectivas?

5- Frecuencia con que se trasmite y duración

6- ¿Cómo se nutre de las opiniones, quejas y criterios de la población para conformar la

sección? ¿Cuál es la principal vía?

7- ¿Cuáles son los temas más recurrentes? Enumérelos por orden de mayor a menor.

8- ¿Están representados todos los municipios en esta Sección de atención a la audiencia?

---Sí ---No ¿Cómo lo logra?

9- ¿Qué temas son los que se priorizan y los que se eluden? ¿Por qué?

10- ¿Qué criterio de selección asume a la hora de escoger un tema?

11- ¿Investiga la queja o simplemente la publica? Explique cuáles son las formas de hacer públicas las opiniones, intereses y preocupaciones de las audiencias en su medio.

12- ¿Qué medios utiliza para respaldar el tema tratado? ¿Siempre los utiliza?

----Sí ----No ---Algunas veces ¿Por qué?

13- ¿En qué medida encuentran respuestas los temas publicados por parte de los implicados?

14- ¿Algunos de las quejas, opiniones o criterios de las audiencias son utilizados para realizar trabajos periodísticos en el medio?

15- Cambios que ha generado esta Sección en lo interno del medio, fundamentalmente en la conformación de la agenda pública.

Anexo 1c: con el fin de obtener información sobre Sección Lo que usted opina, de Telecristal

ENCUESTA A INFORMANTES CLAVES

Compañero(a):-----

Mi nombre es Lourdes Pichs Rodríguez y estoy realizando una investigación sobre la atención a las audiencias en los medios provinciales, como parte de mi Tesis de Maestría. Sus opiniones acerca de los temas propuestos en este cuestionario constituirían una fuente muy valiosa e imprescindible para el estudio del tema, por lo que les pido ayuda al respecto, agradeciéndoles de antemano su colaboración.

Lo que usted Opina

1- Características de la Sección que dirige, objetivo y perspectivas.

1.1- Frecuencia con que se trasmite y duración

2- ¿Cómo se nutre de las opiniones, quejas y criterios de la población para conformar la sección? ¿Cuál es la principal vía?

3- ¿Cuáles son los temas más recurrentes? Enumérelos por orden de mayor a menor.

4- De ellos, ¿cuáles son que se priorizan y temas que se eluden?

5- ¿Qué criterio de selección asume a la hora de escoger un tema?

6- ¿Investiga la queja o simplemente la publica?

7- ¿Qué medios utiliza para respaldar el tema tratado? ¿Siempre los utiliza?

----Sí ----No--- Algunas veces ¿Por qué?

8- ¿En qué medida encuentran respuestas los temas publicados por parte de los implicados?

9- ¿Algunos de las quejas, opiniones o criterios son utilizados para realizar trabajos periodísticos en el medio por otros periodistas o ud. mismo?

Anexo 2

Anexo 2a:

Encuesta a especialistas para valorar la necesidad de un sistema de tareas para favorecer la atención de las audiencias en los medios provinciales de Holguín (Periódico ¡ahora!, Columna de los Lectores; Radio Angulo, De Primera Mano; Telecristal, Lo que usted Opina).

Atendiendo a sus amplios conocimientos teóricos y prácticos, usted ha sido seleccionado como experto a consultar en una investigación dirigida al estudio y desarrollo un sistema de acciones para favorecer la atención a las audiencias, por lo que se le solicita responda a las siguientes preguntas. Muchas gracias.

1- ¿Qué importancia le confiere a la atención a las audiencias?

Muy importante Bastante importante Importante Poco importante No importante

2-¿Qué importancia le atribuye a la atención de las audiencias en el periódico ¡ahora! Radio Angulo y Telecristal para que se logre alcanzar un estado superior?

Muy importante Bastante importante Importante Poco importante No importante

3-¿Cómo valora el estado actual de la atención a las audiencias en los tres medios provinciales?

Periódico ¡ahora! a través de la Columna de los Lectores

Intensificada Consolidado En crecimiento Incipiente Insuficiente

En De Primera Mano

Intensificada Consolidado En crecimiento Incipiente
Insuficiente

En 1er Plano (Lo que usted opina)

Intensificada Consolidado En crecimiento Incipiente
Insuficiente

7-¿Considera que su organización estaría interesada en contribuir a establecer un sistema de acciones que contribuya a favorecer la atención a las audiencias en los medios de prensa provinciales de Holguín?

Muy interesada Suficiente interesada. Interesada Poco interesada
No interesada

8-¿Qué propondría para mejorar la atención a las audiencias en los tres medios?

9-Sugiera cualquier opinión que contribuya al objetivo de esta investigación:

Entidad en la que labora: _____

Cargo: _____

Anexo 2b: con el fin de obtener información a partir de sus conocimientos y experiencia en la atención a las audiencias.

Entrevistas a especialistas acerca de la atención a las audiencias en los medios de prensa.

1. Algunos autores reconocen como género periodístico a la correspondencia, mientras otros a Cartas al Director, ¿cuál es su opinión al respecto?
2. ¿Qué importancia ud. le ofrece a la relación que se ha establecido en nuestro país entre los medios y las audiencias?

3. ¿Cómo valora, en sentido general, la atención a las audiencias en los medios cubanos?
4. ¿Qué propondría para favorecer la atención a las audiencias en los medios, a partir de cómo ud mismo señalara recientemente: “No es hora de silencios ni de complacencias. Hay que desatar los nudos que paralizan el avance de la democracia socialista, en la misma medida en que se liberan las fuerzas productivas”? (pregunta destinada a José Alejandro Rodríguez, Titular de la Sección Acuse de Recibo, del diario Juventud Rebelde).

Anexo 3

Anexo 3a: Con el objetivo de realizar el diagnóstico.

Guía de observación para la Columna de los lectores

1. Cantidad de cartas recibidas
 - 1.1 Cantidad de correos electrónicos
2. Cantidad de correspondencia publicada
3. Cantidad de asuntos tratados por sección
4. Temáticas
5. Cantidad de quejas
 - 5.1 Cantidad de respuestas
 - 5.2 Cantidad de informaciones
6. Carácter Provincial
 - 6.2 Carácter Municipal
7. Carácter Colectivo
 - 7.1 Carácter individual
8. Cuantificación de municipios
9. Cantidad de ediciones por mes

Anexo 3b: Para realizar diagnóstico.

Guía de observación para Lo que usted opina

1. Cantidad de cartas recibidas
 - 1.1 Cantidad de correos electrónicos
2. Cantidad de correspondencia publicada
3. Cantidad de asuntos tratados por sección
4. Temáticas
5. Cantidad de quejas
 - 5.1 Cantidad de respuestas
6. Cantidad de informaciones
7. Carácter Provincial
 - 7.1 Carácter Municipal
8. Carácter Colectivo
 - 8.1 Carácter individual
9. Cuantificación de municipios
10. Cantidad de emisiones por mes
11. Tiempo de duración
12. Uso de imágenes fijas
 - 12.1 Uso de imágenes en movimiento

Anexo 3c: Con el objetivo de elaborar diagnóstico.

Guía de observación para De primera mano

1. Cantidad de cartas recibidas
 - 1.1 Cantidad de llamadas
 - 1.2 Cantidad de llamadas al aire
2. Cantidad de correspondencia publicada por programa
3. Cantidad de asuntos tratados por sección
4. Temáticas
5. Cantidad de quejas
 - 5.1 Cantidad de respuestas
6. Cantidad de informaciones
7. Carácter Provincial
 - 7.1 Carácter Municipal
8. Carácter Colectivo
 - 8.1 Carácter individual
9. Cuantificación de municipios
10. Cantidad de emisiones por mes
11. Tiempo de duración
12. Uso del Móvil radio
13. Trabajo de periodistas
14. Promociones de llamadas
 - 14.1 Promociones de los trabajos de los periodistas
15. Horario en que sale el programa

Anexo 4

Tabla: ediciones correspondientes a los meses que se diagnostican en La columna de los lectores.

Meses	Cantidad de publicaciones
Julio	4
Agosto	5
Septiembre	2

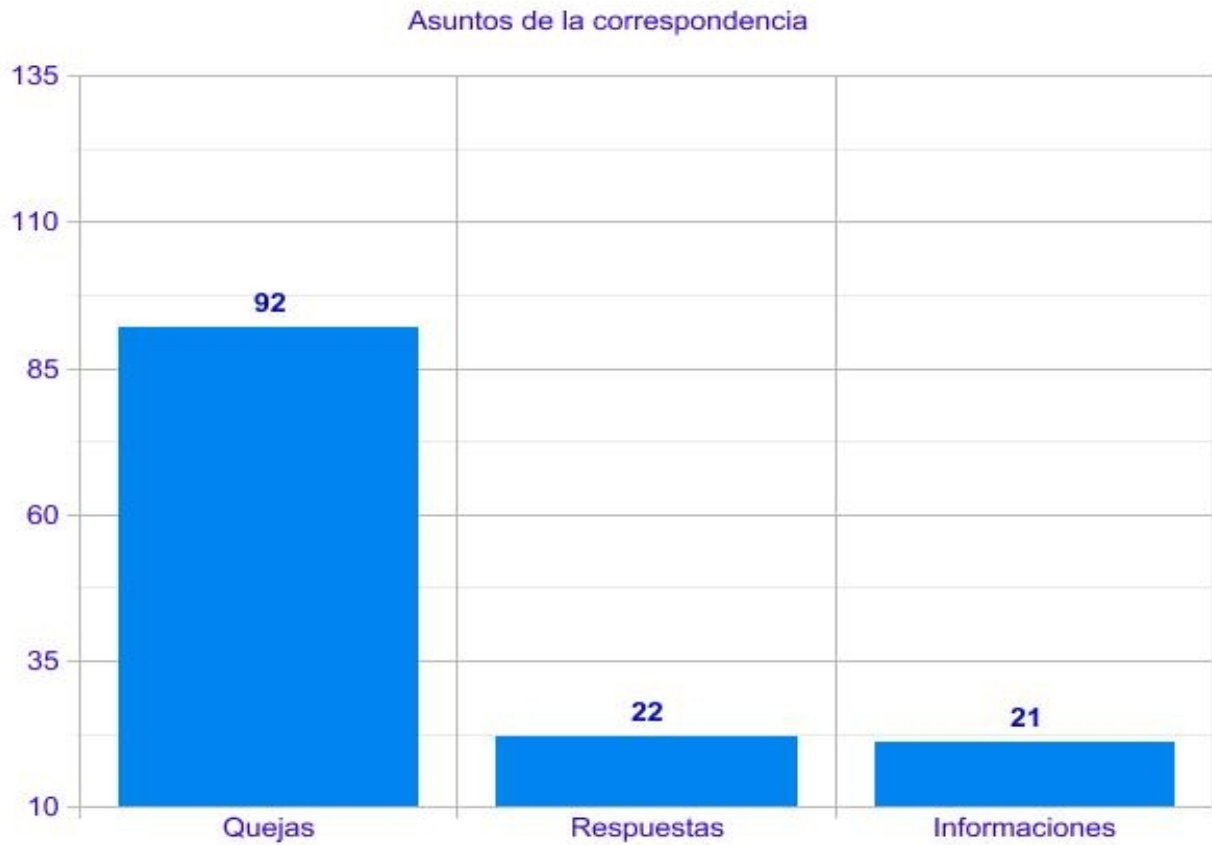
Anexo 5

Tabla: Cantidad de correspondencia recibida en La columna de los lectores

Correo Ordinario	91
Correo Electrónico	105
Total de correos recibidos	196
Notas tramitadas	29
Pendiente a publicación	22
No clasifican	10

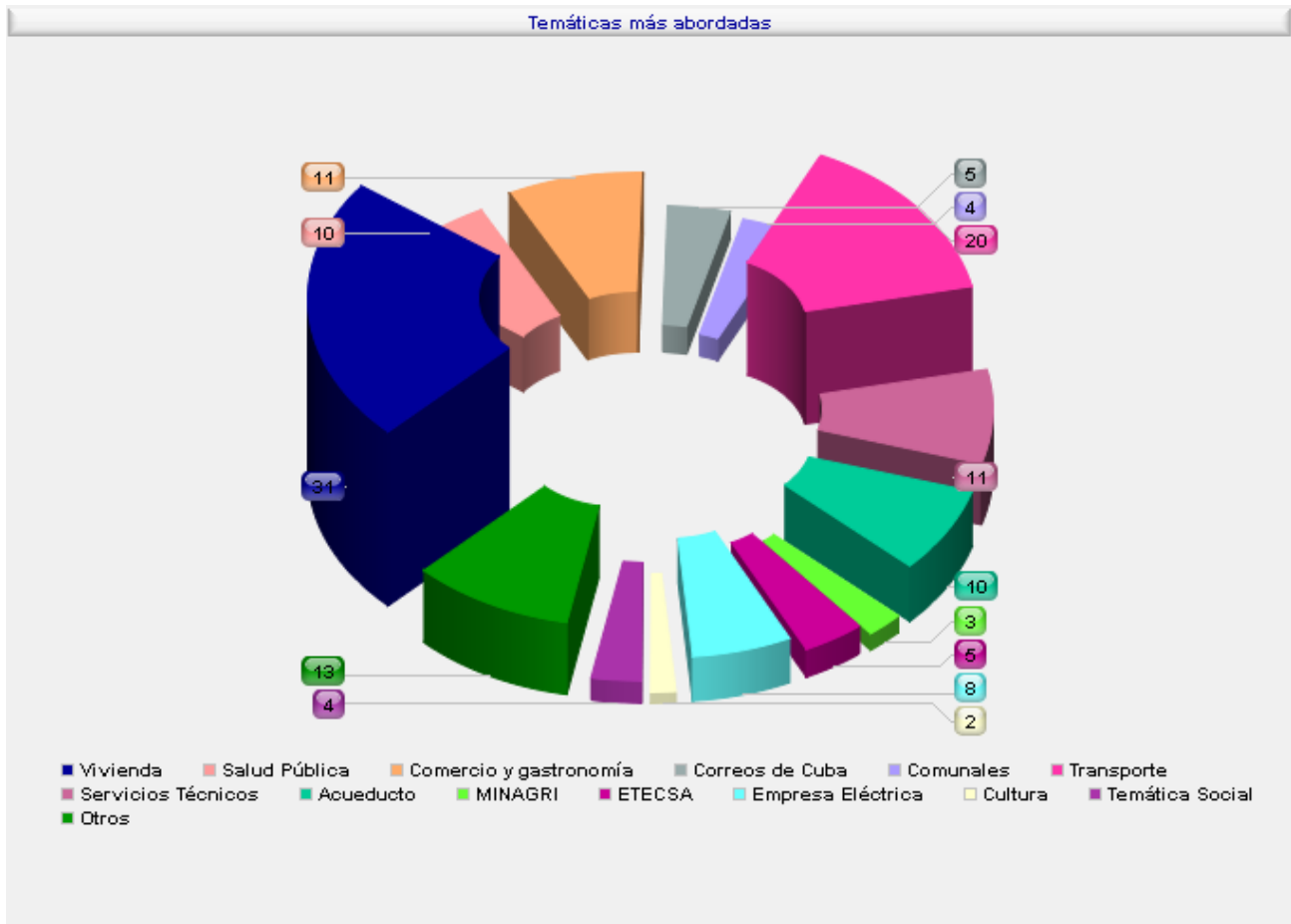
Anexo 6

Gráfico: Asuntos de la correspondencia



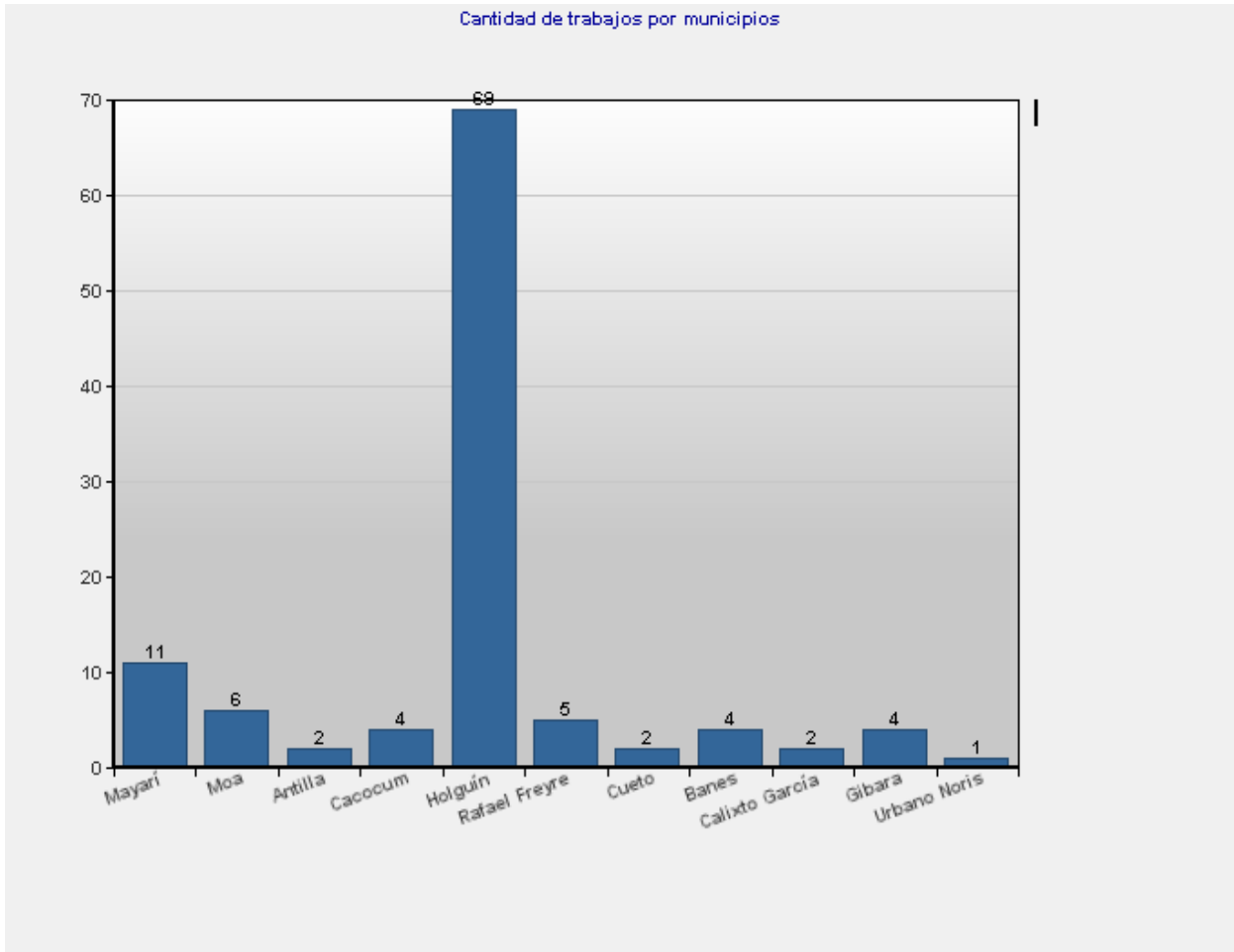
Anexo 7

Gráfico: Temáticas abordadas



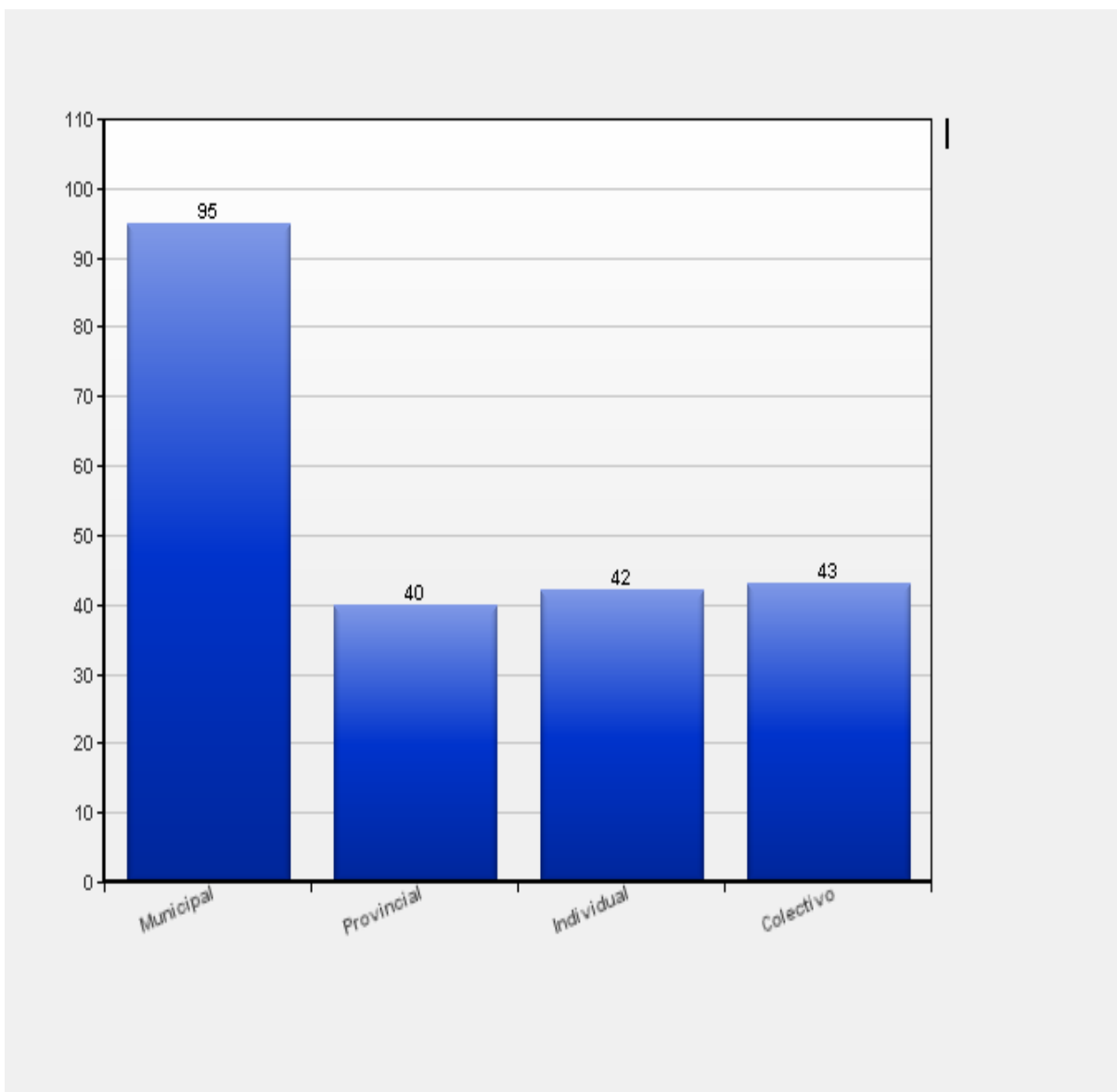
Anexo 8

Gráfico: Cantidad de trabajos por municipios



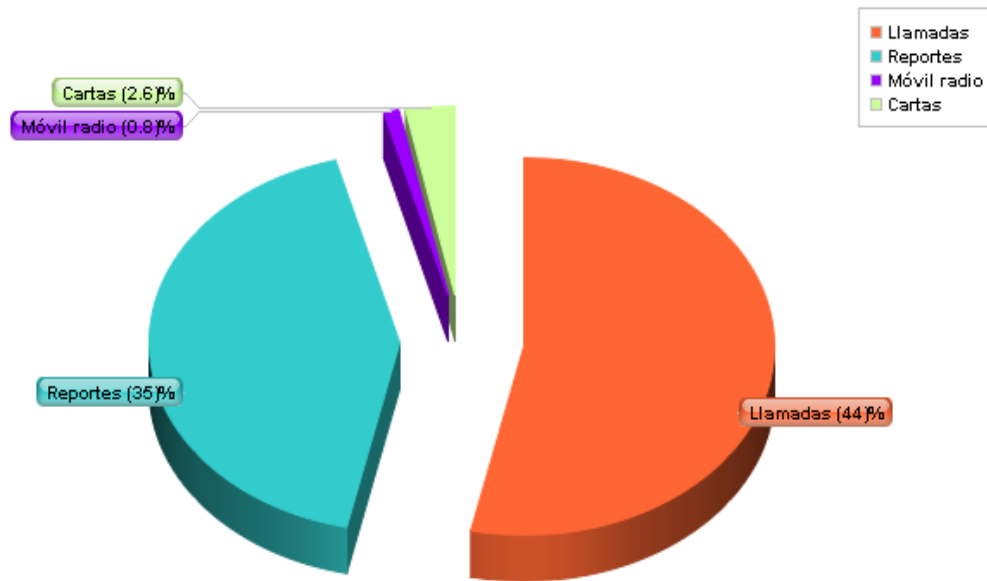
Anexo 9

Gráfico: Orígenes de los asuntos: municipal o provincia, carácter individual o colectivo



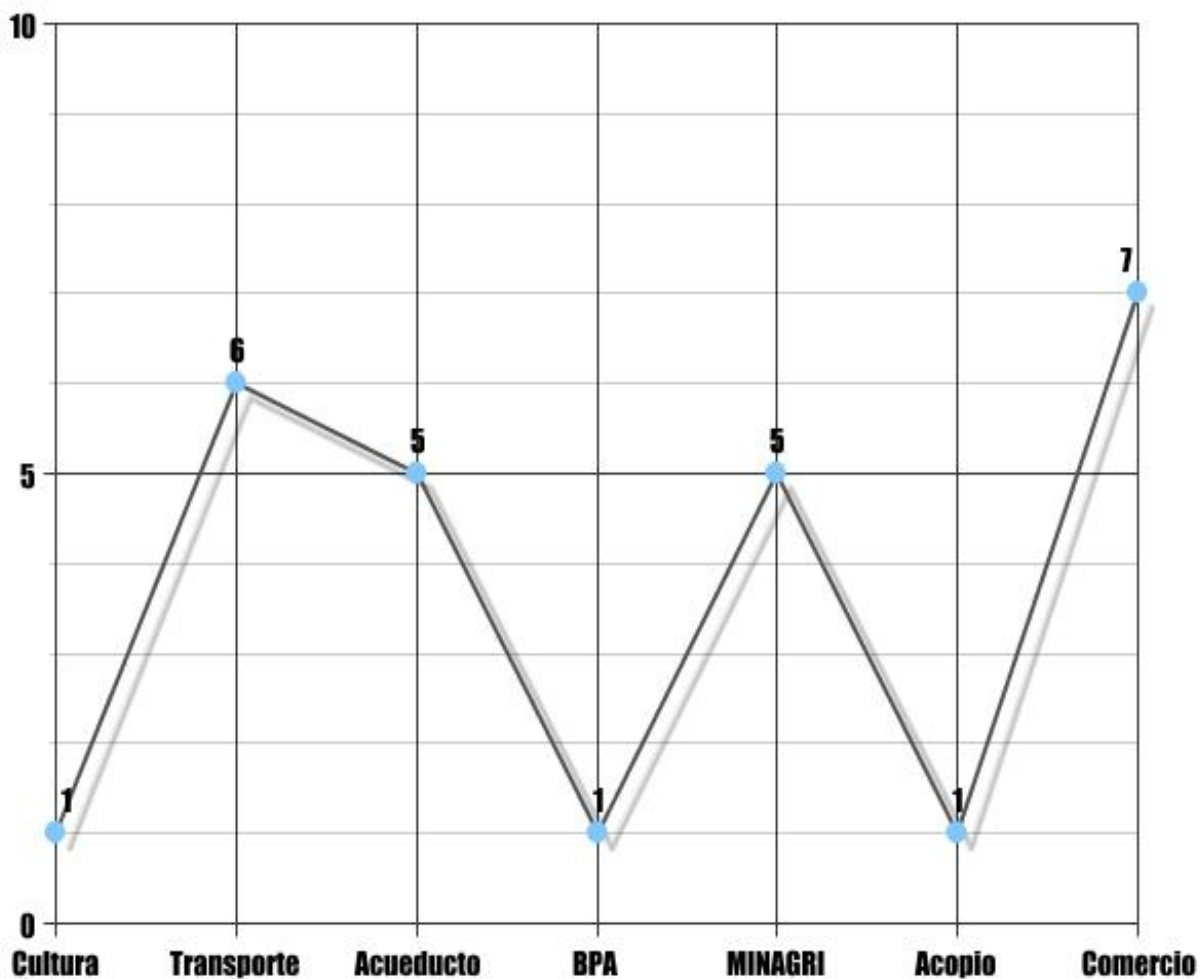
Anexo 10

Gráfico: Modalidad de tratamiento a la audiencia en De primera mano



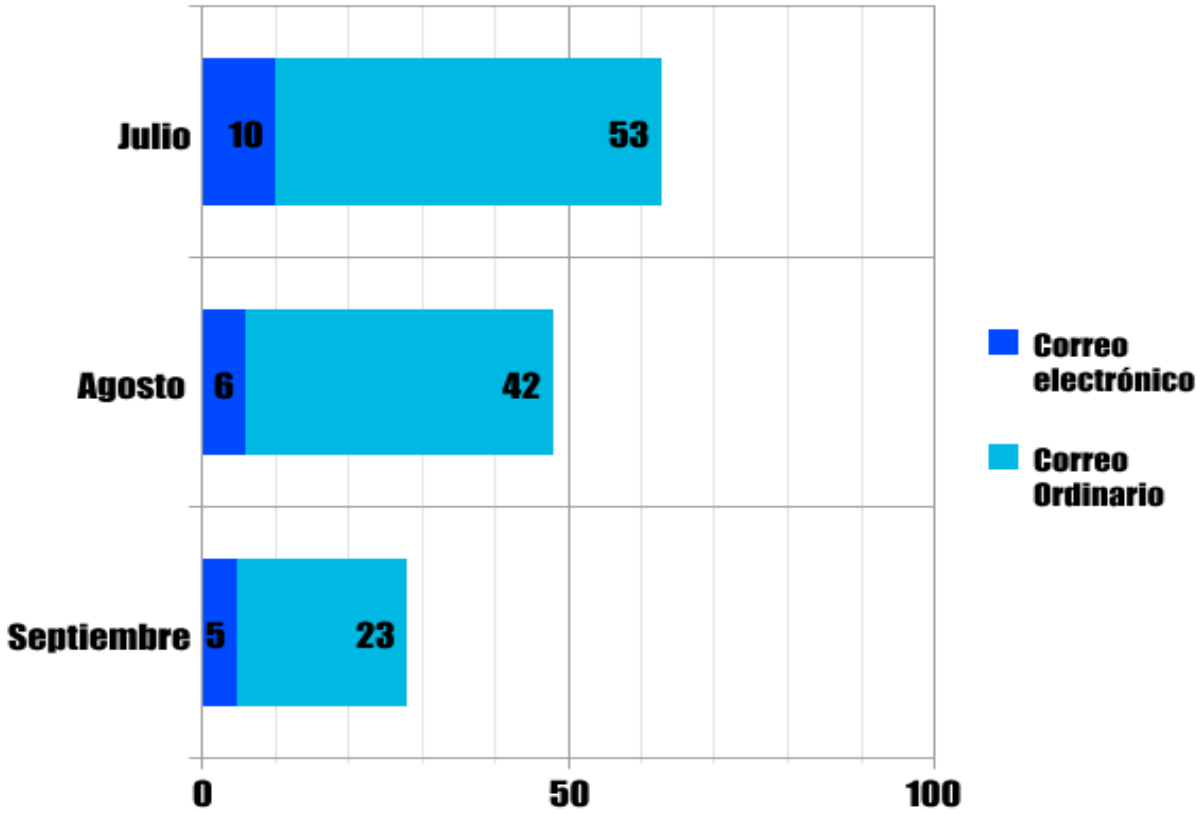
Anexo 11

Gráfico: Temáticas más abordadas



Anexo12

Gráfico: Cantidad de cartas y correos electrónicos recibidos en Lo que usted opina



Anexo 13

Tabla: Cantidad de transmisiones por meses

Meses	Cantidad de transmisiones
Julio	3
Agosto	2
Septiembre	3

Anexo 14

Tabla: Cantidad de temas tratados por municipios

Municipios	Cantidad de asuntos
Holguín	17
Cacocum	2
Rafael Freyre	1
Mayarí	1

Anexo 15

Usted ha sido seleccionado para valorar la utilidad práctica de la propuesta del estudio realizado para favorecer la atención a las audiencias en los medios provinciales de Holguín (periódico ¡ahora!, Radio Angulo y Telecristal)

A: adecuado, O: oportuno, N: necesario, P: pertinente y NV: novedoso

IA: inadecuado, NO: no oportuno: IN: innecesario, NP: no pertinente y NN: no novedoso

ASPECTOS ANALIZADOS	RESPUESTAS									
	A	O	N	P	N V	IA	NO	IN	NP	NN
Etapas que conforman el sistema de tareas	11	11	11	11	11	1	1	1	1	1
Objetivos y necesidades por etapas	11	11	11	11	11	1	1	1	1	1
Creación y conformación de equipos de atención a las audiencias	9	9	9	9	9	3	3	3	3	3
Concepción de las tareas por etapas. Su logicidad	11	11	11	11	11	1	1	1	1	1
Recepción y control de la correspondencia	11	11	11	11	11	1	1	1	1	1
Publicación de la correspondencia	11	11	11	11	11	1	1	1	1	1
Seguimiento de lo publicado	11	11	11	11	11	1	1	1	1	1
Establecimiento de horario y promoción fijos	11	11	11	11	11	1	1	1	1	1
Factibilidad de aplicación	11	11	11	11	11	11	1	1	1	1