

# **Trabajo de diploma en opción al título de Licenciatura en Periodismo**

Caracterización de las actitudes profesionales de los  
periodistas de Telecristal

**Autor: Richard A. Driggs Pupo**

**Tutora: Lic. Elizabeth Velázquez Rodríguez**

Holguín, 2016





***“Es fácil hablar claro cuando no se va a decir  
toda la verdad”***

Rabindranath Tagore



***A mami, mi vieja loca...***



## AGRADECIMIENTOS

***A mi mamá por siempre estar ahí, por ser mi guía e inspiración.***

***A mi papá por la instrucción y su incidencia en mi vocación periodística.***

***A mi tutora por las vicisitudes, los insomnios, la confianza y por el tema,  
además por su amistad.***

***A mi segunda madre Ana Rosa y su familia.***

***A Roxana por su apoyo, perseverancia y su entrega. A su familia por todo.***

***A Rey, Edilberto, El Bro, Jesús, Chucho y Yoga, por todo lo que han hecho por  
mí, por todos los buenos ratos y por los malos también.***

***A Maelis por tanto... A su familia por su cariño.***

***A mi familia y amigos: Los nuevos, los viejos, los vivos y los muertos.***

***A mis compañeros de aula por ser ellos y no otros.***

***A Milagros y Jacas por haberme acogido en sus aposentos.***

***Al departamento de Periodismo por el aguante.***

***Al decanato por su labor educativa.***



## RESUMEN

El periodismo ha experimentado un convulso proceso de profesionalización y sus profesionales son reconocidos y respetados a partir del cumplimiento de las funciones y roles que la sociedad les atribuye, ya que estos son la pieza fundamental del sistema mediático de un país y construyen la realidad social, que es interpretada por las audiencias, luego de su representación en los medios de comunicación.

En este ámbito laboral surgen nuevas necesidades y lo más requerido son actitudes positivas ante los cambios, para afrontar de manera innovadora los desafíos que se presentan. Cuba está inmersa en un proceso de actualización socioeconómica iniciado en 2011, con una serie de cambios que están encaminados a la búsqueda de un futuro próspero. En este contexto, los profesionales de la prensa deben ser la vanguardia catalizadora de los cambios de la nueva sociedad, pues el periodismo tiene una participación inevitable como mediador entre los poderes políticos y la sociedad.

Precisamente, en auto percibir cómo encaja su rol profesional en la sociedad, se enmarcan las investigaciones sobre actitudes profesionales de los periodistas; un terreno científico con discretos resultados en América Latina y prácticamente inexplorado en Cuba. Por ende, la presente investigación realizará una caracterización de las actitudes profesionales que predominan en el canal de televisión “Telecristal”, de la provincia de Holguín, Cuba, para abrir el camino hacia su sistematización.

**Palabras claves:** actitudes profesionales, periodistas, Cuba, sistema de prensa, profesiones



## ABSTRACT

The journalism has experienced a convulsive process of professionalization and his professionals are acknowledged and respected as from the fulfillment of the shows and roles that the society attributes them, since these are the system's fundamental piece medic of a country and construct the social reality, that it is interpreted by the audiences, right after his performance in the media.

In this labor space happen new needs and the more requisite positive attitudes in front of the changes, because this way they can face of innovative way the challenges that present itself. Cuba finds itself immersed in a process of socioeconomic bringing up to date, initiate in 2011 with a series of changes that they are led to the quest of a prosperous future. In this context, the professionals of the press must be the catalytic vanguard of the changes of the new society, because journalism has an inevitable participation like mediator between the political powers and the society.

Precisely, in the fact of car perceiving the way how fit your professional role in the society, they delimit the investigations on professional attitudes, a scientific ill-considered lot in Latin America and practically unexplored in Cuba. Whereby, investigation present it you will accomplish a characterization of the professional attitudes than predominate at the television channel Telecristal, of the province Holguín, in Cuba and this way, opening the road toward his systematization.

**Key words:** Professional attitudes, Journalists, Cuba, system of press, professions



## ÍNDICE

RESUMEN.....	V
ABSTRACT .....	VI
CAPÍTULO I.....	12
Las actitudes profesionales del periodista. Análisis teórico-metodológico.....	12
1.1 Comprender las profesiones, comprender al periodismo.....	13
1.2 Algunas consideraciones teóricas acerca de las actitudes.....	20
1.2.1 Dimensiones y funciones de las actitudes. Relaciones con el profesional de la prensa. ....	23
1.3 Las actitudes profesionales y sus tipologías. Perspectiva teórico-metodológica para su comprensión.....	29
CAPÍTULO II .....	40
Las actitudes profesionales de los periodistas de Telecristal. Autorretrato de una práctica. ....	40
2.1 Relación entre el sistema de prensa cubano y las actitudes profesionales de los periodistas .....	40
2.2 Identificación de las actitudes profesionales predominantes en los periodistas de Telecristal. Una metodología propia.....	47
2.2.1 Actitudes profesionales presentes en los periodistas de Telecristal.....	49
2.2.2 Observación del comportamiento de las variables a través del análisis de los resultados de los métodos empíricos.....	53
CONCLUSIONES.....	67
RECOMENDACIONES.....	68
BIBLIOGRAFÍA.....	69
ANEXOS .....	74



## INTRODUCCIÓN

Una profesión se legitima como tal, debido a un proceso histórico sustentado en la evolución de las funciones de la actividad, y en relación con las exigencias sociales. El devenir de múltiples procesos económicos, políticos, culturales y tecnológicos han provocado transformaciones estructurales generadoras de la Sociedad de la Información. En este contexto, convergen diversos sujetos que, aunque comparten rasgos comunes, poseen características distintivas que son expresadas en la realización de su labor profesional.

En el caso específico de la práctica del periodismo, este ha experimentado un convulso proceso de profesionalización hasta instaurarse como “una actividad socialmente legitimada y estructurada” (García, J. 2013:21), en la cual sus profesionales son reconocidos y respetados a partir del cumplimiento de las funciones y roles que la sociedad les atribuye. Los periodistas construyen la realidad social, que es interpretada por las audiencias, luego de su representación en los medios de comunicación.

No obstante, la labor de los profesionales de la prensa no se circunscribe exclusivamente a buscar, analizar, seleccionar y producir información. Más allá de esto, el ejercicio del periodismo contribuye al consenso social, pues cimienta la identificación de los ciudadanos con los sistemas político, económico y cultural de su sociedad.

Puede entenderse entonces por qué la práctica periodística establece una correlación directa con el sistema social y, específicamente, con el sistema político que terminará impregnándole sus características a la prensa y a sus funciones.

En tal sentido, se ha teorizado con abundancia sobre las funciones sociales de la comunicación pública y los modelos de prensa. Una de las obras clásicas se denomina Cuatro teorías de la Prensa (Siebert, F. Peterson, T. Schram, W. 1956),



que expone modelos básicos de la prensa, a partir de sus características y vínculos con los sistemas social y político.

Sin embargo, en investigaciones más contemporáneas y contextualizadas a nuestro entorno mediático, como la tesis doctoral realizada por el periodista y académico cubano Julio García Luis (2004), se reconoce que aunque el modelo de prensa esté atado al sistema político por articulaciones éticas, jurídicas, culturales e ideológicas intensas, debe poseer la cualidad intrínseca de expresarse en una práctica profesional de calidad.

En tal sentido, el autor considera que los periodistas deben generar productos comunicativos que estén en congruencia con su entorno mediático y social, pero también con sus intereses, motivaciones, valores, creencias, ideologías, actitudes y cultura profesional, pues solo de esta forma logrará que la construcción de la realidad sea veraz, inmediata, actualizada, prominente y más humana.

Pero más allá de las ideas universales de las funciones del periodismo y de los momentos históricos e ideológicos que ha tenido la prensa, y mirando por encima de lo que los sistemas políticos dicen o esperan de la prensa, ¿cómo definen los periodistas a su profesión? ¿Cómo se ve el periodista a sí mismo?

Precisamente, de estas interrogantes surgen las investigaciones sobre las actitudes profesionales periodísticas, que han tratado de tipificar, bajo una noción normativa de la prensa, los modos con que los periodistas entienden su papel en la sociedad. (Canel y Sádaba, 1999).

Así lo comprobó el autor al realizar una revisión bibliográfica preliminar, a partir del análisis de varios artículos relacionados con el tema, entre ellos los desarrollados por Janowitz (1975), Johnstone (1976), Splichal (1994), Weaver y Wilhoit (1996, 1997, 1998), Canel y Sádaba (1999); Canel, Sánchez-Aranda y Rodríguez (1999),



Donsbach y Patterson (2004), Ramió (2005), Mazzolenni (2010), Humanes (2009), Berganza, Oller y Meier (2010), Oller, Chavero, Carrillo y Cevallos (2015).

Estos investigadores han propuesto diferentes tipologías de actitudes profesionales periodísticas, enriquecidas y contextualizadas a los ámbitos mediáticos en los que han realizado los estudios. Por ejemplo, se ha clasificado al periodista como neutral o participativo; adversario, difusor o intérprete; analista o abogado; pasivo o activo; pragmático o servil. Estas categorías se presentan como etiquetas que identifican la actitud asumida por el periodista en el proceso de construcción de la realidad.

Siguiendo estos patrones metodológicos, también en América Latina se han efectuado estudios que indagan en las percepciones que tienen los periodistas sobre sus actitudes. Entre ellos, destacan los desarrollados por Menanteau (1967) sobre los periodistas chilenos; Hester (1972) desarrollada en torno a las actitudes y roles profesionales del periodista en Latinoamérica; Ruótolo (1987) examina la orientación profesional de periodistas en Brasil, Colombia y Costa Rica; Aguirre (1992, 1998) realiza en Venezuela estudios sobre el perfil ocupacional y la identidad profesional de los periodistas.

Además, destacan en Brasil, Vasallo De Lopes (1992, 1997) y Herscovitz (1998, 2000); desde México, Benassini (1994, 1996, 1998, 1999), Reyna (1992, 1995, 2003) y Corrales (1991, 1999); y en Argentina, Martini y Luchesi (2004). Todos indagan sobre las actitudes y roles profesionales del periodista y su vinculación con el marco social y político donde desarrolla su actividad.

Estas investigaciones se sustentan en el reconocimiento de que los periodistas son la pieza fundamental del sistema mediático de un país. Por este motivo, el estudio de sus roles profesionales no puede realizarse basado en modelos individuales de análisis. Las ideas, acciones y actitudes que forjan su concepción de rol profesional están fundamentadas en un conjunto de realidades complejas



que envuelven su labor profesional. De modo que los periodistas a nivel individual deben comprenderse dentro de un contexto profesional, social, cultural, político, económico, ideológico, geográfico e histórico. (Oller, M., Chavero. P, Carrillo. J, Cevallos P; 2015)

Sin embargo, en una revisión bibliográfica exploratoria de las tesis de doctorado, maestría y diploma concebidas desde Cuba y sobre el periodismo cubano, el investigador pudo comprobar que las actitudes profesionales no han sido objeto de estudio, aunque se ha estudiado a la figura del periodista desde categorías como la cultura y las ideologías profesionales, rutinas productivas y agendas mediáticas.

En la actualidad, el país se encuentra inmerso en un proceso de actualización socioeconómica, iniciado en 2011 con una serie de cambios encaminados a la búsqueda de un futuro próspero. Si bien es cierto que el eje central de estos procesos es la esfera económica, no se puede negar que su influencia en todos los ámbitos socio-culturales es determinante.

En este contexto, los profesionales de la prensa deben ser la vanguardia catalizadora de los cambios sociales, pues el periodismo tiene una participación inevitable como mediador entre los poderes políticos y la sociedad. Sin embargo, han transcurrido ya nueve congresos de la Unión de Periodistas de Cuba, donde se han analizado las preocupaciones en torno a la calidad periodística, y todavía se evidencian insatisfacciones en este sentido, lo cual se perfila en el paralelismo existente entre la agenda mediática y la agenda pública.

Así lo ha reconocido el General de Ejército Raúl Castro Ruz, Presidente de la República de Cuba, quien al valorar la situación de la prensa en el Informe Central al VI Congreso del Partido Comunista de Cuba, expresó que:

“se requiere también dejar atrás, definitivamente, el hábito del triunfalismo, la estridencia y el formalismo al abordar la actualidad



nacional y generar materiales escritos y programas de televisión y radio, que por su contenido y estilo capturen la atención, estimulen el debate en la opinión pública, lo que supone elevar la profesionalidad y los conocimientos de nuestros periodistas; si bien es cierto que, a pesar de los acuerdos adoptados por el Partido sobre la política informativa, en la mayoría de las veces ellos no cuentan con el acceso oportuno a la información ni el contacto frecuente con los cuadros y especialistas responsabilizados de las temáticas en cuestión. La suma de estos factores explica la difusión, en no pocas ocasiones, de materiales aburridos, improvisados y superficiales.” (Castro, PCC, 2011: 18)

De esta manera, se evidencia que por parte de la dirección política del país existe un reconocimiento de las limitaciones que aún enfrenta la prensa, y que deben ser superadas, si se quiere que el periodismo cubano desempeñe su rol con mayor pertinencia y eficacia.

Al respecto, la investigadora cubana Rosa Miriam Elizalde, en su tesis doctoral realiza un diagnóstico sobre el Sistema de Comunicación Social cubano, y reconoce la existencia de múltiples factores que median sobre este, entre ellos:

- Presiones sobre el sector para avanzar hacia una convergencia, entendida como un reordenamiento burocrático, con insuficientes inversiones en tecnología y capacitación.
- Crisis de la actividad profesional, en particular de una función social estrechamente relacionada con la atención al derecho a la información de la sociedad.
- Graves déficits financieros y presupuestarios de los medios.



- Erosión de la credibilidad de los medios por la excesiva regulación externa de la prensa.
- Se reconoce la fortaleza en Cuba de un sistema de medios libre del control privado, lo cual es un punto de partida indispensable para el funcionamiento democrático de la comunicación. Sin embargo, los administradores de las instituciones se comportan como los dueños de los medios de comunicación, sin diferenciarse en la práctica la propiedad social y estatal, ni expresarse otro modelo de gestión que el estatal. (Elizalde, RM 2014:45)

Por su parte, Julio García Luis (2013) reconoce que el modelo de prensa cubano adoptado por la Revolución en 1965, respondió a un contexto político específico y a una etapa histórica convulsa pero “su práctica real hace ya tiempo que dejó de dar respuesta a las necesidades de la sociedad” (2013: 131)

Atendiendo a lo anterior, el investigador considera que es pertinente estudiar las actitudes profesionales de los periodistas cubanos, pues el conocimiento de cómo perciben su rol en la sociedad podrá contribuir a la construcción colectiva y responsable de ese modelo de prensa, que si es legítimo en lo profesional, legitimará también al sistema político.

Debido a la débil infraestructura que posee hoy Cuba para garantizar el acceso a Internet y la posibilidad que tiene la televisión de activar más canales sensoriales que la prensa escrita y la radio, el medio audiovisual se ha convertido en el máximo constructor de espacios para generar debate y consenso social, lo cual propicia que exista un marcado interés en investigar sus lógicas de producción y los factores que influyen en las mismas.

Debe tenerse en cuenta que hoy el periodismo audiovisual se enfrenta a diversos retos, como resultado de procesos socioculturales y de la constante



transformación del medio desde su nacimiento. Sin embargo, es quizás ahora cuando más se precisa la metamorfosis, pues debido al impacto de las nuevas tecnologías y a otros factores de carácter estructural, la cultura profesional del periodismo audiovisual se está convirtiendo en un proceso más dinámico y complejo. En este ámbito laboral surgen nuevas necesidades y lo más requerido son actitudes positivas ante los cambios, pues de esta manera se pueden afrontar de manera innovadora los desafíos que se presentan.

En la provincia de Holguín existe una tele-emisora denominada Telecristal, con más de 30 años de experiencia en la producción informativo audiovisual y con notables reconocimientos en el país.

Desde la academia se han realizado varias investigaciones en este medio, enmarcadas en el empleo de los recursos expresivos audiovisuales (Rodríguez, L. 2013), la necesidad del trabajo en equipos para la realización de las producciones periodísticas (Hernández, I. 2014), la construcción de la agenda mediática (Cardoso, 2014), por solo poner algunos ejemplos. Estos estudios se han concentrado en el análisis del proceso de construcción de los mensajes y del mensaje propiamente dicho, pero aún se carecen de abordajes en torno a las ideologías profesionales, la cultura profesional y las actitudes percibidas por los periodistas en el ejercicio de la profesión.

Por tal motivo se plantea el siguiente **problema científico**: ¿Qué actitudes profesionales predominan en el periodismo audiovisual que se realiza en el canal Telecristal?

Para desarrollar un marco teórico-metodológico que se corresponda con desarrollo epistemológico de la investigación se declara como **objeto de estudio**: las actitudes profesionales, y como **campo de investigación**: las actitudes profesionales de los periodistas de Telecristal.



El trabajo de diploma que se propone tendrá como **objetivo**: caracterizar las actitudes profesionales de los periodistas de Telecristal en el ejercicio del periodismo audiovisual.

Para lograr el objetivo se han planteado las siguientes **preguntas científicas**:

- 1- ¿Cuáles son los referentes teórico-metodológicos que sustentan las actitudes profesionales de los periodistas?
- 2- ¿Qué relación existe entre el sistema de prensa cubano y las actitudes profesionales de los periodistas?
- 3- ¿Cuáles son las actitudes profesionales que predominan en el ejercicio del periodismo audiovisual de los periodistas de Telecristal?

Estas interrogantes serán solucionadas mediante las siguientes **tareas de investigación**:

- 1- Analizar los referentes teórico-metodológicos que sustentan las actitudes profesionales de los periodistas.
- 2- Revelar la relación existente entre el sistema cubano de prensa y las actitudes profesionales de los periodistas.
- 3- Caracterizar las actitudes profesionales que predominan en el ejercicio del periodismo audiovisual de los periodistas de Telecristal.

La metodología empleada por el autor para desarrollar estas tareas de investigación se sustenta en la concepción pluridimensional del manejo de métodos y técnicas, tanto cuantitativas como cualitativas, aunque con predominio de estas últimas por las características del problema, el objeto y campo en los cuales se enmarca el estudio a realizar. A su vez, la fiabilidad y veracidad de la investigación está basada en el contraste y triangulación de fuentes y teorías.



En tal sentido se utilizan los siguientes **métodos de nivel teórico**:

- **Histórico-lógico**: se empleó para analizar el objeto y campo de la investigación, así como sus antecedentes históricos. Para indagar sobre la evolución de las actitudes profesionales de los periodistas y su contexto.
- **Análisis y síntesis**: para contrastar fuentes y teorías que permitan descomponer categorías como “actitudes” y “profesionalización”, analizando su estructura interna y llegando a un conocimiento nuevo que se vincule al ejercicio periodístico. Para interpretar los datos empíricos.
- **Inducción-Deducción**: para analizar el comportamiento de la profesión periodística, desde su visión más general como proceso de producción de noticias, hasta llegar a las características individuales del profesional de la prensa e identificar, de este modo las actitudes de los periodistas.

Los **métodos empíricos** utilizados en la investigación son los siguientes:

- **La observación científica**: para estudiar desde el propio escenario de su desarrollo a las prácticas periodísticas y distinguir qué elementos condicionan a las actitudes profesionales.
- **Encuesta**: a partir de la estratificación por edades se aplicará este método con la finalidad de conocer el criterio de los periodistas de Telecristal sobre su profesión y perfilar qué actitudes profesionales tipifican sus prácticas periodísticas, a partir del modo en que se relacionan con su realidad profesional.
- **La entrevista en profundidad**: para profundizar en los resultados derivados de la aplicación de las encuestas y de este modo contrastar criterios e indagar en detalles específicos de las actitudes que intervienen en el proceso de construcción de la noticia en la televisión.



El **aporte** de la investigación se localiza en caracterizar las actitudes profesionales periodísticas que predominan en el ejercicio del periodismo audiovisual en Telecristal

El presente informe está organizado según las normas establecidas para este tipo de documento científico en el nivel de pregrado; consta de introducción, desarrollo, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y un cuerpo de anexos.



## CAPÍTULO I

### **Las actitudes profesionales del periodista. Análisis teórico-metodológico**

En el proceso de análisis y crítica de fuentes el autor de esta investigación encontró limitaciones, derivadas de la dispersión en torno a los fundamentos epistemológicos que sustentan al objeto *actitudes profesionales*, particularmente, al campo de las *actitudes profesionales periodísticas*.

Por tal motivo, y para una mejor comprensión de la lógica de este capítulo, a continuación se expondrán las regularidades emanadas del análisis de la bibliografía consultada:

- 1- Las actitudes profesionales carecen de una conceptualización óptima que facilite su estudio y mejor comprensión.
- 2- Se emplean indistintamente como sinónimos de actitud profesional, los valores profesionales y el rol profesional, lo cual atenta contra la claridad del término en cuestión, así como con su desarrollo epistemológico.
- 3- En los artículos e investigaciones revisados que estudian las actitudes profesionales no se analiza con profundidad la categoría psicológica “actitudes”, y el abordaje carece de un enfoque teórico.
- 4- A partir de la literatura al alcance del investigador se apreció que en el contexto cubano hay carencias de investigaciones que aborden las actitudes profesionales de los periodistas.

Por ende, para contrarrestar la ambigüedad de la categoría “actitudes profesionales”, es preciso abordar sistémicamente los términos que la conforman,



pues ambos se ubican en el entramado de la Psicología social y se presentan como elementos complementarios en los estudios comunicológicos.

En tal sentido, la presente investigación analizará los referentes teóricos de *actitudes* y *profesión*, por separado, para lograr integrar los núcleos teóricos esenciales de cada una de ellas, y proponer una definición operacional de actitudes profesionales de los periodistas.

### **1.1 Comprender las profesiones, comprender al periodismo**

Desde el punto de vista etimológico, el vocablo profesión proviene del latín *professio-onis*, cuyo significado es acción y efecto de profesar. Sin embargo, este término posee diversas acepciones que han generado disquisiciones teóricas. Este desacuerdo ha llegado al punto de que aún no se logra establecer una definición categórica sobre profesión, pues las que se han logrado no engloban todos los rasgos de todas las profesiones.

Los antecedentes sobre el origen de este concepto se encuentran en antiguos textos hebreos en donde se señala que esta palabra era usada con relación a funciones sacerdotales, los negocios en servicio del rey o de un funcionario real, puesto que el vocablo significa mandar o enviar, lo que representaba realizar una misión.

Sin embargo, el concepto en el sentido actual no puede remontarse más allá de la época preindustrial, puesto que es producto de la industrialización y de la división del trabajo. (Pérez, 2001) Así lo entienden muchos estudiosos, quienes señalan que la revolución industrial acontecida en el siglo XIX, provocó profundas transformaciones sociales que catalizaron la concepción de profesional.

Ahora bien, las profesiones comenzaron a ser objeto de investigación científica a partir de Max Webber, cuya obra fue realizada entre los siglos XIX y XX, pero que



no pierde vigencia con el devenir de los años. *Ética protestante y el espíritu del capitalismo* y *Ensayos sobre sociología de la religión*, son los textos donde Weber comienza su impronta en el tema de las profesiones. Sin embargo, lo hace a partir de la comprensión de las profesiones como actividades religiosas.

La definición propuesta por la Real Academia de Lengua Española que más se aleja de esta concepción *weberiana*, define la profesión como: “Empleo, facultad u oficio que alguien ejerce y por el que percibe una retribución”. Claro que este enunciado es muy limitado, pues se reduce a reconocer a la retribución como el elemento fundamental de la profesión. Además, excluye primordiales características de una profesión, como por ejemplo su carácter de colectividad.

Por ende, la definición de profesión a la cual se adscribe este investigador es la ofrecida por Sáez, (2004) quien asume que son:

*Grupos ocupacionales* que tras lograr el status de profesión, después de un *recorrido pre-profesionalizador*, asumen la tarea de conducir y autorregular sus respectivos procesos de profesionalización *consensuando, con la Universidad, la formación* inicial de sus miembros más jóvenes mientras desarrolla su *vocación de servicio a la comunidad*, adquiriendo un determinado *cuadro de saberes* que conforman una cierta *cultura sistemática y competencial* con la que irán, *autorreguladas por códigos deontológicos*, dando respuesta a las situaciones que se les plantearán por las instituciones.

Esta definición es bastante abarcadora en cuanto a los rasgos de una profesión, a la cual le atribuye como eje vertebrador el servicio a la sociedad, que como norma, está por delante de una ética del interés propio (Díaz, 2012: 73). Luego de reconocer el determinante recorrido pre-profesionalizador, expone la simbiosis que se establece entre la profesión y la Universidad, para perpetuar y formalizar su cuadro de saberes mediante la formación. Además, expone que para dar



respuestas a las exigencias de la sociedad se conforma una cultura profesional encauzada por códigos de ética.

Atendiendo a lo anterior, el autor considera que en una profesión sus practicantes deben asumir una norma social, que no es más que el modo de pensar, sentir o actuar generalmente, sobre el que las personas de un grupo están de acuerdo y confirman como acertado y correcto. La norma social es similar a la actitud, puesto que ambas son representaciones cognitivas de modos apropiados de pensar, sentir y actuar en respuesta a objetos y eventos sociales. (Thibault y Kelley citado por Ubillos. S y otros, 2000)

Por lo tanto, permanecer en una profesión significa estar reconocido, formal o informalmente, por los colegas, otros sujetos profesionales así como por el organismo establecido y la sociedad. Esto, por supuesto contiene una norma de responsabilidad social.

Al respecto (Panaia, 2008:10) expresa que las profesiones constituyen los elementos esenciales de la estructura social y de su regulación moral. Ciertamente, si se comprende a las profesiones como sitios en los que se desarrolla una cultura que produce normas morales, se infiere el hecho de que estas determinen las estructuras sociales, pues ellas crean grupos profesionales, que trascienden a la misma profesión y se expanden hasta ser reconocidos como grupos sociales.

Sobre los grupos profesionales y sus rasgos característicos (Urteaga, 2008:171) plantea:

Los grupos profesionales son procesos de interacciones que conducen a los miembros de una misma actividad laboral a auto organizarse, a defender su autonomía, su territorio y a protegerse de la competencia; la vida profesional es un proceso biográfico que construye las identidades durante todo el ciclo



de vida, desde la entrada en la actividad hasta el retiro; los procesos biográficos y los mecanismos de interacción tienen una relación de interdependencia: la dinámica de un grupo profesional depende de las trayectorias biográficas de sus miembros.

De modo que se comprende que la profesión está constituida por un grupo o un sistema de integración que se caracteriza por una adhesión y una identificación de sus miembros a unos valores que aseguran su cohesión. El respeto de estos modelos de comportamiento favorece una regulación de las interacciones y una correspondencia entre los profesionales y la profesión. (Urteaga, 2008:131)

Por ello, es preciso que existan normas institucionales para asegurar los niveles de interacción y la distribución de la labor social. Al respecto Parsons, (1967) plantea:

...las profesiones recurren a un conjunto de reglas y de mecanismos de control para garantizar el contenido, y el valor de las competencias reivindicadas, sus transmisiones, sus costos económicos, sus prestigios sociales y el rigor ético de su puesta en práctica y sobre todo concede mucha importancia a la institucionalización de estas actividades en relación a la ciencia moderna, ya que esto tiene un punto común con la esfera ocupacional.

Para Eguzki Urteaga la profesión periodística ofrece un buen ejemplo de ello, pues:

...los periodistas pertenecen a un grupo profesional con sus valores basados sobre la libertad de expresión, la individualidad, la originalidad, la objetividad o la rapidez. Estos valores son interiorizados por los periodistas durante su formación inicial en las escuelas de periodismo o en las carreras de ciencias de la información y de la comunicación así como durante sus experiencias



profesionales en una o varias redacciones. Esta socialización es el fruto de un aprendizaje pero también del control directo o indirecto, frecuente o esporádico, que ejercen los compañeros. (Urteaga, 2008:131)

Precisamente la condición de profesión del periodismo se ve expresada en las características que ofreciera Jesús Díaz del Campo (2012). Este autor considera que las profesiones están definidas por poseer los siguientes rasgos:

1. Formación cualificada, teórica y práctica, por la que se transmite un saber sistemático y especializado. Dicha formación es *condition sine qua non* para el acceso al ejercicio de la profesión.
2. Organización propia que regula internamente la profesión, en especial el acceso y el funcionamiento de la misma.
3. Dimensión ética que se formaliza en un código deontológico de conducta.
4. Alto grado de autonomía individual en el ejercicio de la actividad.
5. Campo específico de actividad, que cuenta con un cuerpo común de conocimientos, y que responde a una necesidad social.
6. Dedicación exclusiva, obteniendo a cambio una retribución.
7. La profesión no se puede separar del medio social donde es practicada.
8. La profesión no está unificada, pero pueden identificarse muy claramente los fragmentos profesionales organizados y competitivos, las segmentaciones, las diferenciaciones y los procesos de estallido.
9. No existen profesiones estables, todas tienen procesos de estructuración y de desestructuración donde pesan los procesos históricos, los contextos culturales y jurídicos, las coyunturas políticas, etc.



10. La profesión no es objetiva sino una relación dinámica entre las instituciones, la organización de la formación, la gestión de la actividad y de las trayectorias, caminos, biografías individuales en el seno de las cuales se construyen y se deconstruyen las identidades profesionales, tanto sociales como personales.

Sin embargo para completar lo antes expuesto es preciso considerar la representación de las profesiones como formas históricas, pues Dubar y Tripier (1998) expresan que:

1. Las profesiones representan las formas históricas de la organización social, de categorización de actividades de trabajo que constituyen desafíos políticos inseparables de la cuestión de la relación entre el Estado y los individuos.
2. Las profesiones son también formas históricas de realizarse, cargos con identificación subjetiva y expresión de valores de orden ético que tienen significación cultural.

Sin embargo, Bucher y Strauss (1961) no definen la profesión sobre la base del compartir valores comunes, sino como una aglomeración de segmentos, de grupos en pugna y en reestructuración continua. Para estos autores cada nueva especialidad busca hacerse un lugar, distanciándose de los viejos segmentos y exponiendo su valor, su actualidad y su vigencia.

De hecho, los procesos de fraccionamiento son siempre confrontaciones en la práctica, pues cada fracción tiene su propia definición de lo que considera el centro de su vida profesional y esas definiciones son fuertes estructuras de las identidades profesionales. Lo que distingue a cada segmento no es más que la construcción común de la situación y las creencias compartidas sobre el sentido subjetivo de la actividad profesional.



Lo anterior se expresa en los medios de difusión, pues cada tipo de periodista trata que se ajuste la parrilla informativa al tipo de cobertura que él realiza, pues un periodista cultural desearía que su medio transmitiera informaciones culturales preferentemente. Por ello, el estatus principal varía según los segmentos profesionales y cada nueva especialidad quiere situarse, distinguirse y demostrar su eficacia.

Las características antes apuntadas legitiman que el ejercicio periodístico es una profesión, con la peculiaridad de haber transitado por un período escabroso y complejo para alcanzar esta condición. (Velázquez, E. 2013) La polémica de si es oficio o profesión, de si el periodista nace o se hace, aún hoy, cuando ya se alcanza un siglo de la enseñanza académica, impregna a la práctica periodística.

Ahora bien, que el periodismo sea catalogado como profesión provoca que este profesional posea más de un espacio socializador, pues aunque se debe a su medio y está reconocido por este y por los que en él confluyen, también se debe a la sociedad como organización superior.

Entonces la responsabilidad social del periodismo es doble y puede a veces ser antagónica, ya que el solo hecho de ser periodista dota al portador de este título de una legitimación histórica, lo cual en ocasiones lo convierte en juez, abogado, acusado y fiscal del sistema social.

Esto se hace visible a través de los medios de difusión, los cuales convierten al periodismo en una profesión socializadora, que a diferencia de otras actividades, genera estados de opinión y se retroalimenta de ellos a través de la discusión y el debate. Sin embargo, la misión de defensor y denunciante social le merecen al profesional de la prensa un valor agregado, pues las masas ven en los periodistas verdaderos Quijotes, que le dan voz a aquellos que no la tienen.



Por ello Díaz (2012: 76) expresa que la gran responsabilidad que encierra el trabajo del periodista es la principal razón que le obliga, al menos moralmente, a ser él mismo quien defina en todo momento las pautas de su labor informativa. No obstante, su capacidad de “decisión individual” depende de otros muchos factores que entran en juego, por esta razón ha sido puesta en entredicho a menudo.

A propósito del papel de las instituciones en el desarrollo de la labor del periodista existen varios criterios que en la actualidad están en discusión. Al respecto, Tuchman (1983) es categórica, pues asevera que el profesionalismo entre los periodistas es saber cómo lograr un relato que satisfaga las necesidades y las pautas de la organización; pero luego aclara que si el periodista se compromete de tal manera con su organización, entonces esquiva su verdadero objeto social, ya que el profesional de la prensa tiene que estar en relación directa con los hechos y formar parte de una institución indispensable para el funcionamiento del sistema social: esta institución es la sociedad.

Por tanto, el profesional de la prensa debe aprovechar las posibilidades de su profesión y de esta manera realizar sus productos con un objetivo y una identidad que expresen su rol de creador de sentido y no un rol antagónico de mero reproductor. Claro que para lograr esto, los grupos profesionales del periodismo deben compartir una trayectoria biográfica similar en cuanto a intereses, opiniones, creencias, así como a formación y profesionalización.

## **1.2 Algunas consideraciones teóricas acerca de las actitudes**

El término actitud es muy empleado en la psicología para analizar procesos individuales y sociales, sin embargo es en los procesos sociales donde poseen mayor peso. Tanto es así que en 1918, Thomas y Ssaniecki definieron la Psicología social como el estudio de las actitudes. Desde entonces muchos han



sido los investigadores que han labrado el camino hacia el desarrollo epistemológico de las actitudes, sobre todo en las últimas décadas.

Murphy y Newcomb (1935) plantean que la actitud es una respuesta afectiva, relativamente estable, en relación con un objeto. En concordancia con este criterio Schellenberg (1970) expresa que las actitudes son una orientación relativamente duradera en relación con algún objeto de la experiencia. Estas definiciones son ambiguas, pues emplean los términos *relativamente estable* y *relativamente duradero*, lo cual denota una intención conservadora a la hora de considerar la estabilidad o durabilidad de las actitudes.

Otros autores han sido más radicales al expresar las actitudes no son estables, pues los criterios de durabilidad se pueden ver afectados por muchos aspectos externos. Según Zanna y Rampel (1988) la inconsistencia actitudinal es resultado de cuatro factores:

- falta de experiencia o familiaridad con el objeto actitudinal;
- inaccesibilidad de la actitud debido a estados internos de la persona;
- existencia de fuentes distintas de las actitudes;
- incoherencia de las fuentes actitudinales.

En tal sentido, el investigador recurre a otras definiciones de actitudes como la de Thurstone (1928) quien expone que una actitud es la intensidad de afecto a favor o en contra de un objeto psicológico. De esta manera, queda claro la prominencia de la dimensión afectiva de las actitudes, cuyo objeto final es evaluar el grado de afiliación. Este autor también da por sentado que las actitudes son medibles.

Por su parte, para Eagly y Chaiken (1993) una actitud es una tendencia psicológica que se expresa al evaluar una entidad particular con algún grado de



aprobación y desaprobación. En este caso, las autoras demuestran que al ser una tendencia, las actitudes siempre ocurren. A su vez, revelan el instante donde ocurren las actitudes (al evaluar una entidad particular) y además ofrecen las pautas para medir las actitudes (algún grado de aprobación y desaprobación).

Sin embargo, es con Allport (1935), uno de los principales estudiosos sobre actitudes, con quien coincide el autor, al entender las actitudes como “una disposición mental y neurológica, que se organiza a partir de la experiencia y que ejerce una influencia directriz o dinámica sobre las reacciones del individuo respecto de todos los objetos y a todas las situaciones que le corresponden”. (Allport, 1935:42)

Esta definición reconoce que las actitudes dependen de la experiencia y que influyen en las reacciones de los sujetos, lo cual determina otros aspectos psicológicos como la conducta y la personalidad. Aunque desde la perspectiva cronológica, esta es una de las definiciones más antiguas, no significa que sea anticuada. A juicio del investigador, se ajusta a los intereses del presente trabajo debido a su profundidad y amplitud teórica, y al mismo tiempo a su concomitancia con la propuesta más contemporánea de Vallerand (1994) al indicar que la actitud posee los siguientes rasgos:

- 1- Es un constructo o variable no observable directamente.
- 2- Implica una relación entre aspectos cognitivos, afectivos y conativos.
- 3- Tiene un papel motivacional de impulsión y orientación a la acción, aunque no se debe confundir con ella.
- 4- Influencia la percepción y el pensamiento.
- 5- Es aprendida (...) y posee un componente de evaluación o afectividad simple de agrado-desagrado.



Estos rasgos demuestran que aunque el proceso de reaccionar ante un hecho es causado por diversos factores, las actitudes son uno de los principales motivos psico-sociales que influyen en él, ya que estas son aprendidas, dependen de la experiencia y por lo tanto, del registro memorístico, pues la negación y la aprobación son procesos adquiridos como resultado de la interacción social.

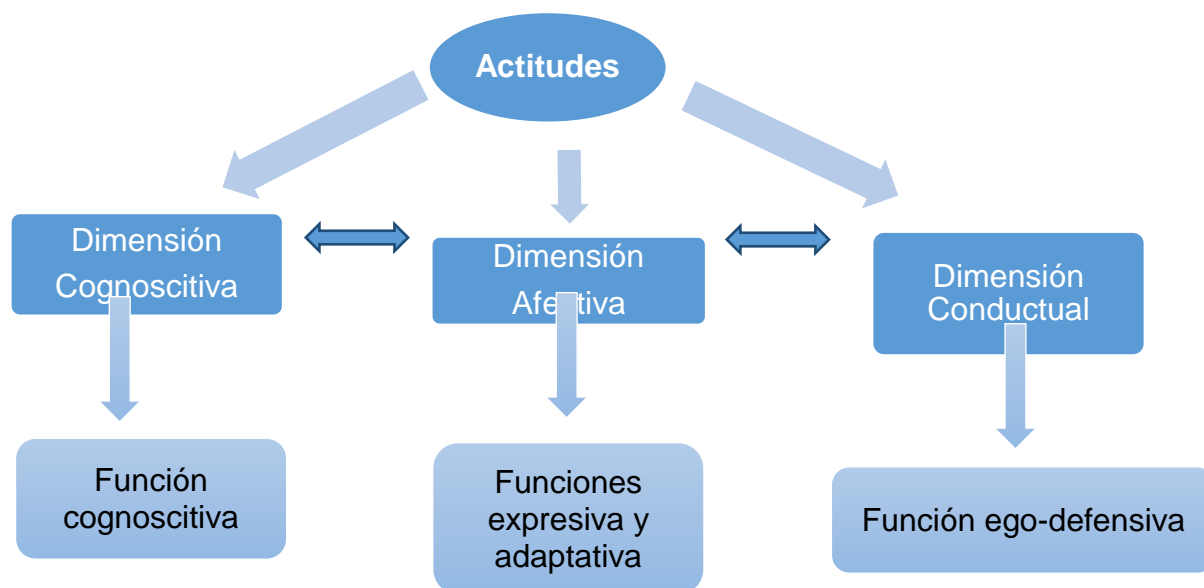
Se puede plantear que las actitudes pueden influir de tal manera en el pensamiento, que el hecho de considerarse como ser humano, parte en gran medida, de su capacidad actitudinal. No obstante, para facilitar la comprensión de lo expuesto hasta ahora, es preciso esclarecer que las actitudes están determinadas por dimensiones a las que le corresponden sus respectivas funciones.

### **1.2.1 Dimensiones y funciones de las actitudes. Relaciones con el profesional de la prensa.**

Según el modelo tridimensional (McGuire, 1968, 1985; Breckler, 1984; Judd y Johnson, 1984; Chaiken y Stangor, 1987) las actitudes están compuestas por tres dimensiones: la cognoscitiva, la afectiva y la conductual. A cada una de estas dimensiones le corresponden funciones actitudinales específicas, que tienen que ver con las necesidades sociales a las cuales se expone el sujeto.

Desde la década de los 70 del pasado siglo, las teorías de la consistencia han dominado el estudio de las actitudes, las cuales enfatizan la alta relación y concordancia existente entre estos componentes actitudinales (Festinger, 1957; Festinger y Carlsmith, 1959; Rosenberg, 1960; Zajonc, 1968). Un cambio en uno de ellos supondría cambios en los demás, siendo el grado de congruencia entre las propias creencias -o entre las creencias y la afectividad suscitada- hacia el objeto actitudinal un importante elemento motivacional para el sujeto. (Ubillós. S, Mayordomo. S, Páez. D, 2000: 7)





Modelo tridimensional de actitudes. Fuente: Elaboración propia

Este modelo se tomó en consonancia con los intereses de la investigación, pues la mayoría de los teóricos de las actitudes se adscriben a él, aunque existen diversos autores que exponen otros modelos sobre actitudes.<sup>1</sup>

### **Dimensión cognoscitiva**

Se comprende como el cúmulo informacional que el sujeto conoce sobre el objeto del cual toma su actitud. Un conocimiento suficientemente detallado favorece la asociación actitudinal hacia un objeto o idea. Por ende, para que exista una actitud es preciso que exista una representación cognoscitiva, ya que los objetos desconocidos no pueden generar actitudes, independientemente de su materialidad.

---

<sup>1</sup> La aproximación unidimensional enfatiza el carácter evaluativo de la actitud. En este sentido, la actitud será sinónimo de sentimientos de simpatía-antipatía, aproximación-rechazo hacia el objeto actitudinal. Para Petty y Cacioppo (1981; 1986a, b), la actitud se entiende como una evaluación general y perdurable de carácter positivo o negativo sobre algún objeto de actitud. Según Fishbein y Ajzen (1975; Ajzen y Fishbein, 1980), los tres componentes del modelo tridimensional son entidades separadas, que pueden estar relacionadas o no según el objeto en cuestión.



A esta dimensión pertenece la función cognoscitiva, que asume que las actitudes actúan como esquemas o filtros cognitivos, pues resulta una herramienta de representación simbólica de la realidad social.

La dimensión cognoscitiva posee una marcada congruencia con los conocimientos y técnicas propias del periodismo y con valores noticia, pues el periodista no puede generar una actitud hacia lo incognoscible, y basándose en los códigos deontológicos de su profesión, la veracidad debe primar en sus productos comunicativos. Aunque esto también puede expresarse en la dimensión conductual de los periodistas, es aquí donde tiene más importancia, pues sí los periodistas no conocieran las diversas técnicas y métodos para desarrollar su labor y desconocieran sus códigos ético, o la profesión careciera de estos, su rol social ya no sería el mismo.

Estos sistemas de códigos son otorgados por los procesos de formación profesional, donde se ven envuelto tanto las academias como las organizaciones periodísticas. En el respeto hacia ellos se evidencia el verdadero profesionalismo periodístico, pues el profesional de la prensa no abordará jamás un hecho que no conoce. Precisamente aquí se demuestra la función cognoscitiva de las actitudes como filtros y esquemas de la realidad social.

### **Dimensión afectiva**

Se refiere a las sensaciones y sentimientos que un objeto produce en el sujeto, es el sentimiento en favor o en contra. Este es el componente más característico de las actitudes, pues en este componente es donde se pueden medir las actitudes.

En el caso de los periodistas, los sentimientos y emociones del profesional de la prensa suelen ser reflejados de diversas maneras, sobre todo como opiniones, y están implícitos de manera ineludible en los trabajos periodísticos que realiza. Por ello, un prejuicio hacia cualquier orden, disposición o ente social, limita el conocimiento de determinados aspectos y suele expresar una creencia. Esto



conlleva a realizar juicios de valor erróneos que influyen en los criterios de noticiabilidad de los hechos.

A la dimensión afectiva pertenece la función adaptativa, pues las actitudes permiten la adaptación e integración de los sujetos a determinados grupos o situaciones sociales, ya que la adherencia a un colectivo depende de los intereses particulares compartidos, así como de los factores asociados al conocimiento, las creencias, las opiniones, los sentimientos, las emociones etc.

Por ende, los periodistas precisan de una capacidad adaptativa que les permita camuflarse con los diversos entornos sociales en los que actúa, así como una inteligencia emocional que lo convierta en un sujeto capaz de afrontar cualquier adversidad sentimental y emocional. Esto no significa que el profesional de la prensa deba aislarse de sus creencias, puesto que es imposible soslayar su implicación en el resultado final.

A propósito de ello, es consabido que en el periodismo televisivo es más complejo disimular las actitudes, pues además del lenguaje visual y el oral los realizadores deben tener en cuenta el lenguaje corporal y otros factores como la musicalización, la edición, los efectos visuales, etc. Por ende, lograr la coherencia entre todos los recursos expresivos del periodismo audiovisual es un reto que va de la mano de reconocer las actitudes de los periodistas.

La función expresiva también se enmarca dentro de la dimensión afectiva, pues esta denota que las actitudes son fundamentales en el proceso de formación de la identidad, ya que constituyen la base de la conformación de una conciencia individual que interactúa con los diversos sistemas de códigos sociales, de esta manera propicia recursos para formar tanto la identidad individual como la social.

La identidad de los periodistas se ve expresada como una actividad legitimada social, profesional y académicamente. Sin embargo, el grado de legitimación del



periodista estará en correspondencia con la representación que este tenga de sí mismo, de su medio de prensa y su sistema social.

Esto se verá reflejado en sus trabajos periodísticos y ello dependerá de las afinidades del periodista con su medio socializador, ya que este propicia que los profesionales de la prensa se integren y reconozcan o se independicen y se desconozcan. Aquí entran en juego todas las dinámicas de las organizaciones periodísticas, así como las cuestiones referentes a afiliaciones políticas, religiosas, sociales y culturales.

### **Dimensión conductual**

Se refiere a las intenciones, disposiciones o tendencias hacia un objeto, es cuando surge una verdadera asociación entre objeto y sujeto. La conducta es la tendencia a reaccionar hacia los objetos de una determinada manera. Es la dimensión activa de las actitudes.

Por ende, a esta dimensión le corresponde la función ego-defensiva ya que las actitudes se desarrollan como mecanismos de defensa, y ante objetos que se perciben como una amenaza surgen actitudes negativas como instinto de preservación de la integridad física y moral, ya sea del individuo o del colectivo. Por el contrario, cuando el objeto genera bienestar surgen actitudes positivas que permiten la adherencia a un estado de bienestar preconcebido. Sin embargo, una actitud que parezca positiva para un individuo puede afectar la colectividad o la sociedad en general y viceversa.

La dimensión conductual y su correspondiente función están presentes en los espacios de socialización de los periodistas constantemente, pues la regulación, la autorregulación, la censura y la autocensura, entre otros, son mecanismos de defensa para intentar preservar un status, tanto del individuo como del colectivo.



Incluso, estas expresiones conductuales pueden ser percibidas por la audiencia pues se manifiestan en el producto comunicativo y en la configuración de la realidad propuesta por el periodista. Por ende, a partir de sus saberes y experiencias la audiencia, como sujeto activo, reconfigura la realidad propuesta en el producto periodístico y determina hasta qué punto coincide o no con su mundo de referencia.

Por tanto, en la conducta se pone de manifiesto la interacción entre las tres dimensiones de las actitudes, pues de esta manera se puede determinar el modo de actuar de un periodista y ello influye determinadamente en la evaluación de este, así como en su legitimación.

Como se ha podido observar las actitudes y las profesiones están muy relacionadas, ya que de las actitudes del profesional de la prensa depende la calidad de su labor informativa y en esta se manifiestan los valores, creencia, motivaciones intereses e ideologías.

Se concluye entonces que tanto las dimensiones como las funciones de las actitudes, poseen una marcada congruencia con la formación de la identidad periodística y con el rol profesional del periodista como sujeto social inmerso en la construcción de la realidad social.

Sin embargo, en ocasiones hay discrepancias entre las dimensiones actitudinales, lo cual presupone una actitud ficticia hacia un objeto en particular. Esta situación está dada por la intervención de múltiples factores internos y externos al individuo y que tienen más coherencia con la socialización en los disímiles colectivos con los cuales interactúa.



### **1.3 Las actitudes profesionales y sus tipologías. Perspectiva teórico-metodológica para su comprensión.**

Desde la teoría no se abarca la multiplicidad de matices que lleva incluido el ejercicio de una profesión tan variada y cambiante como el periodismo. De ahí que los estudiosos de la materia hayan querido desarrollar análisis más pegados al terreno, guiándose no por lo que la ley o el sistema político dicen sobre la prensa, sino por lo que los periodistas entienden que es su papel en la sociedad. Es aquí precisamente donde se encuadra la noción de actitud profesional. (Canel y Sádaba, 1999:14)

Sin embargo, los términos rol profesional y valor profesional se emplean como sinónimo de actitudes profesionales, y aunque se reconoce las relaciones entre estos términos, el autor considera que es un craso error conceptual pues el rol es único para su contexto y los valores son los pilares en los cuales se apoya la actitud para ejercer su función.

Las tipologías de actitudes profesionales de los periodistas, han estado dirigidas a comprender la percepción que tienen los periodistas sobre su rol profesional y sus estudios tienen una sólida tradición, sobre todo en Estados Unidos y Europa. Las investigaciones en torno a este objeto acumulan más de medio siglo, y partieron del interés epistémico que generó en 1956 la propuesta de las Cuatro teorías de la Prensa (Siebert, Peterson y Schramm, 1956)

Aunque de ellas las que más influyeron en la conformación de las tipologías de actitudes profesionales fueron la Teoría Liberal y la Teoría de la Responsabilidad Social, como modelos de prensa antagónicos, no se debe soslayar el papel de los modelos autoritario y el comunista soviético.

El concepto autoritario percibe una prensa independiente, pero rigurosamente controlada. Este surgió luego de la aparición de la imprenta, y plantea que la



prensa debe estar al servicio de las políticas del Estado, concibiendo así que los gobiernos son completamente juiciosos y sensibles.

La Teoría Liberal considera que el Estado no debe intervenir en absoluto en el control de la prensa, con el fin de garantizar un “mercado libre de ideas”. Incluso, le atribuye a la prensa la función de “cuarto poder”, al encargarse de controlar y juzgar el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo y el Poder Judicial. Esta teoría le otorgó un rol social importante a la prensa, pues entendía que esta debía informar a las personas para que tomaran decisiones prudentes al ejercer su poder democrático. Por ende, una prensa con tales características debía actuar como una rama extraoficial del gobierno, e incluso debe ser más poderosa.

Por su parte, la teoría comunista soviética plantea que el gobierno debe ser dueño de la prensa y debe usarla como instrumento de propaganda para adoptar las políticas del Estado. Marcado por la influencia de la Guerra Fría y la concepción de que el Estado es dueño y maneja la prensa, este modelo es coherente con la premisa comunista de que el gobierno, es decir el pueblo, es dueño de todo y controla lo que produce bienes necesarios para el mantenimiento de la sociedad.

La Teoría de la Responsabilidad Social, es un ejemplo de la negación de la negación de la perspectiva liberal y de las arbitrariedades ocasionadas por la libertad de prensa. Aparece después de la segunda Guerra Mundial, con la creación en los Estados Unidos de la Comisión de la Libertad de prensa, denominada comisión Hutchins, que sugería una mayor intervención del Estado en el control de la información con el fin de que, junto a la libertad de prensa, se asegurase también la responsabilidad de la misma.

Las funciones que bajo esta concepción se le atribuyen a la prensa son la de servir al poder político (siendo foro de discusión y debate de los asuntos públicos), la de ilustrar al ciudadano para que sea capaz de autogobernarse, la de entretener y servir a la economía (siendo foro de encuentro entre ofertantes y demandantes).



Desde entonces la libertad de prensa en el contexto de la responsabilidad social ha sido objeto de estudio y revisión. Ya en 1962, la propia Comisión Hutchins elaboró un informe con el que trataba de adecuar las máximas de la teoría a la práctica periodística. La teoría de la responsabilidad social, con la reformulación de 1962 está plenamente vigente, no obstante también surgen voces críticas que piden una superación de la misma y un nuevo consenso moral de la profesión. (Canel y Sádaba, 1999)

Por ello, los estudios de las actitudes profesionales de los periodistas surgen a partir de plantearse si los periodistas son simples espejos de la realidad o agentes activos que intervienen en el cambio social. Johnstone (1976) dio respuesta a esta cuestión basado en una tipología simple ofrecida por Cohen (1963). Para este investigador el periodista podía ser **neutral o participativo**.

El primero de los casos define al periodista que se limita simplemente a informar la realidad, mientras que en el segundo se enmarca el profesional que incluye matices y características que no se limitan a la reproducción. Estas clasificaciones tienen que ver con el nivel de interacción social, así como con el grado de pertenencia de cada individuo con la sociedad.

El **periodista neutral** no interviene en el hecho noticioso, pues no toma una postura determinada, en cambio el **periodista participativo** no se conforma con los datos ofrecidos por instituciones oficiales y decide contrastar fuentes y analizar el tema en cuestión desde diversos puntos de vista. (Johnstone, 1976).

Esta tipología se encuadraba en la concepción liberal normativa de las funciones de la prensa y encerraba el principio de la objetividad tal y como este había sido entendido hasta los años setenta. (Canel y Sádaba, 1999)

Sin embargo, desde finales de los años 70, la investigación académica así como la práctica periodística han demostrado que el principio de la objetividad es un ideal.



La narración de un hecho es un proceso en el cual interviene una serie de factores subjetivos que determinan el resultado del producto comunicativo. En el fondo, por muy real que sea la noticia implica un juicio, una interpretación. El periodista no debe aspirar a ser meramente objetivo, ya que esto es imposible, pues lo único que se logra es un distanciamiento de la audiencia que convierte la información en un ente frío y estéril.

Por esta razón, las tipologías que ofreciera Johnstone (1976) sobre actitudes profesionales del periodista carecen de fiabilidad teórico-práctica. Amén de ello, otros investigadores han comprendido esta deficiencia y la han tratado de resolver realizando nuevas tipologías de actitudes profesionales.

Estas investigaciones han arrojado como resultado la teoría de que el periodista no es neutral o participativo, pues como afirman Weaver y Wilhoit (1986) informar sobre el gobierno, no es un indicador realista para calificar los periodistas acorde a sus actitudes profesionales.

Por tal razón, estos autores plantearon que era necesario comprobar si existe en los periodistas una actitud de “adversario”, es decir, de cuestionamiento a las informaciones oficialistas mediante la contrastación de fuentes y la búsqueda incesante de información triangulada. De esta forma concluyeron que añadir esta categoría a la tipología de Johnstone era necesario.

De esta manera Weaver y Wilhoit definen como **adversario** al periodista que se distancia de las fuentes oficiales, particularmente del gobierno y de los poderes económicos; como **intérprete**, catalogaron al que analiza e interpreta los problemas complejos y discute sobre política nacional; y como **difusor** aquel que concibe que su papel es distribuir información al mayor número posible de personas.



Contrario a la tipología neutral/participativo, la de Weaver y Wilhoit no contempla como fundamental el principio de objetividad, incluso éste ya no aparece implícito. Esta incluye factores que permiten reconocer de modo específico la actitud que los periodistas tienen ante las fuentes oficiales (Canel y Sádaba, 1999)

En 1999, Canel, Sánchez-Aranda y Rodríguez-Andrés trataron de completar esta tipología y sugirieron cuatro etiquetas para las actitudes profesionales. El **adversario** y el **difusor** permanecen en la tipología que estos autores plantean, sin embargo denominan al intérprete como **analista**, pues consideran que analizar es distinto de interpretar y añaden una etiqueta, la del **periodista abogado**. Con ello, pretenden designar al periodista que considera que en su quehacer informativo tiene importancia promover determinados valores e ideas.

Otra tipología es la que sugieren Donsbach y Patterson (1996) y que abarca dos dimensiones del periodista como actor político. La primera, está relacionada con la *autonomía* y entiende que el comunicador puede ser **pasivo** o **activo**. El pasivo, actúa como un espejo de la realidad, pues se limita a dar a conocer lo que ve, así mismo cuando trata la política confía en las fuentes oficiales haciendo de portavoz de los más poderosos. A diferencia de este, el activo tiene iniciativa, investiga, es adversario y vigila el poder constantemente.

Respecto a la segunda dimensión, referida a la *toma de postura del periodista*, se califica como **neutral** o **abogado**. El neutral se limita a dar los datos tal como los ve, sin embargo toma declaraciones desde todos los puntos de vista posibles. Este periodista no es crítico ni apoya al gobierno. El periodista abogado defiende una serie de ideas, ideologías, políticas o programas. Considera que es importante tomar una postura e influir en el público.

De la combinación de estas dos dimensiones surgen 4 tipologías:



- **Pasivo-neutral:** espejo de la realidad, difusor, observador imparcial, gatekeeper, mensajero.
- **Pasivo-abogado:** es el periodista que trabaja para un partido político, aboga por una causa sin una iniciativa propia, sino a instancias de los que el partido necesita y le pide.
- **Activo-neutral:** es crítico, adversario, vigilante, partidario de la concepción de la prensa como cuarto poder.
- **Activo-abogado:** es ideólogo e interpreta los datos con la intención de proyectar sobre ellos un punto de vista.

Por su parte, Blunmer y Gurevitch (1986) ofrecen una tipología referida a los *criterios de noticiabilidad de las informaciones gubernamentales*. Entienden que el periodista puede ser pragmático o servil.

El **periodista pragmático** considera que no toda información oficial es noticia, depende de si esta cumple con los criterios profesionales de noticiabilidad. En consecuencia, la información gubernamental ha de competir (y por tanto estar elaborada con las exigencias de espacio, estilo, imágenes, etc., propia de los medios) con el resto de las informaciones.

El enfoque pragmático implica una actitud analítica; se estudia la información oficial, los discursos, los proyectos de ley, los decretos, etc., con el fin de valorar su viabilidad.

Por su parte, el **periodista servil** es el que considera que los medios de comunicación han de ejercer el servicio público de dar a conocer lo que hace la autoridad política. Por tanto, toda información oficial es noticia aunque no interese al medio ni a la audiencia. Las informaciones gubernamentales son así sobrevaloradas en comparación con el resto de las informaciones; apenas se



analizan ni se conectan con informaciones obtenidas por expertos en la materia y mucho menos se incluye en ellos comentarios irónicos o de humor. El periodista servil entiende que debe servir al político transmitiendo el mensaje de éste de forma limpia y libre de interpretaciones.

El estudio más reciente al cual accedió el investigador fue realizado en 2015 por Martín Oller, Palmira Chavero, Julia Carrillo y Patricio Cevallos, quienes indagan sobre la autopercepción de los roles profesionales de los periodistas en Ecuador a partir del modelo de cultura periodística propuesta por Hanitzsch (2007)

La tipología de actitudes que propone estos autores están supeditadas a tres dimensiones básicas, apoyadas en el modelo de Hanitzsch sobre la percepción de los roles periodísticos. Del análisis de cada dimensión se plantean diferentes actitudes:

DIMENSION	ACTITUDES
<p><b>1. INTERVENCIONISMO:</b></p> <p>Describe hasta qué punto el periodista interviene de forma activa en la información que elabora a través de sus ideas y juicios de valor.</p>	<p>Difusor vs. Abogado</p>
<p><b>2. DISTANCIAMIENTO DEL PODER:</b></p> <p>Parte del concepto de plena lealtad de los periodistas a los centros de poder”</p>	<p>Adversario vs. Leal</p>
<p><b>3. ORIENTACIÓN AL MERCADO</b></p> <p>Se refiere al trabajo de los periodistas cuando estos subordinan sus metas profesionales a las lógicas del mercado frente a las del interés público.”</p>	<p>Ciudadanos vs. Consumidores.</p>



--	--

Tipologías de actitudes profesionales de Oller, Chavero, Carrillo y Cevallos, 2015.

Tras el análisis de las diversas tipologías de actitudes profesionales periodísticas, el investigador pudo percatarse de la inexistencia de una definición operacional de actitudes profesionales. Por ende, luego de sistematizar los referentes teórico-metodológicos referidos a las categorías actitudes y profesiones, se propone la siguiente definición operacional sobre actitudes profesionales periodísticas:

*Expresiones conductuales a partir de las valoraciones que, como actor social y político, realiza el periodista sobre su rol profesional.*

Ahora bien, teniendo en cuenta el campo de investigación en el cual se enmarca este estudio: “actitudes profesionales periodísticas”, el investigador considera pertinentes abordar epistemológicamente el concepto de cultura periodística debido a las relaciones que establece con las actitudes profesionales

Aunque son diversos los autores que desde múltiples enfoques han abordado el concepto de cultura periodística, es precisamente Hanitzsch (2007:273) quien logra una definición óptima al expresar que: “es la idea o cognición específica del periodista, sobre la que evalúa y ordena sus ideas culturales, a través de las cuales crea su propia realidad significativa que le permite formar su acción profesional dentro de los conocimientos colectivos.”

En tal sentido, este investigador propone analizar la cultura periodística a través de tres niveles:

- Cognitivo: se refiere la estructura fundamental de la percepción periodística de la realidad, donde por ejemplo se expresan los criterios de noticiabilidad



- Evaluativo: coincide con los estudios sobre actitudes, los valores y la auto comprensión de roles y funciones que rigen la actividad profesional de los periodistas.
- Performativo o de actuación: tiene una marcada congruencia con los estudios del Newsmaking y aborda el cómo los periodistas realizan su labor de manera efectiva.

El estudio del contenido sin estudiar conjuntamente a quienes lo generan, es un saber descontextualizado, pues ofrece respuestas sobre lo que dicen los medios, pero no sobre quienes construyen lo que estos dicen y el porqué de estas construcciones. Por esta razón revelar las prácticas, los valores, los roles, las actitudes y las ideologías profesionales de los periodistas es uno de los principales objetivos de los estudios sobre la cultura periodística. Esto permite conocer los factores que condicionan la lógica de las organizaciones periodísticas, así como explicar por qué los periodistas informan de esta u otra manera.

Por su parte, Oller y Meier (2012), entienden que la identidad y la personalidad del periodista actúan como centro de la investigación sobre la cultura periodística, a la cual analizan a través de tres dimensiones: sistema, institución y actor.

Por otra parte, para caracterizar las actitudes profesionales de los periodistas del canal provincial Telecristal, el investigador tendrá que acudir a la Comunicación, y específicamente a la teoría del Newsmaking, propuesta por Gaye Tuchman (1983), quien analiza el procedimiento para la construcción de la noticia, entendida esta última como el relato que elabora el periodista. Esta teoría expone además, cuáles son los factores que influyen en esta práctica profesional.

El newsmaking se ocupa de la observación de los procesos rutinarios de producción de la noticia, por tanto se configura como una herramienta para analizar el papel de los emisores y de las fuentes de información durante la



construcción de sentidos en el texto periodístico. Además, se convierte en un instrumento importante para entender el manejo de la información y el establecimiento de la uniformidad de las agendas. Este análisis lo realiza a través de los siguientes factores:

Factores estructurales organizativos: Aparato organizativo, administrativo y burocrático que permite llevar a cabo de forma estable el acopio y procesamiento de los sucesos noticiables. Formas, procedimientos, costumbres de la organización de la producción informativa.

Factores profesionales: Competencia e ideologías, cultura profesional, oficio del periodista, valores que poseen o comparten sobre las funciones de los medios y los periodistas en la sociedad, así como de los productos noticias. Normas y reglas -no siempre expresas- que pueden determinar en la competencia profesional: aptitud, rigor técnico, creatividad, paradigmas y prácticas profesionales.

Factores externos: Entidades, instancias, organismos o personas pertenecientes a diversas esferas de la vida social, que pueden llegar a tener una incidencia notable en el proceso productivo.

En este proceso, los periodistas muestran sus actitudes, a partir de la influencia que ejercen estos factores en la percepción de su rol profesional, en concordancia con las funciones de la prensa que estén vigentes en su contexto cultural. Por lo tanto, para identificar las actitudes profesionales debe tener en cuenta este presupuesto teórico de la Teoría del Newsmaking.

Todos los referentes teóricos hasta aquí abordados, y en especial, las tipologías de actitudes profesionales periodísticas sistematizadas, contribuyen al objetivo de esta investigación, pero sin ignorar que son propuestas desde modelos de prensa que difieren del nuestro. En Cuba, el entorno infocomunicativo posee sus



peculiaridades, si se tiene en cuenta que todos los medios de comunicación masiva tradicionales y sus extensiones digitales “son de propiedad estatal o social y no pueden ser objeto, en ningún caso, de propiedad privada”. (Constitución de la República de Cuba, artículo 53)

De modo que es necesario saber cuáles son las actitudes profesionales del periodista cubano, teniendo presente el contexto mediático en el cual realiza su labor informativa.



## **CAPÍTULO II**

### **Las actitudes profesionales de los periodistas de Telecristal. Autorretrato de una práctica.**

Este capítulo ofrece un análisis de la relación entre el sistema de prensa cubano y las actitudes profesionales; además, analiza los resultados de los diversos métodos empleados en la investigación, haciendo énfasis en los empíricos. Por último, se caracteriza las actitudes profesionales de los periodistas de Telecristal.

Con el objetivo de triangular la información obtenida se aplicaron encuestas, entrevistas en profundidad, entrevistas a informantes claves y la observación participante, como métodos empíricos; esto, sumado al empleo de los métodos teóricos, propició las herramientas para lograr una armazón metodológica propicia que revelaran las actitudes profesionales periodísticas en Telecristal.

#### **2.1 Relación entre el sistema de prensa cubano y las actitudes profesionales de los periodistas**

Los seres sociales están altamente influidos por el poder de los medios, pues en la actualidad no se concibe un contexto social, donde no intervengan los mass media como generadores de contenidos. Estos, a su vez, se han convertido en sitios de debate debido a las nuevas tecnologías, que propician niveles tan altos de interactividad que hoy se puede hablar de un ser humano mediatizado. En tal sentido es vital comprender las funciones del periodismo, ya que la prensa tiene un poder de legitimación de la información adquirido a través de diversos procesos socio-históricos.

La sociedad reconoce en la prensa aquellas funciones que esta ha llegado a demostrar a lo largo de la experiencia. Ellas pueden variar, claro está, de un país a otro, de un contexto a otro, pues se trata de un fenómeno cultural, acumulativo,



que se sedimenta como resultado de la práctica continuada. Esa práctica transcurre como consecuencia de un determinado sistema social y más directamente de un sistema político que le imprime sus características. (García Luis, 2013: 26)

En Cuba, estas funciones están reconocidas desde que en 1963 se creara la Unión de Periodistas de Cuba, (UPEC) y se aprobara en su primer congreso “ una Declaración de Principios que enfatizó en responsabilidades éticas del periodismo y el periodista; condenó las formas mercantilistas y sensacionalista de hacer periodismo; llamó a los periodistas a luchar por la construcción y educación socialista; propugnó el derecho de las masas a una información veraz y convocó a hacer una prensa útil, seria, reflexiva y creadora, un verdadero instrumento de unificación, orientación, educación y organización. (Marrero, J. 2003).

Desde entonces han sido muchos los esfuerzos encaminados a crear un sistema de prensa donde los periodistas tengan el protagonismo social que su profesión demanda. Sin embargo, por factores históricos coyunturales y una apreciación unidireccional e instrumentalistas de la prensa, esta no ha podido lograr la anhelada y necesaria eficacia comunicativa.

Lo anterior se evidencia en que no siempre los criterios de noticiabilidad son los estándares por los cuales los periodistas configuran la realidad. Por otra parte, la predisposición a permanecer “neutral, y lo más objetivo posible”, ha incidido en que la prensa cubana, salvo algunos casos carezca de una voluntad estilística que proponga novedad y creatividad

En el IV Congreso de la UPEC (1980), se analizaba lo anteriormente expuesto, bajo el lema “Por un periodismo analítico, militante y creador”. En esta ocasión se generó un amplio debate acerca del ejercicio de la crítica y la necesidad de desterrar el lenguaje apologético que calaba a la prensa de esos años, señalamientos que no solo surgían en el exterior, sino desde las propias filas del sector. (Velázquez, E. 2013)



La perspectiva de los líderes políticos del país no se hizo esperar. Por esta razón Raúl Castro en el discurso de clausura expresó:

Todavía no hacemos, de conjunto, el periodismo que dé respuesta plena a los problemas del desarrollo del país...Necesitamos un periodismo que sea más profundo en todas sus apreciaciones... que no solo refleje pasivamente las realidades de nuestra sociedad, sino que sea un reflejo activo, que procure y aporte soluciones...No se trata de atiborrar nuestra prensa con datos y cifra sino de colaborar para contribuir a la eficiencia de la producción social...

Así se comprendía una realidad, que aún hoy no se encuentra desdibujada pues “continúa aun siendo insuficiente el nivel de comprensión alcanzado por muchos de nuestros cuadros partidistas y estatales sobre la vinculación orgánica que debe existir entre el fomento y desarrollo de la economía nacional y la gestión periodística, la medida en que para esta resulta imprescindible el apoyo de los dirigentes a todos los niveles, para enriquecer el flujo temático a desarrollar, acceder a las fuentes de información, formular atinadamente las prioridades, penetrar en la esencia de los problemas, y promover la comprensión y la conducta que exijan las circunstancias” (Discurso de Raúl Castro en la clausura del IV congreso de la Upec, citado en Marrero, J. 2003)

Los partidarios del “secretismo” han tratado de hacer creer que a una revolución, que afecta los intereses de los poderosos y por ello siempre tiene enemigos de cuidado, no le hace bien airear las imágenes de lo negativo que pueda existir en el ámbito donde gobierna, pero esto jamás podrá esgrimirse como un principio legítimo. Los males deben conocerse para poder combatirlos y eliminarlos. (Rodríguez, G. 2011)



Sobre la importancia de la crítica en la prensa socialista, Raúl Castro Ruz ha planteado que:

La crítica tiene que ser el estilo de la prensa, o mejor aún, su modo de ser. La prensa socialista debe ser crítica por esencia. El periodista debe asumir esa posición en todos los momentos de su actividad profesional... la crítica entre nosotros constituye un deber político y una responsabilidad social. Es legítima y fecunda cuando se ejerce de modo riguroso y comprometido, es decir: justo y equilibrado, oportuno, optimista y, sobre todo, fraternal; tiene además que ser profunda y por todo ello responde, en cada caso, tanto el periodista como el director que, en última instancia, la aprueba... “Periodistas escriban críticas, el Partido los apoyará”. (Discurso clausura del IV Congreso de la Upec)

Estas palabras evidencian la preocupación de una sociedad expresada en la voz de su dirigente, que desde una visión pragmática y dialéctica ha comprendido cuales son las funciones de la prensa en Cuba, que sistematiza Julio García Luis (2013) en su tesis doctoral, al exponer las funciones que a su consideración debía cumplir la prensa en Cuba:

- Brindar información relevante, útil, oportuna, con el máximo de objetividad.
- Contribuir a la interpretación de los principales acontecimientos de Cuba y el mundo.
- Opinar sobre asuntos que requieran orientaciones y esclarecimiento.
- Aportar al objetivo de mantener vivas las tradiciones históricas de nuestro pueblo y vincularlas al presente.
- Sostener la continuidad y desarrollo de nuestra cultura, educación ideología y valores e todos los campos.



- Participar en el establecimiento y conducción de la agenda pública de nuestra sociedad.

- Ayudar a la movilización social orientada hacia los principales objetivos económicos políticos y sociales del país.

- Investigar la realidad y contribuir con los resultados a la vitalidad del sistema político, a la producción y reproducción de este. (García Luis, 2013: 31)

El proyecto de documento base de la primera conferencia nacional del PCC dedica los párrafos 65, 66 y 67 a exponer los propósitos principales en este orden, que se resumen en reflejar la realidad cubana en toda su diversidad, comunicar los asuntos de manera oportuna, objetiva, sistemática y transparente y estimular el análisis y ejercicio permanente de la opinión, desterrando la autocensura, la mediocridad, el lenguaje burocrático y edulcorado, el facilismo, la retórica, el triunfalismo y la banalidad. (Rodríguez, R. 2011)

Aunque García Luís (2004) reconoce que la organización del proceso de producción de la noticia no es tan sencilla, y hacia el interior de las redacciones funcionan mecanismos de regulación como la cultura organizacional, ideologías profesionales, rutinas, tradiciones, mitos, rituales y otras formas de subjetividad influyentes en los medios, la conciencia moral, los valores y las normas deontológicas, aceptadas conscientemente o impuestas formalmente en los medios; no es menos cierto que, en el contexto cubano, ha hecho sus estragos el síndrome de “plaza sitiada”, adquiriendo preponderancia las orientaciones políticas, tácticamente necesarias en ciertos momentos, pero estratégicamente aportadoras de determinados pactos establecidos como patrones en las ideologías profesionales de los periodistas.



En consonancia con lo anterior, Miguel Díaz-Canel Bermúdez, el Primer Vicepresidente de los Consejos de Estados y de Ministros, en el discurso del clausura del IX Congreso de la Upec, señalaba:

“hemos entrado en un círculo vicioso: el Partido espera determinadas realizaciones de la prensa y cuando hay algún incidente o algún hecho que altera eso, el Partido se mete más gerenciando que orientando, empieza a suplir el papel de la dirección de los medios, las direcciones de los medios se sienten atadas, algunos se pueden hasta acomodar y ahí se empieza a romper la sinergia, ahí se empieza a romper la retroalimentación, ahí se empieza a romper el papel que tiene que desempeñar, y eso se refleja entonces en los periodistas que viven en cada medio, que trabajan en cada medio” (Díaz-Canel, M. 2013)

Teniendo en cuenta lo anterior, y sumando las críticas que ha recibido la prensa, desde la autorreflexión del propio gremio, los debates realizados a nivel de sociedad, las investigaciones científicas en torno al sistema de prensa cubano y el marco teórico de esta investigación puede plantearse que por cuestiones coyunturales, luego de 1959 en muchas etapas de la prensa cubana han predominado las tipologías de actitudes profesionales que preponderan posiciones difusionistas, neutrales y pasivas en detrimento de las actitudes interpretativas, analíticas y activas, aunque el investigador recalca que siempre han existido dignos ejemplos de periodistas con una práctica revolucionario, valiente y responsable.

En este complejo escenario comunicativo, es necesario entonces conocer la relación que existe entre el sistema de prensa cubano y las actitudes de los profesionales, vínculo que como se ha analizado hasta ahora, no es propio de un contexto social específico, sino que está presente en todos los sistemas y que, a modo de diagnóstico, puede sentar las bases para favorecer la construcción



posterior de un modelo de prensa más atemperado a las circunstancias actuales y que se legitime en su producción profesional.

El principal potencial para el mejoramiento de la prensa cubana y la solución de sus problemas está en lograr una adecuada correlación entre la regulación externa, que debiera ser mínima y razonada, según algunos criterios, y que determinan su autoridad y su capacidad de acción, según otros, y la autorregulación interna a la cual se le atribuyen las mayores posibilidades para lograr calidad y eficacia en los mensajes, sobre todo si está caracterizada por la participación conjunta de directivos y periodistas en la ejecución responsable del perfil informativo de cada medio. (García Luis, 2013:144)

De este modo, las actitudes profesionales encaminadas al reconocimiento que tiene el periodista sobre la eficacia de sus mensajes en la construcción de una realidad social, que represente y defienda al hombre común se hacen vigentes, sin olvidar que las actitudes encaminadas a cuestionar responsablemente al poder deben estar presentes en todo momento.

Llegado este momento, se reconoce que algunas de las tipologías identificadas por estudiosos insertados en otros modelos de prensa, pudieran asumirse y contextualizarse al caso cubano, con las lógicas diferencias de un sistema social y otro y, con la consiguientes acciones mediadoras de la regulación externa e interna de la prensa.

El autor concuerda con García Luis en la premisa de que para lograr esto “El partido necesita fortalecer la autoridad de la prensa, que es su propia autoridad”. (2013:121) De esta manera, quizá todos los periodistas logren ser analistas, o activos-abogados, dejando a un lado la actitud de simple difusor.



## 2.2 Identificación de las actitudes profesionales predominantes en los periodistas de Telecristal. Una metodología propia

¿Qué factores influyen en que un periodista reaccione ante la realidad de una manera u otra? ¿Qué variables median sobre las actitudes profesionales periodísticas? Las disquisiciones que estas interrogantes han generado en el ámbito académico y en la práctica es extenso, pues se debate qué pesa más en estos condicionamientos: si las características personales, la formación o la socialización en la redacción.

En este sentido, Windahl y Rosengren (1978) proponen dos niveles para identificar las influencias en las actitudes de los periodistas. Por una parte, aparecen las variables de *actitudes individuales*, que engloban las características personales de los periodistas; y por otra parte, las *variables estructurales* que se relacionan con el proceso colectivo de socialización en la redacción donde se trabaja (Canel, M y Sábada T. 2009)

No obstante, el autor reconoce que el escenario infocomunicativo cubano tiene sus peculiaridades expuestas en el epígrafe anterior; por eso, para identificar las actitudes de los periodistas de Telecristal deben establecerse variables contextualizadas, que permitan examinar a estos profesionales y a su labor informativa.

Para ello, el investigador acude a la definición de **autorregulación** propuesta por Julio García Luis (2004), quien plantea que es “el ajuste producido en un sistema, en virtud de la interacción de sus componentes internos. En tal sentido, los componentes que según este investigador convergen en la autorregulación periodística se tomarán como variables para identificar las actitudes profesionales de los periodistas de Telecristal:



- **Estructuras de funcionamiento del medio:** Se refiere a todos los recursos humanos y logísticos con los cuales cuenta el medio, así como la manera de emplearlos por parte de los periodistas. Además tiene en cuenta la manera en que se organiza el proceso de producción de la noticia
- **Distribución y ejercicio de atribuciones:** Se refiere a los cargos que poseen los periodistas dentro de las estructuras, así como a la asignación en cuanto a temáticas y coberturas de los diferentes renglones informativos.
- **Métodos de dirección, organización y control:** Se refiere a cómo creen los periodistas que encajan en las disposiciones de dirección, organización y control. Además, abordará la evaluación que realizan los profesionales de los métodos de dirección de los medios de prensa.
- **Cultura organizacional y sus instrumentos:** en este componente se refleja todo lo referido a la cultura organizacional, desde las formas de comunicación interna hasta la identificación de los periodistas con la imagen corporativa del medio, sin soslayar las relaciones interpersonales, las dinámicas del medio etc.
- **Conocimientos y técnicas específicos de la profesión:** en este apartado entra todo lo que tiene que ver con formación pre-profesional, profesional y superación. Se centrará en los conocimientos que tengan los periodistas sobre su función social, los valores noticia, las rutinas productivas, el trabajo con la fuente.

Para los intereses de esta investigación se acude a los factores profesionales y externos expuestos la Teoría del Newsmaking (1983), los cuales se asumirán también como variables, ellas son:



- **Funciones sociales de la prensa:** este aspecto se refiere al papel que juega la prensa en la sociedad cubana actual y qué valoración realizan los periodistas de la misma.
- **Códigos éticos y deontológicos:** aquí se abordará la evaluación que realizan los profesionales de la prensa sobre sus códigos deontológicos y su papel en la sociedad.
- **Regulación externa:** se refiere a las instancias políticas, gubernamentales, sociales, fuentes de información que pueden incidir en el proceso de producción del periodismo audiovisual.

Estas variables serán medidas cualitativamente de acuerdo a su correspondencia con la imbricación de los modelos de cultura profesional propuestos por Hanitzsch (2007) y Oller y Meier (2015).

### 2.2.1 Actitudes profesionales presentes en los periodistas de Telecristal

Según las investigaciones históricas realizadas sobre Telecristal y sus antecedentes históricos, el 5 de diciembre de 1976 fueron emitidas las primeras señales de televisión desde un estudio holguinero. Muchos consideran este instante, como el momento inaugural de la televisión en la actual provincia de Holguín, surgida de la división político-administrativa del mismo año.

Casi diez años más tarde, el 16 de abril de 1986, los estudios holguineros de televisión fueron bautizados con el nombre de Tele Cristal. Pero más allá de una simple identidad se proclamaba también un nuevo estilo, nuevos contenidos y nuevos enfoques en la proyección del telecentro, cuya programación, considerablemente ampliada y enriquecida, asumía una dimensión territorial y reafirmaba sus valores universales. De esta manera nació la cultura periodística



de Telecristal, que ha trascendido hasta la actualidad de la mano de profesionales muy capaces, que han dejado a las nuevas generaciones el reto de igualarlos y por qué no, superarlos.

En la actualidad, el director de este medio es Pastor Arcel Rodríguez Rodríguez, quien se desempeña a su vez como director del Sistema de la Televisión en Holguín, integrado por los telecentros de Gibaravisión y Moa TV. Dentro de la estructura de este medio televisivo existe un Departamento de Programación Informativa y Variada, que tiene como coordinador y Jefe de grupo de los periodistas a Aliuvan Moreira.

El Consejo de dirección de este medio se reúne ordinariamente una vez al mes y este es el espacio donde confluyen criterios acerca de la eficacia informativa, la evaluación de los periodistas, el presupuesto del telecentro y otros temas. El Consejo editorial se realiza de igual forma una vez al mes. Este es precisamente el momento donde sesiona un colectivo de periodistas con el objetivo de conformar la agenda de trabajo del departamento informativo. Allí se decide parte de los que se va a publicar, independientemente de las orientaciones del partido, las cuales se incluyen en este plan.

De igual forma, se evalúan minuciosamente los trabajos periodísticos publicados en este período y se plantean las deficiencias y logros que tuvieron los profesionales en su labor informativa. Por otra parte, se trazan las líneas editoriales del mes siguiente y se trata de aprovechar este espacio para que los periodistas expresen sus inquietudes o hagan sugerencias a los directivos del medio en aras de perfeccionar el trabajo.

Aliuvan Moreira, como el jefe del grupo periodístico se encarga de organizar el plan de trabajo semanal y reconoce que imprescindible tener en cuenta muchos factores como el transporte, los turnos de edición y la visualización de los materiales antes de salir al aire. Por otra, parte hay que priorizar los pedidos de



corresponsalía nacional para diferentes espacios, por lo cual hay que tener una visión muy clara de cómo encauzar el plan de trabajo semanal. (Aliuvan Moreira, entrevista personal)

Es interés del investigador contabilizar solamente a los que realizan el periodismo audiovisual como redactores-reporteros, nominación con la cual reconoce la oficina de recursos humanos a los que ejercen el periodismo en este telecentro.

Por tanto, el análisis considerará solamente a los 22 periodistas que actualmente pertenecen al medio. De estos se excluirán 2 periodistas que operan en el webmáster y una profesional licenciada por maternidad. Es válido aclarar que aunque 6 de estos profesionales estén en fase de adiestramiento serán tenidos en cuenta adentro de la muestra por ser parte indispensable de la cultura profesional de este medio.

En la construcción de la agenda mediática del telecentro enclavado en la Ciudad de los Parques influyen diversos procesos y actores socio-políticos, ya que esta es conformada de conjunto por el representante del Departamento Ideológico del Partido, otros dirigentes, los directivos del medio y los periodistas.

Lo anterior se comprende por el hecho de que “los medios cubanos forman parte del sistema político, con el cual sostienen una relación de dependencia, y se subordinan estructuralmente al Departamento Ideológico del Comité Central del PCC (García, 2012: 24). Por ende, este constituye el pilar fundamental del marco regulatorio del sistema de medios en Cuba.

En consonancia con ello, la Política de Programación de la Radio y la Televisión cubanas señala que la agenda mediática debe estar dirigida a lograr los objetivos que determinan su función ideológica y educativo-cultural, porque los medios influyen en la formación y orientación de la población, a la vez que participan en el proceso de superación educacional, histórica, científico-técnica y cultural,



intervienen en la formación de hábitos y gustos de elevado rigor estético, promueven el arte, la literatura y la cultura universal y contribuyen a la generalización de los elementos de la educación formal, la práctica y promoción del deporte, la recreación sana y el esparcimiento (ICRT, 1998).

Tras haber conceptualizado las actitudes profesionales, su relación con el sistema cubano de prensa y haber realizado una breve descripción de Telecristal, es preciso caracterizar las actitudes profesionales que predominan en el ejercicio del periodismo audiovisual que realizan los profesionales de la prensa en la televisión holguinera.

Por otra parte, es interés del investigador analizar aquellos periodistas que comparten un entorno profesional adecuado a su cultura organizacional y a sus rutinas productivas; por tal razón, se seleccionó una muestra de los 15 periodistas que más permanecen en la redacción informativa. La constatación de este dato fue determinada por la observación participante y los resultados de las entrevistas en profundidad.

La investigación de los referentes teórico-metodológicos comprobó que la edad y el tiempo de permanencia en el medio son factores determinantes en las actitudes profesionales, por lo cual se realizó una estratificación por grupos de edades de acuerdo con tres momentos determinantes en la historia de Telecristal y de la formación académica de sus profesionales.

El primer grupo etario (54-68) de 1986-1996 reconoce a los fundadores del canal. El segundo grupo etario (39-53) de 1997-2006 corresponde a la etapa intermedia. El último grupo (24 a 38) 2007-2016 pertenece al momento posterior a la apertura de la Carrera de Periodismo en la Universidad de Holguín, que ocurrió en el año 2006.



En las actitudes profesionales pueden influir factores internos y externos al individuo, pero la formación juega un papel determinante, por esta razón es importante reconocer que de la muestra escogida de 15 periodistas, 12 son graduados de esta especialidad, lo cual representa un 85,71 %.

El año de graduación es determinante para comprender los antecedentes culturales pre-profesionalizadores, pues de esta manera se advierte cómo ha influido este contexto en la generación de actitudes.

A tenor con lo antes propuesto, es preciso aclarar que la determinación de los rasgos característicos de las actitudes profesionales de Telecristal no se puede realizar de manera individual por razones éticas y, además teórico-metodológicas, pues es imposible sacar a cualquier individuo de su contexto social. Por ende, estos rasgos característicos no serán circunscritos a ningún periodista en particular, sino a la realización del periodismo audiovisual de Telecristal

### **2.2.2 Observación del comportamiento de las variables a través del análisis de los resultados de los métodos empíricos**

Las encuestas, entrevistas en profundidad y la observación participante fueron métodos empíricos aplicados con el objetivo de medir las variables propuestas por el investigador para caracterizar las actitudes profesionales, y que están basados en el análisis de la obra de García Luis (2013), así como en el modelo tridimensional de las dimensiones de las actitudes y en el modelo de cultura profesional periodística de Oller y Meier (2015), basado en Hanitzsch (2007). Por tanto, cada resultado estará representado en una triangulación de estos modelos.

#### **Estructuras de funcionamiento del medio**

Esta variable se enmarca dentro del componente cognoscitivo de las actitudes, y se encuentra en la dimensión de institución del modelo de cultura periodística propuesto por Oller y Meier (2015)



Las lógicas de producción del periodismo audiovisual poseen especificidades complejas para el profesional de la prensa, ya que este depende tanto de sus competencias como de las del resto de su equipo. En Telecristal los equipos de prensa están conformados por un periodista, como jefe de equipo, un camarógrafo y un chofer. Este último está habilitado como luminotécnico y/o auxiliar de sonido, en caso de que se necesite.

El hecho de que la producción del periodismo audiovisual no sea individual, ocasiona que el proceso creativo pase por la percepción de varios sujetos. Cuando estos sujetos no poseen un ambiente de empatía el producto comunicativo puede padecer de estándares bajos de calidad.

En tal sentido, las encuestas aplicadas arrojaron que el 71,3 % de los periodistas creen que el trabajo en equipo es uno de los principales problemas existentes en su ambiente laboral, y argumentan que no existe un completo respeto profesional, pues en ocasiones los periodistas deben conciliar demasiado con su equipo, sobre todo aquellos profesionales de la prensa que tienen menos experiencia. Sin embargo, ningún periodista aseveró que este debe ser el primer problema a resolver.

Por otra parte, los recursos logísticos del telecentro holguinero son muy limitados y determinan la labor informativa de los periodistas que por lo general deben subordinar sus intereses a la disponibilidad técnica, por lo cual no siempre existe la posibilidad de autogestionar el contenido. Los 20 periodistas del informativo de Telecristal deben realizar su trabajo con 2 cámaras digitales y tres cubículos de edición en la mañana y uno por la tarde, destinado a la edición de productos para espacios informativos.

En la redacción no existen áreas específicas de trabajo, pues solo cuentan con una redacción independiente los periodistas que se dedican al sector deportivo. En este ambiente laboral solamente existen cuatro computadoras, que a veces son



compartidas con profesionales de otros departamentos como el de realización y que no cuentan con recursos tecnológicos actualizados. Por tanto, no pueden ser empleadas en la edición y post producción de los productos comunicativos del telecentro.

Para la impresión de guiones y materiales de apoyo solo existe una impresora, cuya obsolescencia trae consigo que en ocasiones las guías de ayuda para la lectura no posean una adecuada legibilidad. La conexión a Internet es de pésima factura y existen aún persisten limitaciones en este sentido.

Las carencias son diversas en cuanto a equipos de sonido y de luces, así como a las cuestiones referidas al vestuario de los periodistas, que además se desempeñan como conductores y presentadores de diversos programas. Estas son las razones por las que el 78,7% de los periodistas de Telecristal considera que este es un factor desfavorable en su entorno laboral. Además el 14, 2% expresó que los medios logísticos son pésimos para su labor.

### **Métodos de dirección, organización y control**

Esta variable pertenece al componente afectivo de las actitudes y se enmarca dentro de la dimensión de institución de Oller y Meier (2015). Aquí se abordan las cuestiones referidas a cómo evalúan los periodistas los métodos con los que son dirigidos, organizados y controlados.

Los métodos de dirección, organización y control están encaminados más hacia la auditoría de los contenidos que a las necesidades de los periodistas. Orestes Rodríguez, periodista en el medio hace 3 años, plantea que “El periodismo tiene que parecerse a lo que piensa su público, jamás debe darle la espalda a su teleaudiencia en el caso del periodismo de televisión, y debería ser juzgado y controlado precisamente por la sociedad” (Entrevista personal).



Sin embargo, casi siempre la regulación externa supera a la autorregulación. Esto propicia que los periodistas en Telecristal consideren que su intervención en la confección de la disposición informativa no sea la más adecuada, ya que sus intereses no están considerados como la prioridad. Sin embargo consideran que la autogestión reporteril es una variable favorable en un 71,3 %

Por supuesto, esto genera que los profesionales de la prensa audiovisual holguinera sean menos periodistas de calle y más de redacción, de teléfono, pues las mismas dinámicas del medio los han acostumbrado a ello. Sin embargo, existe una inconformidad con esto ya que el fervor periodístico corre por las venas de casi todos los periodistas de Telecristal. Por eso, la mayoría de estos emplean sus propios recursos en pro de lograr una mayor eficiencia informativa y ser mejor profesionales.

Por otra parte, el 6 de los 7 de los entrevistados concuerda en que los métodos de dirección y control están demasiado determinados por la regulación externa.

### **La distribución y el ejercicio de atribuciones**

Esta variable pertenece al componente cognoscitivo de las actitudes y se enmarca dentro de la dimensión de institución de Oller y Meier (2015)

En el departamento informativo del telecentro holguinero existen todas las estructuras creadas para la distribución y el ejercicio de atribuciones, pues como en otros centros laborales existe núcleo del Partido, cuyo secretario es Yordanis Rodríguez Laurencio y además un sindicato de la Central de Trabajadores de Cuba, cuyo secretario es Abdiel Bermúdez Bermúdez.

Por otra parte, la distribución por sectores está considerada como parte del trabajo con la fuente, pues cada periodista tiene sus fuentes específicas en determinado sector. Si bien es cierto que la inclinación de un periodista por un sector influye en



la disposición informativa, es necesario que los periodistas aborden todos los temas posibles. De esta manera se logra que la sectorialización no intervenga como un factor para el acomodamiento, que va en detrimento del periodismo profesional y que trae consigo el hecho de que hoy emerjan otras formas de hacer periodismo como el ciudadano.

En una entrevista personal Aliuvan Moreira expone “estamos abogando, porque no haya una sectorización, pero sí una identificación de fuentes por sector. Sin embargo, defendemos la premisa de que la noticia es de quien la encuentre, siempre atendiendo al respeto profesional entre colegas.

### **Funciones de la prensa**

Esta variable está reconocida en el componente cognoscitivo de las actitudes y en la dimensión de sistema de Oller y Meier.

Con respecto a las funciones que realiza el periodismo audiovisual holguinero en el actual contexto cubano (Ver Anexo 6), existe un consenso sobre la función informativa como principal objeto de la prensa, pues el 57,14 % de los encuestados colocó esta función en primer lugar mientras.

La segunda función que más predomina es la de divulgación política con un representación del 35,71 % en el primer lugar. Al respecto, Juan Gabriel Gordín expresó “La primera función del periodismo es mantener informada a la sociedad, teniendo en cuenta que a través de nuestra labor se brindan las herramientas necesarias para generar espacios de debate y se le otorga a los ciudadanos poder de discernimiento. (Entrevista personal)

En correspondencia con lo antes expuesto Aliuvan Moreira aseveró que “la prensa es la mediadora entre la sociedad y los círculos de poder político y tiene la misión de reflejar a los ciudadanos, para que se identifiquen con su realidad social. Esto



ocasionará que los que gobiernan observen las necesidades de su pueblo y por ende traten de resolver sus problemas.”(Entrevista personal)

Es evidente que los propios profesionales de la prensa conocen cuál es su rol profesional, sin embargo no creen que se exprese en el actual modelo cubano de prensa, donde la reproducción fáctica de datos tiene una gran preponderancia. Inclusive en la televisión, pese a que este medio por las características de sus lenguajes no permite el abuso del empleo de números y datos complejos.

Las respuestas ofrecidas sobre la función de la prensa que más ha sufrido tiene mucho que ver con lo antes expuesto, ya que el 71,42 % de los encuestados aseveró que la función de la crítica es la más dañada en el actual sistema de prensa cubano.

A juicios de Ricardo Gual la función crítica de valorar la sociedad está resentida por la mediación externa que constriñe la política editorial de Telecristal (Entrevista personal). Al respecto se manifestaron las siguientes tendencias entre los entrevistados:

- La incidencia de las disposiciones informativas de algunos funcionarios del partido atenta contra la cultura profesional de los medios de esta ciudad, específicamente de la televisión.
- Holguín es uno de los territorios donde las afectaciones del partido está atentando contra la calidad de los productos comunicativos.

Con respecto a la relación entre valores noticia y las funciones de la prensa, los encuestados y entrevistados coincidieron en que en la actualidad no existe una correspondencia que permita desarrollar esta imbricación, pues los valores noticias, que deberían primar en la selección del hecho noticioso, están siendo relegados a segundos planos por los intereses de los dirigentes provinciales del Partido Comunista de Cuba. Así lo exponen el 71,42 % de los periodistas



entrevistado al expresar que no existe ninguna correspondencia entre estos aspectos. En las entrevistas en profundidad se ahondó en los factores que influyen en esta incongruencia y 4 de los 6 periodistas entrevistados respondieron que las funciones actuales de la prensa en Cuba no son las que deberían primar.

En la actualidad la imposición informativa de los dirigentes del Partido Comunista de Cuba ocupa de manera preponderante las dinámicas del medio, ya que sus mecanismos de control están incidiendo demasiado en los criterios de noticiabilidad, tanto es así que los intereses de los periodistas por realizar críticas sobre problemas sociales están siendo controlados férreamente, sin analizar los resultados que esto genera en las audiencias.

Al respecto Juan Gabriel Gordín expuso que “la Televisión holguinera, y la prensa en general se prioriza la agenda política en lugar de la agenda pública y mediática. Esto atenta contra la credibilidad periodística, el valor humano, la prominencia, la actualidad, la inmediatez y la veracidad como valores noticia, pues a veces se dejan de realizar trabajos de importancia social para cubrir afectaciones del partido, lo cual influye en que los trabajos salgan desactualizados o simplemente no salgan.”

### **Los códigos deontológicos**

Son analizados dentro del componente afectivo y se enmarcan en la segunda dimensión de cultura periodística.

Los códigos deontológicos y la ética periodística se vislumbran como problema reales a los cuales darle solución, pues existe un consenso generalizado acerca de su obsolescencia y desactualización. Es una necesidad analizar y reconfigurar el código de ética de la Upec, pues el 71,42 % de los entrevistados plantearon que el código de que el código de ética no respalda la actividad periodística en toda su complejidad, y que hay zonas de ambigüedad que no dejan claro aristas



periodísticas como el periodismo de investigación. No obstante el 28, 57 % de los periodistas creen que el código actual aporta valores que son vitales en el ejercicio de la profesión.

Tal es el caso de Ricardo Gual que caracteriza los valores de la profesión como, “valores propios del mejor oficio del mundo, pues los periodistas son valientes, honestos, solidarios, compañeristas y sobre todo revolucionarios. Esther Díaz por su parte expone que “el periodista es trabajador, colaborativo, atento, educado y todo esto gracias a la profesión, que va convirtiéndonos en un mejor individuo.

### **Cultura organizacional y sus instrumentos.**

Esta variable pertenece al componente afectivo de las actitudes y se encuadra dentro de la dimensión institucional.

En cuanto al ambiente laboral que inciden en la cultura profesional y por ende, en las actitudes, los resultados de la investigación exponen que los tres más desfavorables son las condiciones tecnológicas y de locales 78,57 %, el trabajo en equipo 71, 43 % y la organización de las lógicas de producción 64,29 %, mientras que los tres más favorables son la identificación con la Upec 85,71 %, el interés por la superación 85,71 % y las relaciones entre periodistas 78, 57 %. (Ver Anexo 5) Ciertamente, la observación participante y su posterior verificación con las entrevistas en profundidad permitieron corroborar esto, pues el informativo de Telecristal precisa de una restauración capital urgente, el trabajo en equipo carece de profesionalidad en ocasiones, y la organización de las lógicas de producción son muy complejas, debido a los propios factores anteriormente expuestos.

Sin embargo se comprobó que los periodistas se sienten identificados con su asociación profesional, pues se reconocen y participan de las actividades que se realizan. Además, existe un marcado interés por la superación demostrado con los más de 10 profesionales que están optando por el grado académico de máster y por las habilidades que han desarrollado en cuanto a la edición y otros aspectos,



sobre todo los más jóvenes. Por otra parte, en el entorno laboral del informativo se respira un ambiente solidario y respetuoso.

### **Conocimientos y técnicas específicas de la profesión.**

Esta variable pertenece al componente cognoscitivo de las actitudes y a la dimensión de individuo de Oller y Meier.

Aunque existe un gran interés por la superación demostrado en un 85,71 % del total, el 57,14 % de los encuestados plantearon que las opciones de superarse son escasas, pues la superación se circunscribe a la intervención por parte de los periodistas en maestrías y postgrados externos al medio, es decir que en el medio existen carencias de cursos y talleres de superación.

Quizás por eso se observe que los periodistas encuentran una relación muy diferente entre lo aprendido en la academia y lo que se realiza en la práctica, pues debido a muchos factores, principalmente externos al individuo, no se realiza una labor informativa basada en los valores noticias, ni se respeta en ocasiones el trabajo con la fuente, ni existen posibilidades para desarrollar las técnicas del periodismo audiovisual, pues las rutinas productivas son muy diversas y desgastantes. Betty Galván expresa que actualmente se hace muy poca noticia, lo que más predomina es la nota informativa y el reportaje. Yo creo que no es acomodamiento, sino que no se emplea el tiempo suficiente en las investigaciones (entrevista personal)

El trabajo con la fuente se realiza de forma muy variada y va desde profesionales que se rigen por las facilidades de la sectorización hasta los que acuden a la mayor cantidad de fuentes posibles siempre que la disponibilidad tecnológica se lo permita. En el caso de los que emplean con más frecuencia las fuentes de su sector se ubica un 42,86 %, mientras que el 57,14% restante emplean las que le permita la logística del medio. En este apartado el 64,29 % de los periodistas le



otorgan mayor credibilidad al hombre común, pues este es el ciudadano en el cual se refleja la sociedad.

En el orden jerárquico de las fuentes el segundo lugar lo ocuparon los organismos con un 21,43 %, el tercero las fuentes gubernamentales y partidistas con un 14,29 y ningún periodista le otorga la credibilidad a las fuentes documentales como primera (Ver Anexo 7). Es normal que los periodistas quieran reflejar a su audiencia y por ello le concedan más credibilidad a estos, además es una lógica social, pues si la televisión persiste en hablar de una realidad seleccionada y actualizada de acuerdo con intereses ajenos a su audiencia, la opinión pública irá progresivamente retirando su confianza y credibilidad a los emisores de estos mensajes.

Juan Gabriel Gordín es muy acertado cuando dice que “debe haber más presencia del hombre común en los espacios, pues esto le otorga a los trabajos periodísticos un valor agregado, pues de esta manera se construye una verdadera realidad social y no una realidad política.”

### **Regulación externa:**

Si se elimina la intervención actual de las dependencias del PCC que actúan como generadores de propuestas y censura, las informaciones serán más rápidas y reflejarán los criterios y enfoques de los equipos de dirección de los medios o de sus autores. Crecerá la autoridad del órgano y el papel del periodista, que tendría que asumir una actitud cada vez más responsable, con la preparación adecuada y un grado de auto exigencia mayor. Si se incurre en errores o superficialidades, los organismos o personas aludidas, tienen derecho de réplica y el autor sujeto a sanciones. Tal como ocurre en otras organizaciones profesionales. (Elizalde, 2012:85)



La atención que se le ofrece a la participación de los periodistas en la conformación de la disposición informativa es muy limitada ya que los temas que ellos proponen son relegados a un tercer plano, pues en un primer plano están los intereses del partido, en un segundo plano los intereses de los directivos y luego los del periodista. No se habla de cantidad, sino de prioridad, así lo corroboró el investigador mediante la encuesta que arrojó como resultado que el 64,29 % de los periodistas consideran que el partido tiene demasiado peso en la disposición informativa. Al respecto Juan Gabriel expresó que “los medios deben tener más libertad basándose más en su agenda pública que en su agenda política, pues el sistema de prensa cubano actual no responde a las necesidades informativas de la sociedad. Por esta razón algunas personas plantean que quieren vivir en el noticiero, pues aunque se ha ido ganando terreno, lo que se proyecta en nuestros medios dista mucho de la realidad cubana. Esto ha propiciado la emergencia de medios alternativo que llenan el vacío informativo que hemos dejado los medios tradicionales.” (entrevista personal)

Orestes Rodríguez por su parte expresó que los periodistas en los momentos actuales subordinan su labor informativa a los intereses del partido, pues las regulaciones externas intervienen de manera determinante, incluso en el trabajo con la fuente” (entrevista personal)

### **Caracterización de las actitudes profesionales de los periodistas de Telecristal**

<b>Variables para la caracterización de actitudes</b>	<b>Interpretación de los resultados</b>	<b>Influencia en las actitudes profesionales</b>
Estructuras de funcionamiento del	Las estructuras de funcionamiento de Telecristal no favorecen la	Muy negativa



medio	labor informativa de sus periodistas	
Distribución y ejercicio de atribuciones	Los periodistas trabajan de acuerdo a sus intereses informativos y cumplen con sus atribuciones	Positiva
Métodos de dirección, organización y control	El hecho de no tener un perfil en su formación que este relacionado con la prensa, la comunicación o las ciencias humanísticas, incide en la concepción de la prensa y en la evaluación de la labor informativa	Negativa
Cultura organizacional y sus instrumentos	Existe una balance entre los factores positivos y negativos de la cultura profesional	Positiva
Conocimientos y técnicas específicos de la profesión	Los periodistas valoran los conocimientos de la profesión como un aspecto positivo. Se evidencia en el grado de profesionalismo	Positiva
Funciones sociales de la prensa	En Telecristal no se cree que se estén ejerciendo a plenitud las funciones de la prensa.	Negativa



Códigos éticos y deontológicos	Muchos presupuestos de código de ética de la asociación gremial vigente están desactualizados o ambiguos y no contribuyen a respaldar todas las funciones de la prensa y la práctica profesional en la sociedad actual.	Negativa
Regulación externa	La regulación externa predomina sobre la regulación de los periodistas, lo cual incide en la labor informativa	Muy negativa

Las características de las actitudes profesionales que predominan en el ejercicio del periodismo audiovisual que realizan los reporteros del canal territorial Telecristal no están determinadas por las individualidades de cada sujeto, sino por la colectividad de este medio, pues aunque los factores individuales influyen, son precisamente las características colectivas del medio las que determinan las actitudes profesionales.

Por ende, el investigador se basó en las etiquetas de actitudes profesionales de otras investigaciones y determinó que:

Los periodistas de Telecristal se definen a sí mismos como activo-abogado ya que se identifican con la función social de la prensa de generar debate a través de la crítica constructiva. Sin embargo, el estrecho marco regulatorio al que se circunscriben les permite desarrollar mayormente una actitud de difusores-neutrales debido a la inexistencia de una Ley de Prensa y de instituciones que regulen las políticas editoriales de manera independiente al PCC. Por tanto, en la actualidad la disposición informativa del PCC ha generado una tendencia a lo que



en la teoría de las actitudes profesionales se denomina pasivo-abogado, ya que toda información oficial es noticia aunque no interese al medio ni a la audiencia.

En consonancia con ello Juan Gabriel Gordín expresó que “los medios cubanos responden a los intereses del partido, pero cuando uno es periodista se debe a los intereses de la sociedad, lo cual genera una dicotomía entre agenda mediática y agenda pública, pues se establece una relación de dependencia de la cual se abusa, ya que la función del partido es orientar el contenido, no gestionarlo, y en muchas ocasiones esto influye negativamente en las dinámicas productivas de los diferentes medios”.(Entrevista personal)

Orestes Rodríguez expresó que en la actualidad hay que revisar cual es la función del periodismo, sobre todo a partir de las demandas de las audiencias, pues no se muestra una simbiosis en la cual ambas partes transiten el mismo camino, ya que el periodismo se debe a la sociedad, pero las circunstancias actuales demuestran que no es así, pues el hecho de regirse por instituciones y entidades políticas y gubernamentales muchas veces regulan al periodista.” (Entrevista personal)

Ricardo Gual pronunció que “el partido no son sus funcionarios, que a veces quieren que su imagen sea proyectada para legitimar su poder. Cuando esto ocurre se deshumaniza la noticia, se pierde lo anecdótico y lo histórico, se pierde la esencia del hombre común”.(Entrevista personal) Por su parte Esther Díaz expuso que “muchas veces ocurren hechos noticiosos paralelos, donde se priorizan los que tienen más importancia para el partido que para la sociedad”.(Entrevista personal) Esta incongruencia genera una inestabilidad en los contenidos y por ende una brecha en la calidad de los productos comunicativos que se generan desde el telecentro holguinero.



## CONCLUSIONES

1. En Cuba se precisa realizar más investigaciones en torno a los emisores, sobre todo basándose en la categoría actitud profesional, pues no se ha encontrado referencias bibliográficas sobre estudios cubanos al respecto.
2. El sistema de prensa cubano precisa ser modificado para lograr satisfacer las necesidades comunicativas de las audiencias. Para ello, se debe tener en cuenta cómo perciben los periodistas cubanos su papel en la sociedad actual y lograr, de esta manera una relación más armónica entre los medios de prensa y los órganos reguladores externos.
3. La excesiva regulación externa influye en las actitudes profesionales de los periodistas de Telecristal, dando lugar a una incongruencia entre lo que estos profesionales perciben como el “deber ser” de su actuación y su expresión concreta en la práctica profesional.



## RECOMENDACIONES

- 1- Se recomienda realizar investigaciones en torno a los emisores para comprender como las actitudes profesionales influyen en los productos comunicativos.
- 2- Desarrollar acciones y estrategias encaminadas a resolver los aspectos desfavorables que intervienen en la cultura organizacional del canal territorial Telecristal.
- 3- Socializar los resultados de esta investigación con las academias de periodismo y comunicación y con los medios de difusión masiva de todo el país.
- 4- Proponer a los que dirigen la política de regulación externa de Telecristal analizar la influencia de sus acciones en la generación de la agenda mediática del telecentro holguinero



## BIBLIOGRAFÍA

- 1- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ:
- 2- Ajzen, I. & Fishbein, M. (2000). Attitudes and the attitude-behavior relation: Reasoned and automatic processes. In
- 3- Allport, G. W. (1935). Attitudes. In C. Murchison (Ed.), Handbook of social psychology (pp. 798-884). Worcester, MA: Clark University Press.
- 4- Alonso, M. M., & Saladrigas, H. (2006). Teoría de la Comunicación. Una introducción a su estudio. La Habana: Pablo de la Torriente.
- 5- Bucher, R. y Strauss, A. (1961) "Profession in process" en (1992) La trame de la négociation, L'Harmattan, París.
- 6- Canel, M. J.; Rodríguez, R. y Sánchez-Aranda, J. J. (2000). Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- 7- Canel, M.J., Sádaba, M.T. (1999): "La investigación académica sobre las actitudes profesionales de los periodistas. Una descripción del estado de la cuestión".
- 8- Carlson, E. R. (1956). Attitude change through modification of attitude structure. Journal of Abnormal and Social Psychology, 52, 256-261.
- 9- Castro, R. (2011, 17 de abril). Informe Central al VI Congreso del Partido Comunista de Cuba, Granma.
- 10- Chaiken, S. (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion. Journal of Personality and Social Psychology, 39, 752-766.
- 11- Chaiken, S., Liberman, A., & Eagly, A. H. (1989). Heuristic and systematic processing within and beyond the persuasion context. In J. S. Uleman & J. A. Bargh (Eds.), Unintended thought (pp. 212-252). New York: Guilford.
- 12- Comunicación y Sociedad, vol. XII, nº 2, 1999. pp. 9-32.



- 13- De Aguinaga, Enrique (2000). El periodista en el umbral del siglo XXI. En Sala de Prensa. Consultado el 11 de junio de 2012. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art157.html>
- 14- Díaz del Campo, J (2012). El proceso de profesionalización del periodista en España o la historia de nunca acabar. Medellín. Anagramas.
- 15- Dubar, C. y Tripier, P. (1998) Sociologie des Professions, Armand Colin, París.
- 16- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). The psychology of attitudes. Orlando, FL: Harcourt Brace Jovanovich.
- 17- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1998). Attitude structure and function. In D. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindsey (Eds.), Handbook of social psychology (Vol. 2, pp. 269-322). Boston: McGraw-Hill.
- 18- Elizalde, R. M. (2014). El consenso de lo posible. Principios para una política de comunicación social desde la perspectiva de los periodistas cubanos. Tesis de doctorado Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.
- 19- Escobar Roca, G. (2002). Estatuto de los periodistas: régimen normativo de la profesión y organización de las empresas de comunicación. Madrid: Tecnos.
- 20- Fazio, R. H. (1986). How do attitudes guide behavior? In R. M. Sorrentino & E. T. Higgins (Eds.), Handbook of motivation and cognition (pp. 204-243). New York: Guilford.
- 21- Fazio, R. H. (1990). Multiple processes by which attitudes guide behavior: The MODE model as an integrative framework. In M. P. Zanna (Ed.), Advances in experimental psychology (Vol. 23, pp. 75-109). San Diego, CA:
- 22- Fernández, A. S. (2015). Debate teórico-conceptual, confrontación histórica y supuestos de partida pública de comunicación para el contexto cubano. ALCANCE. Revista cubana de Información y Comunicación.
- 23- Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. Evanston, IL: Row, Peterson.
- 24- Fishbein, M. (1963). An investigation of the relationships between beliefs about an object and the attitude toward that object. Human Relations, 16, 233-240.



- 25- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research.
- 26- García Márquez, G. (1996). El mejor oficio del mundo. Discurso pronunciado ante la 52ª Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Los Ángeles, 7 de octubre.
- 27- Humanes, M. L. (1997). La formación de los periodistas en España. Tesis doctoral. Madrid: Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense.
- 28- Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT). (1998). Política de programación de la radio y la televisión cubanas. La Habana : Formato digital.
- 29- Kerlinger, F. N. (1984). Liberalism and conservatism: The nature and structure of social attitudes. Hillsdale.
- 30- Marrero, J (2003). Dos siglos de Periodismo en Cuba. La Habana. Editorial Pablo de la Torriente Brau.
- 31- Martín-Moreno, J. y De Miguel, A. (1982): "Sociología de las profesiones". Madrid: CIS.
- 32- McGuire, W. (1960). A syllogistic analysis of cognitive relationships. In M. Rosenberg, C. Hovland, W. McGuire, R. Abelson, & J. Brehm (Eds.), Attitude organization and change (pp. 65-111). New Haven, CT: Yale University Press.
- 33- McGuire, W. J. (1964). Inducing resistance to persuasion: Some contemporary approaches. In L. Berkowitz (Ed.),
- 34- McGuire, W. J. (1968). Personality and attitude change: An information-processing theory. In A. G. Greenwald. T. C.
- 35- Murphy, R. (1982): "Power and Autonomy in the Sociology of Education". Theory and Society, vol. 11;
- 36- Ortega, F, Humanes, M.L. (2000). Algo más que periodistas. Sociología de una profesión. Barcelona: Ariel.
- 37- Ortega. F. y Humanes, M. L. (2000). Algo más que periodistas. Sociología de una profesión. Madrid: Ariel Sociología.



- 38- Panaia, M. (2008 ) Una revisión de la sociología de las profesiones desde la teoría crítica del trabajo en la Argentina. Documento de proyecto. Naciones Unidas.
- 39- Panaia, M., S. Llomovatte, C. Jacinto, R. Benencia, S. Korinfeld, N.Mendizábal, L. Fernandez Berdaguer (1997) Profesiones en crisis, Eudeba-CBC-CEA.
- 40- Parsons, T. (1967) Ensayos de teoría sociológica, Paidós, Buenos Aires.
- 41- Parsons, T. (1976/1979): "Profesiones liberales". Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales, vol. 8. Madrid: Aguilar. 538-547.
- 42- Partido Comunista de Cuba (PCC). (1976). Tesis y resoluciones sobre los medios de difusión masiva. Primer Congreso del Partido Comunista de Cuba. Recuperado el 26 de septiembre de 2013, de Congresos del Partido: <http://congresopcc.cip.cu/>
- 43-\_\_\_\_\_. (2007). Orientaciones del Buró Político del Comité Central del PCC para incrementar la eficacia informativa de los medios de comunicación masiva. Formato digital.
- 44-\_\_\_\_\_. (2011). Primera Conferencia Nacional del Partido Comunista de Cuba. Proyecto documento base. Recuperado el 12 de septiembre de 2013, de Cubadebate: [www.cubadebate.cu/noticias/2011/10/14/descargue-proyecto-de-documento-que-discutira-conferencia-nacional-del-partido-pdf/](http://www.cubadebate.cu/noticias/2011/10/14/descargue-proyecto-de-documento-que-discutira-conferencia-nacional-del-partido-pdf/)
- 45- Real Academia Española (2015). Diccionario de la lengua española. Consultado el 17 de mayo de 2015. Disponible en <http://www.rae.es/rae.html>
- 46- Rodríguez, J. A. y Guillén, M. F. (1992): "Organizaciones y profesiones en la sociedad contemporánea", REIS.
- 47- Rodríguez. G, (2011). Sobre la prensa en Cuba. Consultado el 12 de abril de 2016. Disponible en [http://www.espaciolaical.org/contens/esp/sd\\_150.pdf](http://www.espaciolaical.org/contens/esp/sd_150.pdf)
- 48- Sáez, J. (2004): "Cambio de rumbo en la construcción de la Pedagogía Social. Revisión y propuestas". Revista de Pedagogía Social
- 49- Sarfatti Larson, M. (1977) The Rise of Professionalism, Berkeley, University of California.



- 50- Tripier, P. (1987) "De la Qualification au marché du travail professionnel, Communication aux journées de Sociologie du Travail, Nantes, Francia.
- 51- Tuchman, G. (1983): La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gustavo Gili.
- 52- Urteaga, E. Las profesiones en cuestión. Univ. del País Vasco. Dpto. de Sociología. Sevilla. Askoaga.
- 53- Weaver, D. (1998): The Global Journalist .New Jersey: Hampton Press
- 54- Weaver, D. H., Drew D. y Wilhoit, G.C. (1991) U.S. Television, Radio and Newspaper Journalists. En Journalism Quarterly, 63, 683-692
- 55- Weaver, D., Wilhoit, C. (1986): The American Journalist: A Portrait of U.S. News People an their Work. Blomington: Indiana University Press.
- 56- Weaver, D., Wilhoit, C. (1996). The American Journalist in the 1990s: U.S. News People at the End of a Era. Blomington: Indiana University Press.
- 57- Weber, M. (1964) Economía y Sociedad, tomo I México, FCE.
- 58- Weber, M. (1979). La ética protestante y el espíritu del capitalismo. Barcelona: Península.



## **ANEXOS**

### **Anexo 1**

#### **Guía de observación científica**

**Objetivo:** Observar la dinámica de las rutinas productivas de Telecristal, así como el comportamiento de la cultura con el fin de caracterizar las actitudes profesionales que predominan en el ejercicio del periodismo audiovisual.

#### **Escenarios de observación**

- consejo editorial
- redacción
- entorno laboral

#### **Aspectos observables:**

##### **Consejo Editorial:**

- Disposición temática de los periodistas
- Disposición temática de los directivos
- Disposición temática del Comité Ideológico del Partido (PCC)
- Indicaciones enviadas de otras instancias institucionales
- Criterios seguidos para la selección de las coberturas
- Selección de las coberturas
- Relaciones entre los diferentes niveles administrativos
- Incidencia de la opinión pública en la elección de los temas

##### **Redacción:**

- Selección de datos
- Consulta de otras fuentes
- Visualización de las imágenes
- Trabajo en equipo
- Criterios de selección

##### **-Entorno laboral:**



- Relaciones laborales solidarias
- Respeto profesional
- Comunicación jefe-subordinado
- Relaciones entre periodistas
- Trabajo en equipo
- Relaciones con las fuentes
- Autogestión reporteril
- Condiciones tecnológicas y de locales
- Organización de las lógicas de producción
- Identificación con tu asociación profesional (UPEC)
- Interés por la superación
- Opciones de superación



## Anexo 2

### Encuesta

El presente instrumento forma parte de una investigación que se desarrolla en la Carrera de Periodismo de la Universidad de Holguín, para diagnosticar la relación entre las actitudes profesionales de los periodistas y sus productos comunicativos. Agradecemos de antemano su colaboración.

Edad\_\_\_\_\_

Lic en :

\_\_\_\_\_

Año de graduación\_\_\_\_\_

Tiempo en el medio\_\_\_\_\_

1.- Según su consideración, mencione en orden jerárquico las 3 funciones de la prensa que más se cumplen en el contexto cubano actual.

a) Argumente por qué considera que la función ubicada en el primer lugar es la que más se aprecia en su desempeño periodístico.

2. ¿Cómo influyen en su desempeño profesional las funciones de la prensa por usted mencionadas?

3. Qué relación considera existe entre los valores- noticias y las funciones de la prensa que usted ha mencionado?



4.- A su juicio, ¿cuál es la función de la prensa que se encuentra más dañada o que menos se evidencia en su contexto o actuación profesional? (Telecristal)

5.- Califica los siguientes indicadores presentes en su ambiente laboral:

INDICADORES	Favorables	Desfavorables	Pésimas
Relaciones laborales solidarias			
Respeto profesional			
Comunicación jefe-subordinado			
Relaciones entre periodistas			
Trabajo en equipo			
Relaciones con las fuentes			
Autogestión reporteril			
Condiciones tecnológicas y de locales			
Organización de las lógicas de			



producción			
Identificación con tu asociación profesional (UPEC)			
Interés por la superación			
Opciones de superación			

a) Si tuvieras la posibilidad de transformar los indicadores más desfavorecidos, por cuáles comenzarías. Explique el primero de ellos.

6.- En tu desempeño profesional cotidiano, ¿cuántas fuentes empleas para realizar tus trabajos?

7.- En orden jerárquico a qué fuentes le atribuyes más credibilidad:

- \_\_\_\_\_ Oficiales (PCC, gobierno)
- \_\_\_\_\_ Institucionales (organismos)
- \_\_\_\_\_ Hombre común
- \_\_\_\_\_ Documentales



8.- ¿Qué valores y actitudes considera le aporta el código de ética del periodismo en su desempeño cotidiano?

9.- ¿Qué atención le ofrecen en la redacción a los temas que propone para darle cobertura?

10.- ¿Con qué frecuencia das seguimiento a la noticia que ofreciste?

\_\_\_\_\_ siempre

\_\_\_\_\_ casi siempre

\_\_\_\_\_ pocas veces

\_\_\_\_\_ nunca

11.- ¿Qué actitudes consideras debe tener un periodista que se desempeñe en la televisión?



### Anexo 3

#### ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD:

- 1- ¿Qué lo caracteriza a usted como profesional de la prensa?
- 2- ¿A su consideración cuál es la función que tiene el periodista en la sociedad?
- 3- ¿Qué factores influyen en el cumplimiento de estas funciones del periodista? ¿Por qué?
- 4- ¿Cree que el sistema de prensa está basado en las funciones de los periodistas para suplir las necesidades de la sociedad?
- 5- ¿Cómo cree que influye la cultura profesional en su labor informativa y en los productos comunicativos que realiza?
- 6- ¿A qué instancia se debe un periodista: a sí mismo, a la sociedad, o a las entidades gubernamentales y políticas?
- 7- ¿Cómo cree que influye en su labor informativa las disposiciones de agentes externos a la profesión?
- 8- ¿Cuándo realiza su trabajo que piensa obtener a cambio?
- 9- ¿Cuáles son las ventajas y deficiencias del actual modelo de prensa cubano?
- 10- ¿Cuál es el sistema de prensa ideal que usted propone?



#### Anexo 4

##### Entrevista a informantes claves

¿Cómo son sus relaciones profesionales con los que dirigen la disposición informativa?

¿Cuánto determinan la disposición informativa los factores externos a su organización periodística?

¿Cómo valora su influencia en la conformación de la disposición informativa de su organización periodística?

¿Cree que la disposición informativa influye en la calidad de los productos periodísticos?

¿Cómo son sus relaciones profesionales con la mayoría de sus colegas?

¿Qué importancia la atribuye a la formación periodística para ejercer como profesional de la prensa?

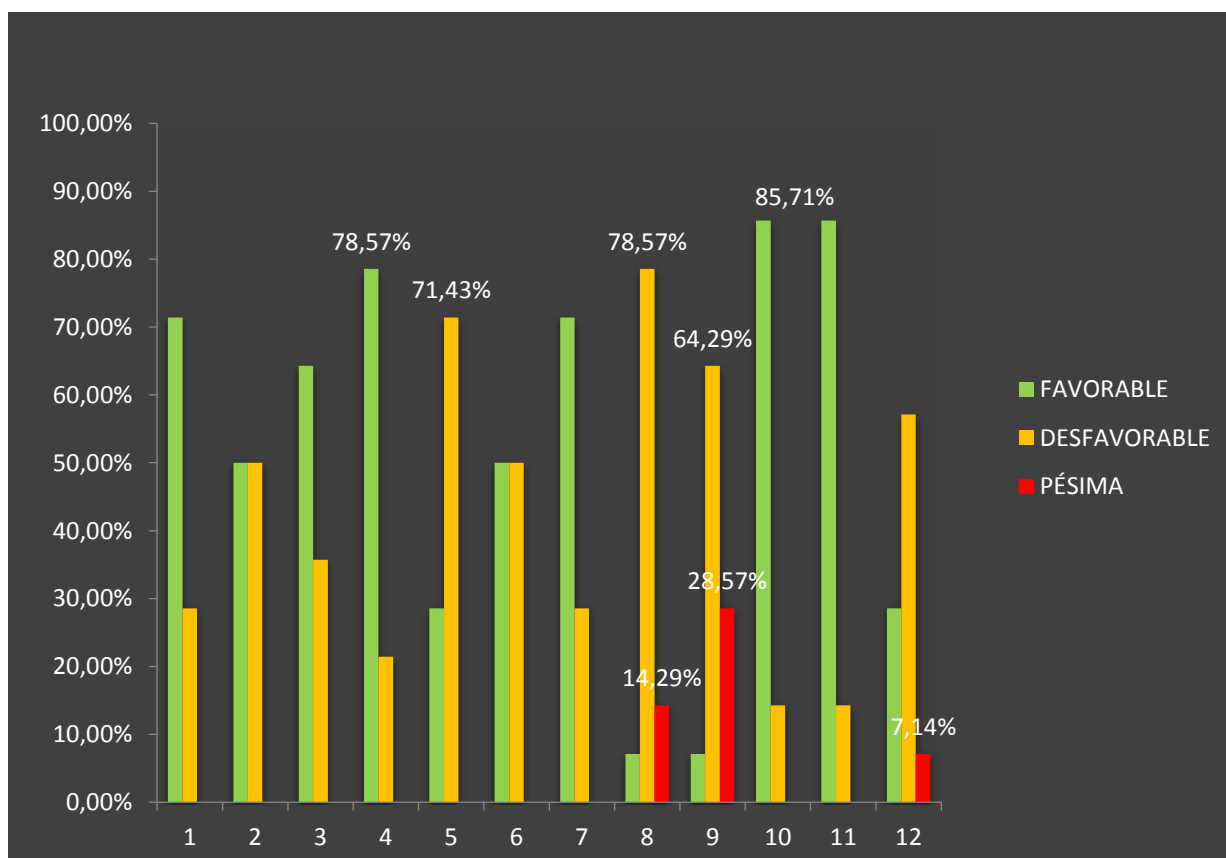
¿El periodista debe motivar a la audiencia a participar en debates y discusiones político-sociales?

¿En sus trabajos periodísticos usted dice todo lo que quiere?

¿A qué tipo de fuente le confiere más importancia?



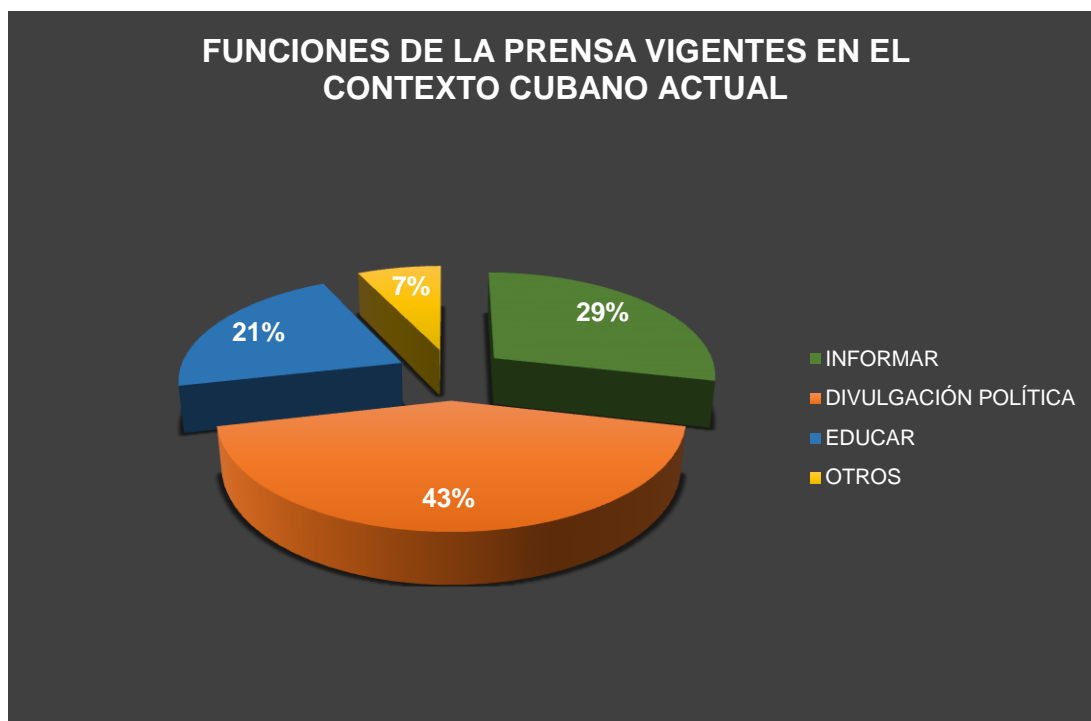
### Anexo 5. Grafico para evaluar el comportamiento de la factibilidad de las variables de la cultura profesional



Fuente: Elaboración propia



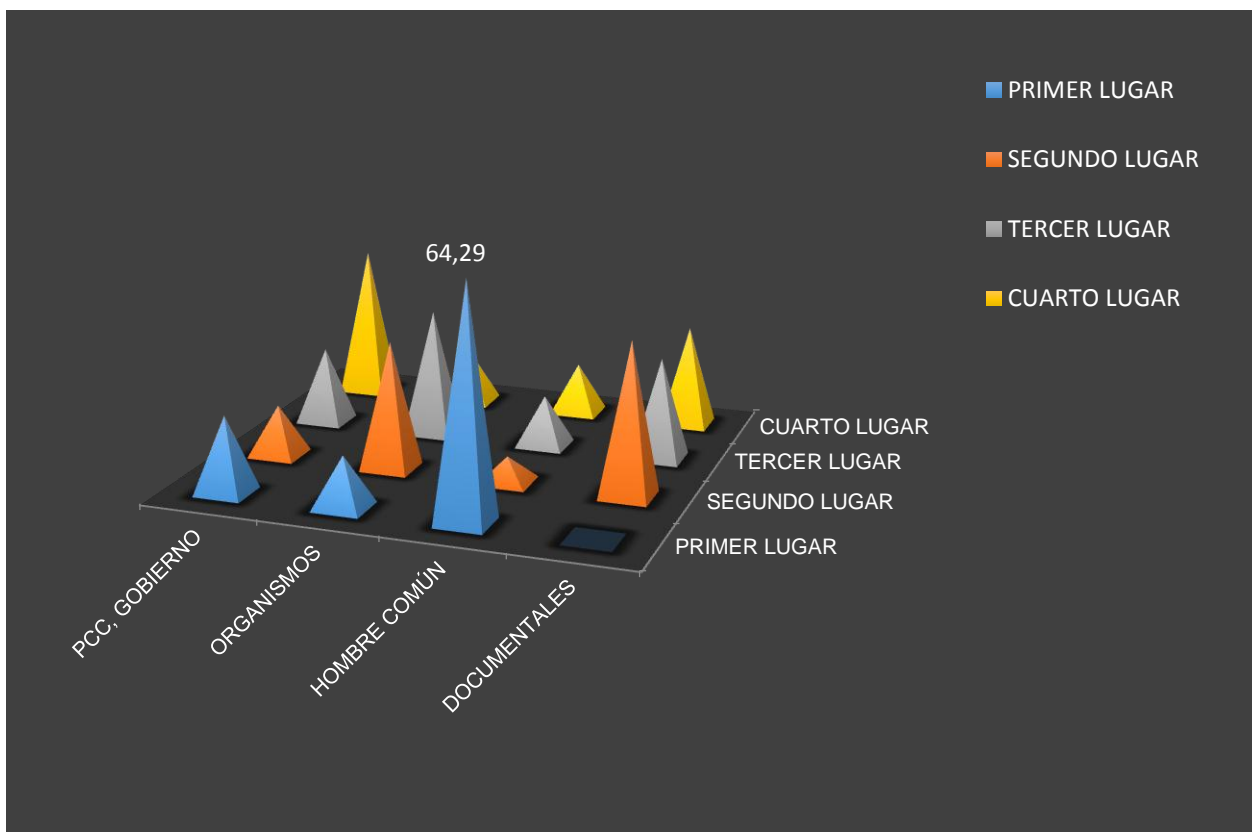
Anexo 6. Grafico para comparar la vigencia de las funciones de la prensa en la actualidad



Fuente: Elaboración propia



Anexo 7. Gráfico para observar la jerarquía del trabajo con las fuentes de información.



Fuente: Elaboración propia