



FACULTAD DE HUMANIDADES  
UNIVERSIDAD DE SANCTI SPIRITUS  
"JOSÉ MARTÍ PÉREZ"

**Trabajo de Diploma para optar por el título de  
Licenciado en Comunicación Social**

TITULO:  
**ESTUDIO DE RECEPCIÓN SOBRE LA TEMÁTICA  
UNIVERSIDAD DEL PERIÓDICO ESCAMBRAY  
EN LA FILIAL UNIVERSITARIA "ENRIQUE JOSÉ  
VARONA" DE TAGUASCO.**

AUTORA: Yaima Medina Yero

TUTORA: Ms C. Lidia Yolanda Brito Águila

**Sancti Spíritus 2012**

# PENSAMIENTO

*"Todo lo que se hace se puede medir, sólo si se mide se puede controlar, sólo si se controla se puede dirigir y sólo si se dirige se puede mejorar".*

Dr. Pedro Mendoza A.

## DEDICATORIA

*A mi madre Rosabel, el milagro más grande en mi vida, mi razón de ser, mi estrella, por colorearme el corazón, por enseñarme que la humildad y el sacrificio siempre engrandecen. ¿Qué sería de mi si me faltara?*

*A mi padre Pedro Marcelo, reparador de sueños, capaz de remover el universo con una palabra, una mirada, un beso, mi pipo de oro.*

*A mi hermana Yuniet, por ser otro de mis tesoros y estar siempre presente a pesar de todo.*

*A mis dos sobrinos Ányelis Maura y Alexis Rafael, los más lindos de todo el universo, los que día a día llenan mi vida de alegría.*

*A todos mis abuelos, los que me apoyan estando presente y los que me guían desde allá arriba donde no los puedo ver.*

## AGRADECIMIENTOS

*No hubiera sido posible la realización de este trabajo sin el esfuerzo de muchos que brindaron su apoyo incondicional y supieron entenderme en momentos donde el tiempo era el más preciado de los tributos. A todos ellos mi agradecimiento.*

*A quienes confiaron en el éxito de este trabajo y contribuyeron a la realización del mismo.*

*A mi gran familia, por su ayuda sincera en los momentos difíciles, por tener siempre los brazos abiertos.*

*A todos los profesores que han hecho posible con su sacrificio, que surjan las luces de la enseñanza.*

*A mi tutora, la Ms C. Lidia Yolanda Brito Águila por su ayuda incondicional, su paciencia y por la confianza que ha depositado en cada uno de nosotros.*

*A Silvia Pacheco, la mejor jefa de carrera que existe, la que ha sabido guiarnos desde el primer día, sin su apoyo no hubiera sido posible llegar hasta aquí.*

*A todos mis compañeros de aula, porque juntos hemos sido capaces de vencer todos los obstáculos y llegar a nuestra meta.*

*A Yanisbel y Osmany, que sin duda, han sido más que amigos, han sido mi apoyo, mi guía, mi segunda familia, los que no me han dejado sola ni un solo instante, de verdad, no se que me hubiera hecho sin su ayuda.*

*A mi maestra Nancy Ríos, aunque ya no esté entre nosotros.*

*A Fernando, que ha sido especial para mi en el final de esta carrera.*

*A las instituciones que me facilitaron la búsqueda de información para la realización de este trabajo.*

*A nuestra Revolución que me ha dado la posibilidad de superarme*

*A DIOS, por ser la base de todo.*

## RESUMEN

La presente investigación se propone estudiar, desde una perspectiva cualitativa, en la estructuración de los contenidos de una publicación escrita, el comportamiento de la opinión de los lectores dentro de los trabajadores y estudiantes de la Filial Universitaria Enrique José Varona del municipio Taguasco acerca de los trabajos referidos a la temática Universidad, publicados en el periódico Escambray durante los años 2010 -2011. Se apoya en el análisis de contenido, la investigación documental y/o bibliográfica, las entrevistas y encuestas como métodos y técnicas fundamentales. El informe se estructura en dos capítulos y se ofrecen, además, conclusiones y recomendaciones.

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO I MARCO TEORICO CONCEPTUAL Y REFERENCIAL</b> .....	14
1. Recepción .....	14
1.1. Recepción mediática.....	14
1.1.2. Enfoques fundamentales en el estudio de los efectos y la recepción. ....	16
1.1.3. Interrogantes y perspectivas en torno de la investigación en recepción en América Latina.....	18
1.1.4. Los estudios contemporáneos de recepción.....	20
1.1.5. Mediaciones y mediatización .....	24
1.1.6 La perspectiva de los usos y gratificaciones.....	27
1.2. Marco Referencial.....	31
1.2.1. Una ojeada al periódico <i>Escambray</i> .....	31
1.2.2. Filial Universitaria Municipal “Enrique José Varona”, de Taguasco. ....	34
<b>CAPÍTULO II ANALISIS DE LOS RESULTADOS</b> .....	37
<b>CONCLUSIONES</b> .....	56
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	57
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	58
<b>ANEXOS</b>	

# INTRODUCCIÓN

Los Estudios Culturales llegan a Cuba bien entrada la década de los 90, pero los investigadores del país entran en contacto con las concepciones de estos investigadores a través de fuentes secundarias como Mario Wolf y la revista *Causas y Azares*, de Argentina- que justamente dedica su primer número a los Estudios Culturales.

A los estudios de recepción se les ha dado gran importancia, porque fueron precisamente los Estudios Culturales, una de las corrientes más significativas en el cambio de enfoque de los estudios de recepción. Incluso hoy se habla de *paradigma de la recepción activa o de la investigación crítica de audiencia*, cuya fuente de alimentación fundamental son los Estudios Culturales que le hacen el mayor aporte a los estudios de recepción, (Alonso, 1999)

Los estudios sobre la recepción, ligados al análisis de la influencia, se han convertido en los últimos veinte años en uno de los sectores claves del desarrollo de las teorías de la comunicación.

En estos estudios el contexto de recepción permite ver cómo los distintos planos de la vida (el económico, el político, el cultural, etc.) se articulan en prácticas rutinarias regidas por normas, entre las que se encuentra la evaluación encaminada a mejorar la calidad de publicaciones periódicas, en especial, en lo que se refiere a los periódicos.

El contenido es el factor predominante en los rotativos provinciales, recurso impreso de elevada importancia en Cuba. Entre estos medios de prensa se encuentra el periódico Escambray, de la provincia de Sancti Spíritus que tiene una frecuencia semanal.

La edad promedio de quien leen la prensa en el mundo supera los 42 años, excepto en Internet, donde se visitan cerca de un millón de periódicos y revistas, y el promedio disminuye a 32, en el caso del sitio de Escambray recibe alrededor de 1000 impactos cada 24 horas, pero aún predominan los lectores de la versión impresa, que sale con 30 000 ejemplares cada sábado.

Siempre se ha valorado la importancia de la opinión de los lectores en la estructuración de los contenidos de una publicación escrita. El reto implícito de este estudio es justamente descifrar qué es lo que ese lector quiere encontrar en la publicación de tal manera que permita, no sólo acentuar lo ya ganado, sino reposicionar la publicación, convocando masivamente a nuevos públicos.

Con más de una decena de reconocimientos nacionales, para el periódico Escambray, el mejor premio a eso es que la gente hable en la calle de lo humano y lo divino poniéndole como sello de garantía el hecho de «qué salió en *Escambray* ». Sin embargo, mucho queda aún por hacer en los públicos universitarios, quienes con frecuencia aluden que el semanario no forma parte de sus lecturas cotidianas.

Las causas de esta paradoja son muy variadas: desde fenómenos globales que caracterizan la recepción de mensajes hasta imperdonables laberintos de la burocracia y de las urgencias cotidianas.

A pesar de que existen otros estudios de recepción en este medio, no hay ninguno que aborde el tema de la recepción en el contexto universitario. Dada la importancia de recuperar estos públicos, específicamente los estudiantes y trabajadores, docentes y no docentes de la Filial Universitaria Enrique José Varona del municipio Taguasco, ha de buscarse respuesta al problema de investigación ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los estudiantes y trabajadores de la Filial Universitaria Enrique José Varona del municipio Taguasco con respecto a los trabajos periodísticos que reflejan el tema Universidad publicados por el periódico Escambray en los años 2010 y 2011?

## **Objetivo General:**

1. Determinar cuál es el nivel de satisfacción de los estudiantes y trabajadores de la Filial Universitaria Enrique José Varona del municipio Taguasco con respecto a los trabajos periodísticos con el tema Universidad publicados por el periódico *Escambray* en los años 2010 y 2011.

## **Objetivos Específicos:**

1. Sistematizar los fundamentos teóricos-metodológicos relacionados con los estudios de recepción en los medios de comunicación.

2. Determinar el lugar que ocupa el periódico *Escambray* en el espectro de opciones de los estudiantes y trabajadores de la Filial Universitaria Enrique José Varona del municipio Taguasco para informarse.

3. Describir el proceso de recepción de los trabajos de la temática Universidad publicados por el Periódico *Escambray*.

El estudio se desarrolla desde una perspectiva cualitativa, la más idónea para cumplimentar el objetivo de la tesis, sobre todo si se tiene en cuenta que “la epistemología cualitativa define el proceso de construcción del conocimiento como un proceso abierto, orientado en todo momento hacia formas más complejas de comprender el fenómeno estudiado” (Alonso y Saladrigas, 2002:34).

Desde el punto de vista de la forma como se lleva a cabo la investigación, los estudios de recepción también se caracterizan por la confluencia entre las dos grandes tradiciones, ya que utilizan tanto las metodologías cuantitativas como las cualitativas.

La presente tesis es un estudio de recepción que tiene el propósito de conocer cómo se aborda la temática Universidad en el Periódico *Escambray* y busca saber el nivel de satisfacción del público en la Filial Universitaria “Enrique José Varona”,

de Taguasco, al cual está destinado. Esta investigación presenta un panorama de la situación de dichos receptores.

Para solucionar el problema de investigación han de definirse las categorías: públicos, trabajos periodísticos de la temática Universidad y nivel de satisfacción.

### **1. Trabajos periodísticos**

- Temáticas abordadas
- Géneros periodísticos que se aborda
- Despliegue de los textos
- Apoyos gráficos
- Ubicación en las páginas
- Representatividad de la Universidad

### **2. Públicos**

- Edad
- Actividad que realizan
- Nivel de escolaridad
- Acceso al periódico *Escambray*
- Familiarización con *el medio*

### **3. Nivel de Satisfacción**

- Alto nivel de satisfacción
- Mediano nivel de satisfacción
- Bajo
- Insuficiente

### **1. Trabajos periodísticos**

**1.1 Temáticas abordadas:** Temáticas relacionadas con tema universitarios, todo lo referido a la Universidad.

**1.2 Géneros periodísticos en que se aborda el tema:** Para interpretar y representar la realidad se emplean los géneros periodísticos, formas expresivas que cumplen diversas funciones, entre las cuales se encuentra la de facilitar la labor del periodista, quien asume los modelos para comunicar lo pertinente en cada momento. Con ellos aprende actitudes, intenciones, objetivos, estilos y lenguajes; que generan habilidades y hábitos profesionales. (Información, reportaje, crónica, comentario, entrevista y reseña)

**1.3 Despliegue de los textos:** valorar en el diseño el nivel que ocupa en la página: alto, medio y bajo.

**1.4 Apoyo Gráfico en los trabajos periodístico:** Los recursos gráficos devienen elementos visuales imprescindibles para complementar el texto periodístico. El empleo acertado en cada edición del tipo de letra, las fotografías e ilustraciones, los colores, las tablas y los recuadros enriquecen el producto comunicativo y proponen al lector atractivos diseños.

**1.5 Representatividad de la Universidad:** Si están representados en los trabajos relacionados con la temática Educación.

**1.6 Ubicación de los textos:** Portada, contraportada o páginas interiores: Se evaluó de acuerdo a si aparecían en primera plana o páginas interiores. Igualmente se consideró si se publicaban en alguna sección del periódico.

## **2. Públicos**

A través de la historia de la comunicación han sido numerosas las concepciones acerca de los públicos<sup>1</sup>, desde aquellas que traían aparejada la teoría

---

<sup>1</sup> Entiéndase esta categoría como sinónimo de audiencia o receptores, indistintamente.

hipodérmica<sup>2</sup> hasta las más actuales que propugnan los estudiosos de la recepción activa<sup>3</sup>.

Para el objetivo de esta investigación resulta pertinente el concepto de público entendido como conjunto de receptores que esboza Sánchez-Bravo: “Es el punto de partida del proceso informativo-comunicativo, individual y colectivo, que completa de forma intencional el mensaje como proyecto y le da sentido, mediante su admisión, rechazo o transformación remitida o reinterpretada. El receptor también es un sujeto, (...) la condición *sine qua non* del proceso informativo. Toda la tarea de los medios de comunicación consiste en buscar o crear medios, modos y métodos de respuesta a los mensajes que lanza el emisor a los receptores” (Sánchez-Bravo, 1978; citado en Haber, 2003).

Los públicos específicos que escudriña el estudio son los 349 trabajadores y estudiantes de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco. Para un mejor examen de esta categoría, han de tenerse en cuenta los aspectos:

## 2.1 Edad

## 2.2 Actividad que realiza

---

<sup>2</sup> La concepción atomista del público, estrechamente relacionada con la teoría hipodérmica, concebía a la audiencia como “una agregación de clases, de edad, de sexo, de capa social, etc., pero se prestaba poca atención a las relaciones implicadas en ellas o a las relaciones informales. No es que los estudiosos de las comunicaciones de masa ignorasen que los integrantes del público poseían familias y grupos amistosos, pero se consideraba que todo ello no influenciaba el resultado de una campaña propagandística” (Katz, 1969: 113; citado en Wolf, 2005.: 14-15).

<sup>3</sup> Consúltense Ileana Medina, (2000) *Desde el otro lado: una aproximación teórica a los estudios latinoamericanos sobre recepción y consumo de la comunicación de masas*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.

2.3 Nivel de escolaridad

2.4 Acceso al periódico

2.5 Familiarización con *el medio*

### **3. Nivel de Satisfacción**

Desde el punto de vista psicológico “la satisfacción de la necesidad de un objeto cuya importancia es permanente, necesariamente conduce a que en la persona, a partir de esta satisfacción, surja una nueva, relacionada con la primera pero en un nivel de exigencia más alto, el cual puede ser satisfecho con la ayuda de un nuevo objeto poseedor de una importancia permanente para la persona” (Petrovski, 1985: 100). El proceso psicológico de búsqueda de la satisfacción integra en sí mismo momentos de insatisfacción, lo cual, aunque contradictorio, representa a su vez el dinamismo del comportamiento humano (Bello y Casales, 2005).

Adecuando el concepto al tema de tesis, el nivel de satisfacción ha de describir en qué medida la temática Universidad del periódico *Escambray* satisface los intereses de los estudiantes y trabajadores de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco. Con ese fin explícito, esta categoría queda evaluada de la siguiente forma:

- Alto nivel de satisfacción: Si en el resultado de la investigación se demuestra que las necesidades de estudiantes y trabajadores de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco quedan satisfechas entre el 90 y el 100 por ciento con la temática Universidad del periodístico *Escambray*.
- Mediano nivel de satisfacción: Si en el resultado de la investigación se demuestra que las necesidades de los estudiantes y trabajadores de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco quedan satisfechas entre el 60 y el 89 por ciento con la temática Universidad del periódico *Escambray*.

- Bajo nivel de satisfacción: Si en el resultado de la investigación se demuestra que las necesidades de los estudiantes y trabajadores de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco quedan satisfechas entre el 40 y el 59 por ciento con la temática Universidad del periódico *Escambray*.
- Insuficiente nivel de satisfacción: Si en el resultado de la investigación se demuestra que las necesidades de los estudiantes y trabajadores de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco quedan satisfechas entre el 0 y el 39 por ciento con la temática Universidad del periódico *Escambray*.

**Caracterización de la unidad de análisis:** Reconocido hoy como el periódico de la provincia de Sancti Spíritus, en el centro de Cuba, *Escambray* fue fundado el 4 de enero de 1979 con circulación diaria, característica que mantiene hasta 1992, cuando se convierte en semanario. Tiene además dos suplementos: **Vitrales**, surgido en 1987, en el que se refleja el devenir artístico del territorio, y que ya se erige entre los primeros del país; y **El Arriero**, dirigido a los montañeses. El 4 de enero del año 2000 la publicación comenzó a circular en Internet.

Los trabajos publicados por el *Escambray* en los años 2010-2011 referidos a la temática Universidad

Los estudiantes y trabajadores de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco.

Población y muestra:

Para la selección del universo y la muestra se ha de tener en cuenta que la presente investigación es un estudio de recepción del periódico *Escambray* entre los estudiantes y trabajadores de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco.

En el período comprendido desde enero 2010 hasta diciembre 2011, de los 104 periódicos editados, salieron a la luz 9 trabajos sobre la temática Universidad.

Debido a que han sido publicados bajo iguales normas de redacción, la muestra a analizar corresponde con el 100 % de las publicaciones.

Estas ediciones son:

1. La Cosecha de las aulas. 17/7/2010. Edición 28. Delia Proenza Barzaga. Portada.
2. Crece la familia de la universidad. 18/9/2010. Edición 37. Delia Proenza Barzaga. Pg3.
3. Sin descanso en el verano. 31/7/2010. Edición 30. Dayamis Sotolongo Rojas. Pg5.
4. Precursores del saber.24/12/2011. Edición 51. Delia Proenza Barzaga. Pg3.
5. Asignadas más de 820 plazas universitarias. 6/8/2011. Edición 31. Delia Proenza Barzaga. Pg3
6. Calidad educacional en entredicha. 9/7/2011. Edición 27. Delia Proenza Barzaga. Pg2.
7. Egresan más de 3700 Profesionales. 9/7/2011. Edición 27. Delia Proenza Barzaga. Pg3
8. Las puertas abiertas para la universidad.9/4/2011. Edición 14. Delia Proenza Barzaga. Portada.
9. Ciencia para biogas. 4/6/2011. Edición 22. Donarys Cruz Cruz. Pg5.

De ahí que la población estudiada abarca además de los 9 trabajos periodísticos publicados por el Periódico Escambray sobre la temática Universidad a 297 estudiantes:

21 de la carrera de Psicología, 75 de Derecho, 64 de estudios Socioculturales, 21 de Ingeniería en procesos Agroindustriales, 90 de Contabilidad, 12 de Ingeniería Agrónoma y 14 de Comunicación Social, también los 24 trabajadores y 28 profesores a tiempo parcial de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco. Varias razones avalan la selección de esta muestra.

Con el objetivo de viabilizar la investigación y mediante un muestreo aleatorio simple se seleccionaron 15 trabajadores y 20 estudiantes de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco para realizar los métodos y técnicas necesarios.

En ambas muestras, 9 trabajos de *Escambray* y los 15 trabajadores y 20 estudiantes de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco, se aplican los métodos y técnicas pertinentes para lograr una respuesta lo más completa posible del problema de investigación.

## **Métodos**

La investigación se desarrolla desde la perspectiva cualitativa. El enfoque teórico adoptado asume métodos como el análisis y la síntesis, la inducción y la deducción, el tránsito de lo abstracto a lo concreto, la unidad de lo lógico y lo histórico y el enfoque de sistema.

El histórico - lógico para recopilar información acerca de los antecedentes de los estudios de recepción y conocer la evolución histórica y los cambios ocurridos, además sirvió para ordenar de forma lógica de los contenidos.

El analítico - sintético se utiliza en todos los momentos de la investigación para la consulta y búsqueda de información en las fuentes bibliográficas y documentos en la construcción del marco teórico y la interpretación de la información recogida por los métodos empíricos.

El inductivo- deductivo se emplea en todos y cada uno de los momentos de la investigación desde su diseño hasta las conclusiones, en específico para la

consulta de fuentes y documentos que permitan arribar a conclusiones y generalizaciones lógicas de los datos empíricos acerca del problema investigado.

### **Técnicas de investigación**

Con el propósito de comprender la cotidianeidad de los trabajadores y estudiantes de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco, se debe analizar cómo se aborda la temática Universidad en el periódico *Escambray*, las técnicas de investigación empleadas permitieron recoger la información oportuna y necesaria para dar respuesta al problema de investigación, en este caso se utilizaron técnicas cualitativas.

**Análisis documental:** Se utilizó para fundamentar teóricamente la propuesta y la obtención de bibliografía acorde con el tema de investigación y para evaluar el nivel de recepción de la muestra.

**Observación:** Gracias a esta técnica el investigador adquiere un caudal enorme de datos, algunos de los cuales no logra obtener ni mediante cuestionarios, ni a través de entrevistas. Se emplea en la presente Tesis de Diploma para conocer detalles del quehacer diario de los trabajadores y estudiantes de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco.

**Notas de campo:** Muy relacionadas con la técnica anterior, las notas de campo permiten que no se pierda ninguna información obtenida en el terreno, ya sea de la observación, de la aplicación del cuestionario, del desarrollo de los grupos focales, o de cualquier otro momento del proceso. Sin estas resultaría prácticamente imposible reconstruir la realidad que se pretende comprender.

**Encuesta:** De su aplicación se derivan un sinnúmero de datos de suma importancia para esta investigación, pues el cuestionario pretende esclarecer el nivel de satisfacción de los lectores del Periódico *Escambray*. Ha de tenerse en cuenta que ese no es el único método y técnica empleado, por lo que los

resultados obtenidos en los cuestionarios deben ser contrastados con los demás instrumentos de medición.

Entrevista: Apropiaada para “obtener el conocimiento del punto de vista de los miembros de un grupo social o de los participantes de una cultura” (Rodríguez, G., et. al., 2004: 168), la entrevista en profundidad desempeña un papel protagónico en la presente investigación. A través de ella pueden conocerse las opiniones, tanto de lectores como de expertos. A los primeros han de realizárseles entrevistas semi-estructuradas que garanticen el discurrir de sus ideas, sin perder el tema central.

Análisis de contenido: Mediante este método se llega a una visión generalizadora sobre la temática Universidad, sus características y especificidades.

Revisión bibliográfica: No por último, menos importante, deviene requisito indispensable para la obtención de bibliografía acorde con el tema de investigación y para evaluar el nivel de recepción de la muestra.

### **Aportes y justificación del estudio**

La investigación fue viable porque tanto los trabajadores, como los estudiantes de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco tienen quincenalmente encuentros los sábados, por lo que la autora pudo aplicarles los métodos y técnicas de la investigación. No hubo necesidad de trasladarse fuera de los límites de la localidad. Los ejemplares de *Escambray* están disponibles en el Archivo del periódico, local que radica en la ciudad de Sancti Spíritus, pero fue posible su consulta.

El estudio aporta juicios de criterio de los estudiantes y trabajadores respecto al tema de la Universidad que permitan tanto a directivos del medio de prensa como a los periodistas que atienden el sector conocer sobre los aspectos que les interesa del tema, cómo abordarlos y por tanto, cómo elaborar propuestas atractivas y que despierten el interés de los mismos.

El estudio permite, entre otros aportes, conocer y valorar desde puntos de vista la opinión del emisor y el receptor, conducir al establecimiento de líneas de trabajo de *Escambray* sobre el tema Universidad e inspira líneas de investigación en la carrera de comunicación social de la provincia de Sancti Spíritus con relación a estudios de los medios de comunicación masiva.

Esta investigación constituye un primer paso en el acercamiento de los estudiantes y Trabajadores de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, de Taguasco a la temática Universidad del Periódico *Escambray* y en un segundo momento a la redacción del Periódico para incentivar el análisis de estos temas.

El Trabajo de Diploma está estructurado en dos capítulos. En el primero de ellos, se brinda una panorámica sobre las teorías que refleja el receptor, ya sea desde los estudios a corto o a largo plazo, la investigación europea o latinoamericana y las bases legales de la investigación, así como el marco referencial. Resulta significativo destacar que el diseño metodológico se expone en la Introducción. El Capítulo II expone los resultados de la investigación donde se dará respuesta a las categorías de análisis planteadas.

# CAPÍTULO I MARCO TEORICO CONCEPTUAL Y REFERENCIAL

## 1. Recepción

### 1.1. Recepción mediática

Los estudiosos de la recepción intentan comprender cómo los medios de comunicación de masas llegan a convertirse en los grandes mediadores de las interacciones colectivas. O, incluso, de cómo los medios se transforman, de forma creciente, en espacios donde “no solamente se reproducen las ideologías, sino que también se hace y se rehace la cultura de las mayorías, no solamente se comercializan formatos sino que se recrean las narrativas en las cuales se entrelaza el imaginario mercantil con la memoria colectiva” (Martín-Barbero, 2005: 63). [13]

Los estudios sobre recepción mediática pasan a desarrollarse en diferentes países de América Latina, intensificándose sobre todo a partir de finales de los años 80 y centrándose principalmente en la relación televisión y audiencia. Como premisa esencial de esta vertiente, está la percepción de que, aunque los procesos mediáticos intervienen básicamente en la conformación de las interacciones, memorias e imaginarios sociales, los individuos son sujetos activos en todo proceso de comunicación, capaces de conferir usos específicos a los contenidos (y sentidos) ofrecidos por los medios.

El consumo entendido como el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos mediáticos fue uno de los ejes conceptuales que guía las investigaciones de recepción que asumen como foco central los medios de comunicación<sup>4</sup> El consumo, no sólo abordado únicamente

---

<sup>4</sup> Es necesario recordar que la noción de consumo apenas ha sido considerada como centro de interés en los estudios sobre medios de comunicación. En cambio, sí aparece desarrollada de modo más amplio en investigaciones sobre producción cultural.

en su dimensión de posesiones individuales de objetos o de reproducción de las fuerzas económicas, sino también, y principalmente, concebido como producción de sentidos y un espacio de lucha y acción social que forma parte de un conjunto de interacciones socioculturales complejas.

Alejado de una perspectiva reduccionista y siguiendo a García Canclini, el consumo aparece unido a la experiencia de la ciudadanía para investirse también de un carácter de distinción y de solidaridad, y conformar una dinámica de apropiación colectiva de bienes culturales y comunicacionales que pueden ser generadores de acciones políticas de ciudadanía. En la obra titulada *Consumidores e cidadãos* (2001), el autor enumera algunos requisitos de acción política como condición para que sea viable esa articulación del consumo con el ejercicio reflexivo de la ciudadanía.

Uno de los requisitos apunta, respecto a las necesidades de los consumidores, que éstos deben poder contar con una vasta y diversificada oferta de bienes y mensajes, representativos de la variedad internacional de los mercados, que sea de acceso fácil y equitativo para las mayorías. Otro requisito hace referencia al acceso a una información multidireccional y fiable, desde el punto de vista de la calidad de los productos y del ejercicio efectivo de su control por parte de los consumidores. Como tercera condición, García Canclini menciona la exigencia de la participación democrática de los principales sectores de la sociedad civil en las decisiones de orden material, simbólico, jurídico y político que envuelven el universo del consumo y que incluyen desde, por ejemplo, el control de la calidad de los alimentos hasta las concesiones de frecuencias de radio y televisión.

Este esfuerzo de García Canclini por articular consumo y ciudadanía fue especialmente polémico. Así quedó plasmado en la apropiación que hicieron de su obra *Consumidores e cidadãos* los investigadores latinoamericanos especializados

en comunicación<sup>5</sup>. Hubo, por un lado, los que iniciaron un oportuno y productivo alejamiento de la perspectiva económica-reduccionista que dominaba los análisis culturales que, en el campo de los estudios comunicacionales, tendía a minusvalorar la actividad simbólica de los receptores o consumidores.

### **1.1.2. Enfoques fundamentales en el estudio de los efectos y la recepción.**

A fines de la década del 20, esencialmente en los Estados Unidos de América, se había conformado lo que hoy se denomina un sistema de medios de comunicación masiva con la coexistencia de periódicos y revistas, (legado del siglo anterior), el cine (con sonido desde 1927) y la radio (esa cajita mágica que cautivó a los terrícolas de entonces).

Ese hecho no pudo pasar inadvertido para los principales centros de poder. Los anunciantes de la publicidad (los industriales y los comerciantes) comenzaron a preguntarse; cuántas personas escuchaban en la radio los anuncios que ellos pagaban; a su vez los políticos se preocupaban por saber las ventajas que podrían obtener, ellos o sus adversarios, con el uso de esos medios en las campañas electorales y ciertos académicos y centros de poder económico se inquietaban por las repercusiones que en el sistema de las actitudes y los valores sociales traería aparejado la expansión de los *mass media*.

Surgen así en los Estados Unidos de América los primeros estudios sistemáticos sobre la comunicación de masas. Tres fueron las áreas de interés desarrolladas:

Los estudios cuantitativos de la audiencia (principalmente de la radio) como respuesta al interés de los anunciantes y de los propios medios (de esta vertiente surgieron los famosos rating, que constituyen hoy día la base del ordenamiento de las tarifas publicitarias); los estudios de los mensajes, sobre todo de la propaganda política, para responder a la preocupación de los políticos, y los

---

<sup>5</sup> Especialmente del capítulo titulado "O consumo serve para pensar" (pp. 76-94)

estudios de efectos para dar luz sobre las repercusiones que en los valores, actitudes y conductas provocaban los medios.

Como se ve las áreas de estudio surgen y se desarrollan más en virtud de presiones administrativas que de las lógicas científicas. Es por ello, que la Mass Communication Research Norteamericana *debe analizarse desde el mismo corazón de la historia política y económica de la nación*<sup>6</sup>.

De las tres áreas antes mencionadas la que más atención recibió durante décadas fue la investigación de efectos, que aún hoy mantiene una vigorosa presencia en el campo de análisis aunque desde perspectivas diferentes. Del estudio de efectos se derivaron además otros enfoques que atienden la relación existente entre medios de comunicación y audiencias.

Diversos autores coinciden en reconocer como principales corrientes en el estudio de esa relación medios - audiencia los siguientes.

- 1 - La investigación de efectos.
- 2 - La investigación de los usos y las gratificaciones.
- 3 - Los estudios inspirados en las teorías estético – literarios.
- 4 - Los estudios culturales.
- 5 - Los estudios cualitativos de recepción.

Estas dos últimas constituyen los enfoques más recientes y en ellas, de alguna manera, convergen las demás tradiciones.

---

<sup>6</sup> Moragas Spa, Miquel. Teorías de la comunicación. Barcelona. Edit. Gustavo Gili. 1986.

### 1.1.3. Interrogantes y perspectivas en torno de la investigación en recepción en América Latina

En las últimas décadas el debate acerca de los límites y posibilidades de los estudios de recepción ha movilizó a los investigadores latinoamericanos, al aportar elementos prospectivos capaces de suscitar esfuerzos por asumir los estudios de recepción “más como un modo de muchos modos de investigar y menos como una moda”, según nos sugiere Orozco (2003)<sup>7</sup>. Las reconfiguraciones de la noción de recepción han aportado, y al mismo tiempo han provocado, nuevas indagaciones sobre las sociedades contemporáneas.

Las teorías sobre la recepción desarrolladas en Latinoamérica ocupan un significativo lugar dentro de la reflexión internacional sobre el tema, alcanzando un reconocimiento que trasciende los marcos del continente. El conjunto de enfoques sobre la recepción son diversos en sus énfasis teóricos, grado de conceptualización y niveles de aplicación empírica, (Martín Barbero, 1991)

No es hasta las décadas del 80 y el 90 que aparece un pensamiento verdaderamente latinoamericano, donde se revaloriza el papel de los receptores como sujetos activos al hacerle demandas a los medios de comunicación e incidir en la trasmisión de los mensajes, y en el que se sitúan los procesos comunicativos en el entorno de la cultura, lugar desde el que se generan y acontecen.

Las contribuciones más significativas fueron realizadas por el colombiano Jesús Martín Barbero, el argentino Néstor García Canclini, los mexicanos Guillermo Orozco, Raúl Fuentes, y el chileno Valerio Fuenzalida, aportes que a juicio de José Ramón Vidal “conceden a la producción latinoamericana contemporánea una vitalidad creativa que la eleva a los primeros planos mundiales” (Vidal, 2006).

---

<sup>7</sup> Otro balance crítico puede encontrarse en Saintout (2006).

Interesado en la cultura, Néstor García Canclini analiza los fenómenos comunicativos y dentro de ellos, el proceso de recepción. Un nuevo concepto aparece en la concepción cultural del argentino: la hibridación. Ya no es posible en Latinoamérica separar lo moderno y lo tradicional, lo culto y lo masivo de lo popular, lo nacional de lo transnacional.

En el enfoque del investigador la recepción se asume como consumo cultural, que no es más que “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (García, N., 1992).

A diferencia de Barbero, Canclini estudia la interacción y mezcla entre las culturas popular, masiva y culta, y hace hincapié en las culturas populares<sup>8</sup>. A partir de la propuesta de Néstor García Canclini sobre los estudios socioculturales del consumo, la perspectiva latinoamericana de la recepción activa cobra solidez y veracidad.

Por su parte, Guillermo Orozco se interesa por la operacionalización del proceso de las mediaciones desde la investigación empírica de audiencias. Las reflexiones acerca de la influencia de la televisión en los procesos globales de cultura y, de cómo se produce la recepción por parte del televidente posibilitaron la conformación de un enfoque integral de la audiencia.

La recepción consiste para este autor en un proceso, una interacción, para nada un momento, que no se reduce a lo que sucede mientras ocurre el contacto entre emisor y receptor, no es sólo el hecho de ver la televisión, sino todo lo que

---

<sup>8</sup> Canclini considera a las culturas populares como “el resultado de una apropiación desigual del capital cultural, una elaboración propia de sus condiciones de vida y una interacción conflictiva con los sectores hegemónicos” (García, N., 1982: 49; citado en Medina, 2000: 41).

antecede y prosigue al acto de verla. Para Orozco, la audiencia es sujeto y objeto frente a la pantalla, “no más masa amorfa y homogénea” (Medina, 2000).

“La audiencia a la que me refiero es una audiencia multisegmentada,

#### **1.1.4. Los estudios contemporáneos de recepción.**

La crisis de los paradigmas abrió espacios a nuevos entendimientos sobre la relación que se establece entre los emisores, los mensajes y los destinatarios.

*En el horizonte se perfila otro paradigma, el del reconocimiento del sujeto y la pertinencia de una teoría que parte de las percepciones de aquél, de su subjetividad, que acoja las oscilaciones de sentido, que capte la comunicación como un proceso dialogante donde la verdad, que nunca más será única, se desprende de la intersubjetividad.*<sup>9</sup> Esta cita de los esposos Mattelart sintetiza magistralmente la esencia teórica que guía los estudios contemporáneos de recepción.

No parten de cero estos estudios, son herederos de los entendimientos anteriores, en particular de la corriente de los usos y gratificaciones, de los modelos semióticos, y de los estudios culturales británicos. Ellos cambiaron la perspectiva desde la que se observaba la relación medio – receptor, introdujeron nociones esenciales como la de *lectura polisémica* o *construcción del sentido* y centraron su atención en las intrincadas relaciones entre textos y contextos.

Hay otras corrientes que se han venido desplegando durante décadas y han contribuido también a una comprensión más compleja de estos procesos nos referimos a las sociologías interpretativas, en particular el interaccionismo simbólico, la fenomenología social y la etnometodología.

---

<sup>9</sup> Mattelart, Michele y Armand. El retorno al sujeto *Diálogo de la comunicación* # 30 Lima. Junio de 1991.

Según Guillermo Orozco<sup>10</sup> el nuevo paradigma que dio origen a lo que se conoce como *investigación crítica de la audiencia*, surge como resultado de transformaciones en tres niveles diferentes:

- **El epistemológico:** Se asumió que conocer la interacción entre audiencias y medios requería como condición sine qua non, trascender la relación directa entre ambos y explorar la cultura y el contexto, tanto el específico de la recepción, como el de la audiencia, así como la combinación de intertextos que se ponían en juego, objetiva y subjetivamente por ambas partes.

- **El teórico:** Se conceptuó a las audiencias como sujetos colectivos o segmentos estructurados de acuerdo con criterios culturales, económicos y políticos, situados históricamente, productores de significados y activos en su interacción con los medios y la creación de la cultura. La recepción, entonces, quedó circunscrita no sólo al contenido de lo transmitido – percibido sino al contexto de su producción y de su recepción. Uno de los avances teóricos más recientes postula la necesidad de incluir en el análisis de recepción, mas que disciplinas en abstracto, teorizaciones específicas como *La Teoría de la Acción* de Giddens (analizada antes), *La Teoría del Cambio Social* de Touraine, o *La*

*Pedagogía de la Liberación* de Paulo Freire.

- **El metodológico:** La perspectiva adoptada, como ya hemos apuntado, es la cualitativa en sentido amplio, acogiendo diversas técnicas antropológicas, etnográficas, culturales, sociológicas, para explorar el objeto de estudio La tradición que más ha influido en los estudios contemporáneos es el enfoque de los estudios culturales nacidos en Birmingham, que en su devenir han enriquecido sus postulados con el aporte de nuevos investigadores. Entre éstos se destacan las

---

<sup>10</sup> Orozco, Guillermo. *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina* Buenos Aires. Ediciones de periodismo y comunicación. Universidad Nacional de La Plata.1997. pp.98 - 99

contribuciones de David Morley<sup>11</sup> quien tomó el camino de la investigación de corte etnográfico para continuar penetrando en la comprensión de las audiencias y de su relación con los mensajes mediáticos.

Morley define dos modos de análisis del proceso de construcción de sentido, el semiótico y el sociológico. El primero se centra en las estructuras y mecanismos internos del texto/mensaje/programa que invitan a hacer ciertas lecturas y a bloquear otras y el segundo analiza los orígenes culturales del lector/receptor/espectador. La interacción de estas dos estructuras restrictivas del proceso de construcción de sentido definirá su curso y evitará así caer en la trampa de creer que un texto puede ser interpretado de una cantidad infinita de maneras (tantas como individuos haya), como en la de suponer que los textos determinan completamente el sentido.<sup>12</sup>

Según Morley el estudio cabal del proceso de las comunicaciones masivas debe comprender al menos tres elementos diferentes:

- El estudio de la producción de los mensajes mediáticos.
- El estudio de esos productos.
- El estudio del proceso de decodificación e interpretación en el que la audiencia está activamente comprometida.

Los enfoques más lúcidos dentro de los estudios contemporáneos superan la limitación de la corriente de los usos y gratificaciones que apreciaban a un receptor aislado, que toma decisiones individuales, sobre la base de sus expectativas y necesidades personológicas.

---

<sup>11</sup> Morley, David. Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires. Amorrortu editores, 1996 pp 112, 113 y 114.

<sup>12</sup> Morley. Opus cit p.115

*Sería conveniente no concebir a la audiencia como una masa indiferenciada de individuos sino como una compleja configuración de subculturas y subgrupos superpuestos, en los que se sitúan los individuos. Si bien no podemos adoptar una posición determinista y suponer que la posición social de una persona ha de determinar automáticamente su marco conceptual y cultural, debemos tener en cuenta que los contextos sociales suministran los recursos y establecen los límites dentro de los cuales operan los individuos.<sup>13</sup>*

Morley, coincidiendo con Hall<sup>14</sup>, define tres formas de decodificación:

- Aceptación de los valores dominantes
- Negociación dentro de los valores dominantes
- Oposición a los valores dominantes

A estas formas de decodificación se corresponden similares códigos de interpretación (dominante, negociado y de oposición)

Desde luego se trata de códigos básicos que en modo alguno agotan o permiten encasillar el repertorio de códigos interpretativos existentes en una cultura determinada; son tendencias en la interpretación no categorías cerradas.

Hasta aquí la autora ha esbozado un panorama general de las orientaciones contemporáneas en los estudios de recepción y audiencias, en modo alguno

---

<sup>13</sup> Idem-p 128

<sup>14</sup> Recordar el artículo Encoding-decoding citado en el apartado de los Cultural Studies británicos. Recordar también el concepto gramsciano de hegemonía que sirve de base a esta interpretación.

comprende todas las corrientes, aportes y figuras. Nos hemos centrado en aquellos ejemplos que representan las tendencias principales y que más nos pueden ayudar en la comprensión de nuestro objeto de estudio. Esto quiere decir que la autora hecho una selección intencionada siguiendo los propósitos de nuestro trabajo y en ningún sentido, hemos pretendido mostrar un cuadro detallado del profuso escenario donde se desarrollan los estudios cualitativos de la recepción, del consumo o de las audiencias según sea la orientación teórica y epistemológica del autor.

### **1.1.5. Mediaciones y mediatización**

Los usos, o las lógicas (en plural) de los usos, es otra noción que, en el contexto de los Estudios Culturales latinoamericanos, permite distinguir la recepción mediática de la perspectiva de los usos y gratificaciones, (re)situando las interacciones comunicacionales de los receptores en el marco de la cultura y sin restringirlas a mensajes en circulación y a efectos-reacciones. Según sintetiza Martín-Barbero (1987: 240), se trata de pensar la recepción desde “los conflictos que articula la cultura, de los mestizajes que la tejen y de las anacronías que la sostienen, y en últimas del modo en que trabaja la hegemonía y las resistencias que moviliza, del rescate por tanto, de los modos de apropiación y réplica de las clases subalternas”. En *De los medios a las mediaciones*, las lógicas de los usos aparecen estrechamente relacionadas con las lógicas de producción, en la medida en que el autor apunta la necesidad de incorporar el estudio de las instancias y dispositivos concretos que forman parte de la estructura y la dinámica de la producción televisiva.

Para articular producción y recepción mediáticas, el autor propone tomar como punto de partida las mediaciones, entendidas como los “los lugares de los que provenían las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión” (Martín-Barbero, 1987: 233). Aunque en esta formulación se privilegia la televisión como objeto de estudio, las mediaciones sistematizadas por este autor han sido utilizadas por los investigadores en

recepción de América Latina tanto para la comprensión de las interacciones específicas con cada uno de los otros medios de de comunicación como para el estudio de los procesos mediáticos y comunicacionales desde una perspectiva más general.

Una primera mediación – la cotidianidad familiar- hace referencia a la familia como unidad básica de audiencia y como uno de los espacios clave de interacción con la televisión. La cotidianidad permite el alejamiento de la concepción reproduccionista que marca la reflexión sociológica sobre la familia, para rescatar a ésta como mediación social y lugar primordial de reconocimiento<sup>15</sup>. Como espacio de conflicto y poder, pero también –y principalmente- de afecto, reconocimiento y solidaridad, la familia se configura como instancia en que la televisión opera a partir de dos dispositivos: la simulación del contacto y la retórica del directo<sup>16</sup>.

Un segundo tipo de mediación propuesto por Martín-Barbero es la temporalidad social, definida como el tiempo ritual y rutinario en que la televisión forma parte y se inserta en el cotidiano -especialmente familiar- de los receptores, materializándose en una programación anclada en la rentabilidad y en el palimpsesto. Este último término es acuñado por el autor para evocar el entramado de géneros y tiempos que aparece en cada programa o texto televisivo. El género pasa a ser concebido como una estrategia de comunicabilidad que, desde una perspectiva cultural y no meramente literaria o clasificatoria, se sitúa entre la lógica del sistema productivo de televisión y las lógicas de los usos de las

---

<sup>15</sup> Algunos ejemplos de investigaciones sobre la recepción centrada en el contexto familiar son: Barrios (1992), Guadarrama Rico (1998), y Jacks y Capparelli (2006).

<sup>16</sup> Sobre la simulación del contacto y la retórica del directo, véase Martín-Barbero (1987).

audiencias. Son básicamente las reglas del género las que configuran los formatos en que el reconocimiento cultural se apoya en el ámbito de la recepción. Fundamentadas en esa noción de género, es necesario destacar el desarrollo de una serie importante de investigaciones dedicadas a la recepción de la telenovela en América Latina<sup>17</sup>.

Además, la consideración del género estimula la aparición de una tercera mediación, la competencia cultural. De esta manera, Martín-Barbero incorpora la reflexión de que la pluralidad de las lógicas de los usos de la recepción no se agota en la clase social, exigiendo así la aproximación a otros conceptos, como el de habitus, de Bourdieu. Algunos estudiosos intentaron avanzar en la apropiación de la idea de habitus y probaron a considerarlo como un conjunto de esquemas más flexibles e híbridos, no definidos rígida y únicamente por la posición del agente en la estructura social, y posibles de ser alterados en la trayectoria de los individuos, especialmente a partir de los diferentes procesos de hibridación cultural<sup>18</sup>.

En el contexto latinoamericano, Guillermo Orozco Gómez se sumergió en el estudio de estas mediaciones planteadas por Martín-Barbero. El objetivo de Orozco es proporcionar una herramienta metodológica adecuada para su aplicación, a partir de sus trabajos empíricos –muchos de los cuales se enmarcan en proyectos de educación para la comunicación y tratan la televisión. Al igual que Martín-Barbero, Orozco entendió la mediación como una instancia cultural desde donde los receptores producen y se apropian del significado y sentido, acuñando el término de televidencia para referirse al complejo proceso de interacción entre la audiencia y la televisión. Las mediaciones no proceden únicamente de los

---

<sup>17</sup> Entre otros, González (1998), Bonin (2002), Lopes (2002), Marques (2004) y Fuenzalida (2007).

<sup>18</sup> Un ejemplo de este tipo de trabajos sobre la competencia cultural es el estudio sobre identidad étnica y recepción televisiva de la investigadora brasileña Jiani Bonin (2006a).

medios, de los géneros de los programas o de los mensajes, sino de fuentes diversas –internas y externas, anteriores y posteriores al proceso de recepción-, así como de las experiencias individuales y colectivas de los sujetos integrantes de la audiencia. Como consecuencia de su propia trayectoria investigadora, Orozco llegó a formular (y re-formular) distintas tipologías de mediaciones en el marco de una noción más amplia que denominó mediaciones múltiples (Orozco Gómez, 1993).

### **1.1.6 La perspectiva de los usos y gratificaciones.**

Esta perspectiva de la investigación de la comunicación de masas norteamericana parte de la teoría estructural - funcionalista de Parson y en particular de su aplicación al estudio de los sistemas comunicativos realizado por Lasswell y Merton; su rasgo esencial radica en que abandona la óptica tradicional del estudio de efectos que puede resumirse en la pregunta, ¿Qué hacen los medios con las gentes? y asume la mirada opuesta al preguntarse, ¿Qué hacen las gentes con los medios?

La base de partida de esta corriente de estudios está en la teoría funcionalista sobre los medios de comunicación, Veamos algunos de sus planteamientos esenciales. Este enfoque se caracteriza básicamente por propiciar una visión global del sistema de comunicación de masas con el fin de explicar las funciones que este cumple en la sociedad. Este es el punto de mayor diferencia respecto a las teorías precedentes: el tema de fondo ya no es sobre los efectos sino sobre las funciones desarrolladas por la comunicación de masas en la sociedad.

En el desarrollo de la Mass Communication Research norteamericana la teoría funcionalista ocupa una posición muy precisa que consiste en definir la problemática de la comunicación masiva a partir del punto de vista de la sociedad y de su equilibrio, desde la perspectiva del funcionamiento global del sistema social y de la contribución que sus componentes le aportan. Lo que define el interés de esta corriente no es la dinámica interna de los procesos comunicativos,

sino la dinámica del sistema social y el papel desempeñado en ella por la comunicación social.

El estructural - funcionalismo analiza a la sociedad como un sistema complejo, que tiende al mantenimiento del equilibrio, compuesto por subsistemas funcionales, cada uno de los cuales tiene la misión de resolver uno o varios problemas fundamentales del sistema en su conjunto.

Tanto Manuel Martín Serrano<sup>19</sup> como Mauro Wolf<sup>20</sup> citan como ejemplo de teoría mediológica funcionalista el modelo presentado por Ch. Wright en ocasión del IV Congreso Mundial de Sociología (Milan, 1959). En él se describe una estructura conceptual que debería permitir recopilar, de acuerdo a la óptica funcionalista, las complejas relaciones entre la comunicación y la sociedad.

La aplicación de la teoría funcionalista en las investigaciones de usos y gratificaciones se enmarca en el estudio de las funciones individuales. Estos se centran en la conducta individual y en los motivos de los individuos para usar los medios de comunicación. Intentan develar los motivos por los que la gente presta atención a los medios en general y a algunos canales y mensajes en particular, que satisfacciones esperan y reciben las personas de los medios y que usos (aplicaciones) hacen las gentes de los resultados obtenidos al prestar atención a los medios.

El resultado de estas indagaciones es también la presentación de listas de funciones individuales en relación con el uso de los medios.

Una interesante genealogía de estos estudios fue hecha por Katz, Blumler y

---

<sup>19</sup> Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia...1976 p.134

<sup>20</sup> opus cit. P.73

Gurevicht.<sup>21</sup> Ellos sitúan los orígenes de estas investigaciones en los trabajos sobre las gratificaciones que los medios proporcionan a sus públicos realizadas por Lazarsfeld y Staton en los años 1942, 1944 y 1949; la investigación sobre los programas de preguntas y respuestas y sobre los seriales radiofónicos hecha por Herzog en 1942; la investigación sobre los programas radiales de música clásica

Ellos concluyen que estas investigaciones tuvieron en común hacer preguntas directas y abiertas a los usuarios, hacer un enfoque cualitativo en su intento de agrupar las declaraciones sobre gratificaciones en categorías ya designadas sin registrar la distribución de su frecuencia en la población, no establecieron vínculos entre gratificaciones y necesidades, además de que omitieron las interrelaciones entre las diversas funciones de los medios.

A su vez se produjeron exploraciones desde otros ángulos que también sirvieron de antecedentes al enfoque de usos y gratificaciones entre las que se destacan el trabajo de Eric Fromm titulado *Funciones psicológicas de los dibujos animados del gato y el ratón*. En la década de los 50, se realizaron diferentes estudios que tendían a correlacionar el uso de los medios, principalmente por parte de los niños, con los niveles de integración social, con padres, maestros, coetáneos etc.

Estas investigaciones tuvieron el mérito de destacar la importancia de la relación entre el uso de los medios, la disposición psicológica y la ubicación social.

A partir de todos estos antecedentes se desarrolló en los EE.UU., Gran Bretaña, Suecia, Finlandia, Japón e Israel una fuerte línea de investigación, que en su conjunto, otorgan operatividad a muchos de los pasos lógicos que sólo se

---

<sup>21</sup> Katz, Blumler y Gurevicht. Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. En: Moragas Spa Miquel.

Sociología de la comunicación de masas México. Editorial Gustavo Gili. tomo tres tercera edición, 1993.. p 130 ....

encontraban implícitos en los trabajos anteriores, constituyendo el aporte empírico más dinámico e importante dentro del funcionalismo.

Katz, Blumler y Gurevicht<sup>22</sup> sintetizan la esencia de estos estudios en la expresión siguiente: *Se ocupan de: los orígenes sociales y psicológicos de las necesidades que generan expectativas respecto a los medios de masas y otras fuentes, lo que conduce a esquemas diferenciales de exposición a los medios (o dedicación a otras actividades), lo que resulta en gratificaciones de la necesidad y otras consecuencia tal vez en su mayoría involuntarias.*

Estos autores señalan 5 elementos fundamentales en el modelo de usos y gratificaciones:

1- Se concibe al público como activo. Una buena parte del consumo de medios masivos puede ser considerada como una respuesta a necesidades sentidas por los miembros de la audiencia. Estas necesidades pueden ser atendidas igualmente recurriendo a otras fuentes de gratificaciones ajenas a los medios, tales como, la familia, los amigos, y otras alternativas funcionales.

Caracterizando al uso de medios como un proceso interactivo, que relaciona el contenido de las comunicaciones de masas, con las necesidades, percepciones, papeles y valores individuales, con el contexto social en el que la persona está situada.

2- Corresponde al miembro del público buena parte de la iniciativa de vincular la gratificación de la necesidad y la elección de los medios.

3- Los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades.

---

<sup>22</sup> 64 ídem. P 140...

4- Desde el punto de vista metodológico: Las personas son suficientemente conscientes como para poder informar sobre su interés y su motivo en casos determinados, o por lo menos para reconocerlos cuando se ven confrontados con ellos en una formulación verbal inteligible y familiar.

5- Los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación masiva debe quedar en suspenso mientras se exploran en sus propios términos las orientaciones del público. *Quienes siguen el enfoque de los usos y gratificaciones no están dispuestos a retratar la vinculación del público con la comunicación masiva como si fuera una relación intrínsecamente patológica.*

Desde el trabajo de Katz, Blumler y Gurevicht, citado anteriormente se desarrollaron múltiples investigaciones que ahondaron en la índole de los motivos, anticiparon las gratificaciones y los usos que se esperan de los medios y condujeron a una revisión teórica del enfoque.

## **1.2. Marco Referencial**

### **1.2.1. Una ojeada al periódico *Escambray***

El periódico *Escambray*, Órgano Oficial del Comité Provincial del Partido en Sancti Spíritus, surgió el 4 de enero de 1979 como respuesta a la necesidad de que existiera en el territorio una publicación con características locales capaz de divulgar el esfuerzo del pueblo, contribuir al trabajo político e ideológico, y reflejar para la historia los éxitos y reveses de los espirituanos. Impulsado por tales objetivos se materializó, en el año XXVI del asalto a los cuarteles Moncada y Carlos Manuel de Céspedes, el viejo anhelo de contar con un diario en la joven provincia que surgió al calor de la división político administrativa de 1976. A pesar de los 34 años de fundado *Escambray*, no ha perdido su matiz sentencioso que lo calificó desde los propios inicios. Ya lo sentenció Joaquín Bernal, primer secretario del Partido cuando se constituyó el medio de prensa:

“Si no hay periódico no hay provincia” (Bernal; citado en Sotolongo, 2007). El nombre del periódico surgió de una consulta popular de donde afloraron varias propuestas; entre estas sobresalieron *Siga la marcha* y *El espirituano*. Finalmente el Comité Provincial del Partido aprobó denominarlo *Escambray*.

Para ello se consideró, esencialmente, el simbolismo de esta región montañosa, escenario de importantes acontecimientos históricos en la última etapa de la guerra de liberación nacional, y de la Lucha Contra Bandidos (LCB). Fe Dora Fundora, Juan Ruch, Pastor Guzmán, Raúl García, Lilia Sánchez y José Camellón fueron los responsables de aquellos titulares e informaciones iniciales en los que se anunciaba el nacimiento de la Policía Nacional Revolucionaria, los alegres de la zafra en el central Melanio Hernández y el quehacer de los apicultores.<sup>23</sup>

La llegada del período especial obligó a la búsqueda de otras alternativas. La salida una vez por semana, aunque desilusionaba a aquellos reporteros acostumbrados al cierre diario, se erigía como única opción para mantener el periódico en las calles.

Sin embargo, pese a la escasez de recursos, cambios novedosos apreciaron los receptores: a partir de 1996 las ediciones comenzaron a hacerse computarizadas y se sustituyeron las viejas rotativas de principios del siglo XX por la impresión *offset*, técnica todavía utilizada y que permite renovar fotos y textos. Asimismo, por esas fechas se introdujo en sus páginas el **Ojo Crítico**, sección que obligó a la polémica, y los lectores recuperaron su espacio con las cartas remitidas a la Dirección.

Pero un nuevo nacimiento en el 2000 clamó los cuidados de los cerca de 40 trabajadores de *Escambray*: la versión digital del órgano. Otra vez el 4 de enero volvía a ser noticia en las tierras del Yayabo con el surgimiento de la web. Los profesionales de la palabra acudieron presurosos a llenar las páginas digitales que

---

<sup>23</sup> Inicialmente el periódico sólo contaba con cuatro páginas grandes y se editaba de martes a domingo.

aún recorren el mundo cada día, transmitiendo la realidad de los habitantes de esta villa cuatro veces centenaria al resto del mundo. (Sotolongo, 2007)

La web se ha enriquecido desde entonces considerablemente con seis nuevos espacios, “uno de ellos dedicado a los **Cinco Héroes Prisioneros del Imperio**, además de los sitios **Che entre nosotros**, **Bandidismo en Las Villas**, **Camilo**, **el Señor de la Vanguardia**. Se han incorporado, además, como elementos de interactividad un Foro de Opinión y un Servicio de Noticias directo al Correo Electrónico” (Rodríguez, C., 2004: 5).

Los Festivales Nacionales de la Prensa Escrita llegaron para premiar a los mejores en los inicios del milenio. A la vuelta de estas ocho ediciones, *Escambray* –tanto en su versión impresa como digital– acumula 26 distinciones, premios y reconocimientos, lo que demuestra el rigor en el quehacer de sus profesionales.

“Aquella inmediatez informativa que mandaba en la mayoría de las páginas del diario quedó desplazada por materiales generalmente más reflexivos y elaborados, que demandan mayor investigación, un uso más acabado de lenguaje, creatividad superior, temas más universales. A nuestros precursores los aguijoneaba la cantidad, a los contemporáneos, la calidad” (Borrego, M. L., 2004: 8).

En carta de Esteban Lazo Hernández, miembro del Buró Político, a propósito del aniversario 25 del órgano de prensa, reconocía: “Orgullosos nos sentimos de la labor de *Escambray* que ha sabido ganarse en los últimos años un lugar de honor en el Periodismo Revolucionario Cubano”.

Dos suplementos surgieron: **Vitrales**, en 1987, en el que se refleja el devenir artístico del territorio, y que ya se erige entre los primeros del país; y **El Arriero**, dirigido a los montañeses.

### **1.2.2. Filial Universitaria Municipal “Enrique José Varona”, de Taguasco.**

A partir de los cambios que se producen en la enseñanza superior en Cuba y con el fragor de la Batalla de Ideas, en el municipio de Taguasco, en el año 2002, se funda la SUM, la que adquiere el nombre “Enrique José Varona”, a partir del año 2007, cita en calle Martí , número 216 , Consejo Popular Zaza del Medio.

Desde sus inicios contó con el apoyo del PCC, el gobierno, la UJC, organismos y organizaciones del territorio.

Desde sus inicios, en Zaza se impartían las clases de las carreras de Humanidades. En la cabecera municipal, Taguasco, se contaba con un local para la EFTS “Agapito Moya”, que fue entregado por el gobierno en el curso 2005-2006, además en este consejo se radicaba la carrera de Agronomía, en la empresa Tabacalera y otras correspondientes a las carreras de Contabilidad y ESC. En el Consejo Popular de Tuinucú residía la subsede “Melanio Hernández”, de la TAR, donde se desarrollaban las carreras de Ingeniería Industrial, Proceso Agroindustrial y Contabilidad y Finanzas.

Debido a la disminución de las matrículas en la FUM, se decidió concentrar todas las carreras en el Consejo Popular Zaza del Medio desde el 2010. En el local que ocupa la ESBU de la localidad se imparte la docencia los fines de semana.

Para lograr un trabajo de conjunto con los objetivos que garanticen la definición de metas de trabajo a corto, mediano y largo plazo en los diferentes procesos que hoy existen y además alcanzar niveles de exigencia que posibiliten el desarrollo universitario en el territorio, ocurriendo la necesaria división, adecuación de tareas y la imprescindible integración, se tienen en cuenta la misión, visión y valores compartidos que se reflejan a continuación:

#### **MISIÓN**

La Filial Universitaria Municipal de Taguasco es parte de la Universidad Territorial Universalizada Sustentable y forma de manera continua profesionales integrales,

identificados con la historia y las mejores tradiciones del territorio y el país, capaces de promover la satisfacción de las necesidades del municipio y el desarrollo de la sociedad, lo que es posible en gestión compartida con las entidades, lo que permite el amplio acceso con calidad para todos los taguasquenses.

## **VISIÓN.**

Se consolida su comunidad universitaria como fiel exponente de los principios revolucionarios, los valores patrios y el socialismo. El claustro está altamente comprometido con la Revolución, en correspondencia con los valores de la Organización

Se alcanzan niveles cualitativamente superiores en la formación integral de los estudiantes, comprobable a través del sistema de evaluación que posee el Ministerio de Educación Superior.

La interdisciplinariedad y la consolidación del trabajo por proyectos tanto nacionales como internacionales, permite el financiamiento de los principales grupos científicos y con ello se logra potenciar la generación de conocimientos y tecnologías. Se han mejorado las estructuras y métodos de dirección.

El liderazgo participativo caracteriza el estilo de dirección de sus cuadros. Se incrementa gradualmente el por ciento de profesores con categorías científicas y los que poseen categoría principal.

Se satisfacen las necesidades de la universalización a partir de la consolidación de las Filiales Universitarias Municipales, las que cuentan con un claustro preparado y una cultura organizacional que se refleja en la calidad de la formación.

Se alcanza un mayor protagonismo en la informatización del territorio y se generaliza la de los procesos universitarios, con énfasis en la virtualización del aprendizaje y la investigación.

La consolidación de la Gestión Económico Financiera de la organización, permite incrementar los niveles de aseguramiento material y financiero, su eficiencia y eficaz uso y control.

Las actividades de postgrado, de preparación y superación satisfacen las necesidades de formación continua de los profesionales y cuadros del territorio con la calidad que demanda el desarrollo económico, social y cultural del municipio y la provincia.

La infraestructura responde al desarrollo de los procesos sustantivos de la FUM con acciones concretas y con una red que asegura las TIC.

Se amplía la efectividad de la colaboración internacional expresado en la contribución al desarrollo, la captación de recursos y el internacionalismo.

La prevención y el control hacia cualquier tipo de manifestación de corrupción, ilegalidad, fraude, delito o vicio, forman parte de la cultura organizacional. No hay uso indebido de drogas.

#### **Bases legales de la investigación:**

Se tuvo en cuenta los documentos normativos para analizar la retroalimentación de las ediciones impresas de los periódicos.

## CAPÍTULO II ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Este capítulo está dedicado a integrar el estudio hecho anteriormente en el que se abordan diferentes aspectos históricos y conceptuales de los estudios de recepción y los metodológicos para el estudio específico de la temática Universidad en las páginas de *Escambray* dentro de los Trabajadores y estudiantes de la Filial Universitaria Enrique José Varona, de Taguasco.

### **Acceso al campo**

Para esta investigación se visitó la dirección de *Escambray*, donde se consultó con directivos del centro la pertinencia de realizar un estudio que valore la aceptabilidad de la temática Universidad en los trabajadores y estudiantes de la Filial Universitaria Enrique José Varona del municipio Taguasco y describir en qué nivel satisface sus necesidades. Además se obtuvo en la redacción información acerca de quiénes son los periodistas que más abordan dichas temáticas y se puso a disposición de la investigadora las áreas y trabajadores de la empresa.

La investigación comienza en el mes de enero de 2012 con la duración de tres meses, en este caso la investigadora desempeña un rol protagónico y determinante para el correcto desarrollo de la investigación.

Se ha tenido como principio de organización que, los intercambios tengan lugar siempre en momentos en los cuales no se afecten las actividades laborales.

La autora propicia las condiciones que permitan un ambiente distendido y de cooperación, que impulse a participar activamente en cada sesión de trabajo a los implicados.

## **Selección de los informantes**

La autora de la investigación seleccionó a 2 trabajadores de diferentes departamentos, para de esta forma obtener la información deseada sin que se sintieran vigilados y posteriormente hacer el análisis de la información obtenida y compararla con el resto de los instrumentos aplicados.

## **Procedimiento para la recogida de información**

La autora visitó en varias ocasiones el periódico Escambray, la observación participante fue la primera técnica empleada, además de consultar los todos los periódicos publicados en los años 2010-2011 y conversar con la subdirectora del semanario y la periodista que escribe sobre el tema.

## **Abandono del campo**

Se terminó el trabajo de campo cuando se concluyó la recogida de información con las encuestas y las entrevistas, y se estimó que los datos se repetían y ya no aportaban elementos novedosos a la regularidad detectada en el terreno sobre el problema estudiado.

## **Procesamiento de la información**

Se efectuó la codificación de manera cualitativa, agrupando por dimensiones la información para poderla integrar y discriminar. Esto permitió realizar una caracterización lo más exacta posible de la categoría audiencia.

Finalmente la triangulación de toda la información obtenida permitió no obviar las posibles incoherencias provenientes de las diferentes técnicas, medir los polos de la información, para encontrar una justa explicación de la categoría audiencia, garantizando un acercamiento más fehaciente a la realidad estudiada a partir de relacionar todos y cada unos de los segmentos concebidos.

## **Resultados de la entrevista a la periodista Delia Proenza Barzaga, que escribe sobre la temática Universidad y a Giselle Morales, subdirectora del Periódico Escambray. (Anexo 2 y 3)**

Según expone la periodista Delia Proenza Barzaga en la entrevista realizada, a su juicio no existe el tema Universidad, sino una temática que trata diferentes aspectos del acontecer de esta y sus sedes municipales que tienen relevancia para ser tratados periódicamente y se incluyen dentro del tema Educación.

Son abordados asuntos que no sólo influyen directamente en los estudiantes, sino también en todos los trabajadores, ya sean docentes y no docentes. Entre las temáticas relacionadas con la Universidad que más solicitan los lectores, por las propias características de esta enseñanza se encuentran: eventos científico técnicos, resultados relevantes, visita de ministro y otros directivos del Ministerio de Educación Superior, inicio y culminación del curso escolar, visita de artistas, invitados por las organizaciones estudiantiles universitarias, otorgamiento de carreras, entre otras.

Los temas, en ocasiones, han sido sugeridos por la dirección del periódico, la mayoría de las veces parten del propio conocimiento de la periodista acerca del quehacer de la Universidad ya que existen nexos estrechos entre la periodista y la fuente y entonces la dirección del periódico lo aprueba o no según su importancia, otra vez ella se acerca a la Universidad para saber si hay algo nuevo con interés noticioso o relevancia y merite ser publicado y no pocas veces la dirección de la Universidad es quien invita a la prensa para que esté presente en algún momento especial. También son orientados a través de las reuniones de prensa desarrolladas por el Departamento Ideológico del Comité Provincial del Partido, a las cuales asisten los directivos del semanario y las fuentes cuando tienen interés de publicar del tema.

La prioridad que tiene cada temática depende de diferentes aspectos y momentos de la Educación Superior y se trata de actuar en consecuencia con eso, tratando siempre de que el tema suscite repercusión entre la población, captando su

atención mediante el tratamiento de temas novedosos, que estén en boga y represente realmente sus aspiraciones, utilizando un lenguaje asequible, sencillo, directo y sin frases rebuscadas, con crítica cuando es oportuno y con elogio cuando es preciso, pues se escribe pensando en un público heterogéneo.

A decir de Gisselle Morales Rodríguez, subdirectora del periódico Escambray, que coincide plenamente con lo expresado por la periodista del tema, en todos los aspectos referidos, se trata de distribuir los trabajos educacionales, que no siempre se hable de la misma enseñanza y que todos no tengan el mismo enfoque.

No sólo se habla de la Universidad, es importante resaltar que también se apoyan en las voces autorizadas de la misma, conformadas por profesionales que allí laboran y se tienen en cuenta para tratar otros temas.

También existen publicaciones sobre la temática Universidad en la página web del periódico, la cual posee una amplia cobertura como para publicar algunos trabajos que no tienen interés para el semanario y además con una mayor frecuencia.

Uno de los logros en el tratamiento de la temática Universidad, es conjugar las peculiaridades de la enseñanza con el lenguaje. De acuerdo con las encuestas realizadas, el 100% de los encuestados (35 en total) manifestó lo asequible del lenguaje, lo que propicia una mayor comprensión de los temas abordados.

Según las consideraciones de los propios trabajadores y estudiantes el lenguaje es adecuado, razonado, argumentado y tiene como propósitos esenciales, aconsejar, instruir y desde luego, informar.

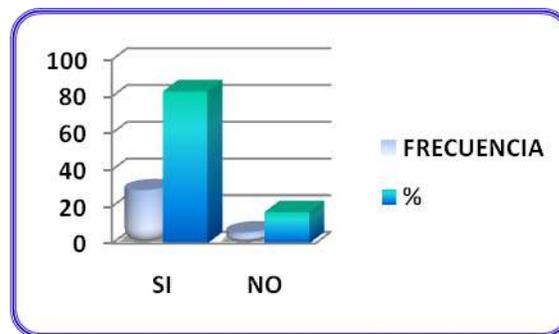
Según Gisselle Morales, pese a la carencia de mecanismos para retroalimentarse en relación con el impacto de la temática, deducen que por la calidad de los trabajos, el lenguaje asequible y la opinión de algunas personas que se han acercado a la periodista, mucho de los productos comunicativos que publica Escambray resultan de interés para el público universitario.

**Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes y trabajadores de la Filial Universitaria “Enrique José Varona”, del municipio de Taguasco. (Anexo 1)**

1. El 82.8% de los encuestados leen el Periódico *Escambray*, sin embargo existe un 17.1% de esta población que no lo leen porque alegan que no tienen tiempo para leerlo o porque no lo reciben.

**Tabla 1. Leen el periódico Escambray:**

	FRECUENCIA	%
SI	29	82.8
NO	6	17.1



a) El 11,4 % de los que no leen el periódico, refieren que no lo reciben, y un 5,7 % plantean que no tienen tiempo.

**Tabla 2. No lo lee por:**

RAZONES	FRECUENCIA	%
NO LO CONOZCO	0	0
NO ME INTERESA	0	0
NO TENGO TIEMPO PARA LEERLO	2	5.7
LO LEI UNA VEZ Y NO ME MOTIVO	0	0
OTRAS	4	11.4



Fuente: Elaboración propia



2. En cuanto a la frecuencia de lectura, más de la mitad de los encuestados, es decir, el 54,2 afirman que lo hacen a veces, en tanto el 28,5 plantea que siempre.

Tabla 3. Frecuencia de la lectura:

	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	10	28.5
A VECES	19	54.2
CASI NUNCA	0	0

Fuente: Elaboración propia

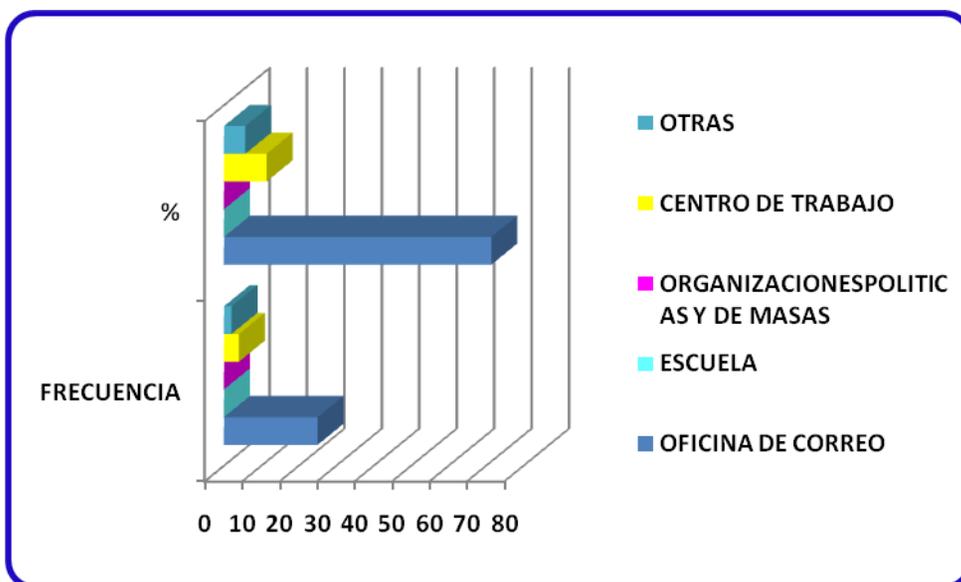


3. Mediante la encuesta aplicada a 35 trabajadores y estudiantes, se conoció que reciben el rotativo por diferentes vías. Por ejemplo el 71.4% lo recibe por vía de acceso correo, los cuales se entregan en su casa. El 11.4% lo obtienen mediante los centros de trabajos, el resto los compran en los puntos de ventas o lo leen encasa de algún vecino, esto abarca el 5.7%.

Tabla 4. Vía por la que recibe el periódico:

	FRECUENCIA	%
OFICINA DE CORREO	25	71.4
ESCUELA	0	0
ORGANIZACIONES POLITICAS Y DE MASAS	0	0
CENTRO DE TRABAJO	4	11.4
OTRAS	2	5.7

Fuente: Elaboración propia

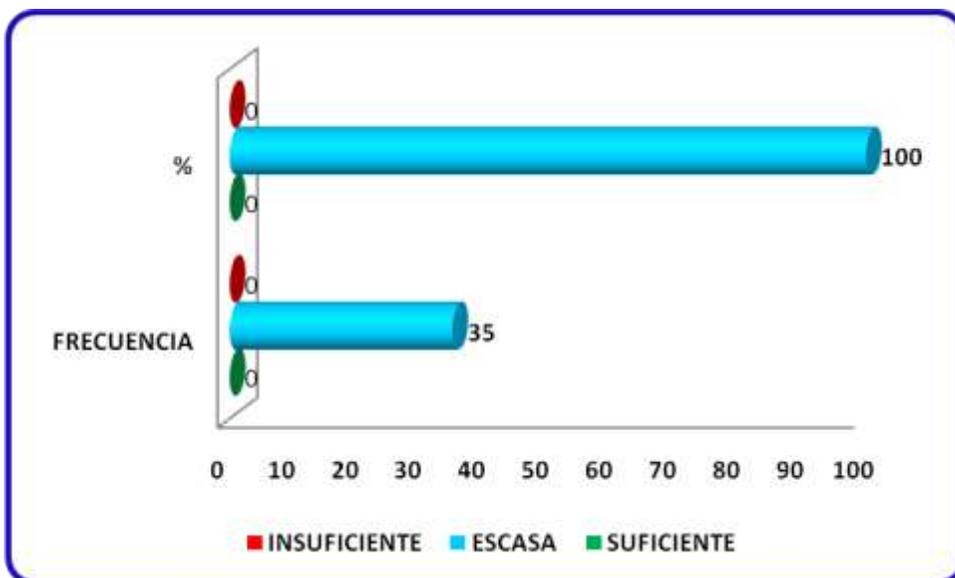


4. Todos los encuestados consideran que la distribución del periódico en la zona de residencia es escasa

**Tabla 5.** Distribución del periódico en su zona:

	FRECUENCIA	%
SUFICIENTE	0	0
ESCASA	35	100
INSUFICIENTE	0	0

Fuente: Elaboración propia

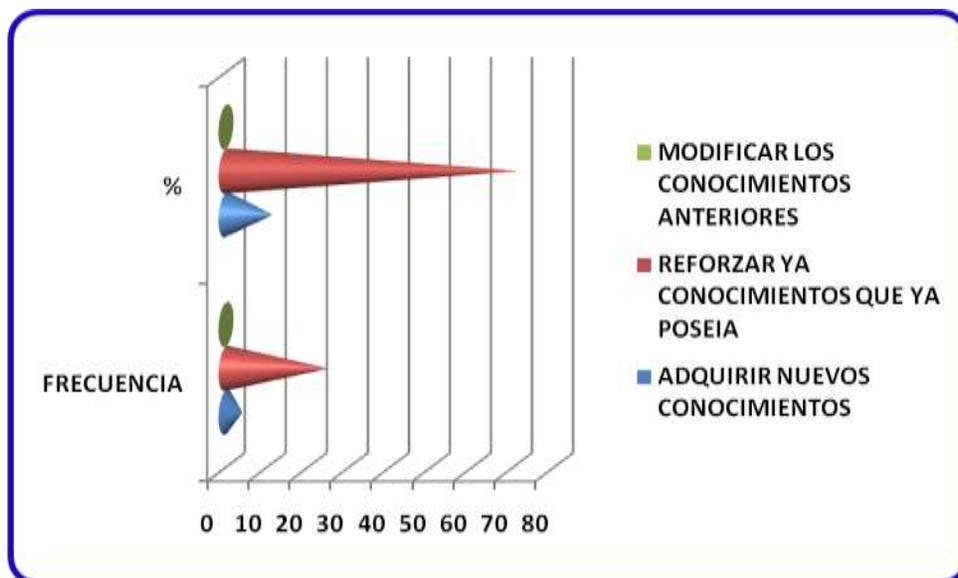


5. Al indagar qué usos hacen los encuestados de los trabajos publicados, se conoció que el 11.4%, es decir 4 de ellos, adquiere nuevos conocimientos con los textos y la mayoría de ellos, el 71.4% refuerza sus conocimientos.

**Tabla 6.** Logros con la lectura del periódico Escambray:

	FRECUENCIA	%
ADQUIRIR NUEVOS CONOCIMIENTOS	4	11.4
REFORZAR YA CONOCIMIENTOS QUE YA POSEIA	25	71.4
MODIFICAR LOS CONOCIMIENTOS ANTERIORES	0	0

Fuente: Elaboración propia

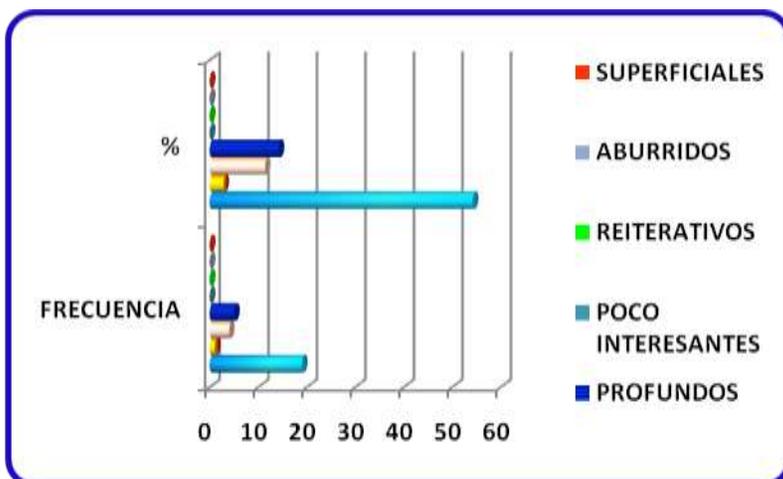


6. Cuando se le preguntó a la muestra cómo consideraban los trabajos sobre los temas referidos a la Universidad, el 54.2% respondió que le resultaba interesante, bajo, si se tiene en cuenta lo manifestado por los directivos del medio, solo el 2.8% expresó que le resulta novedoso, razón que avala la búsqueda de mecanismos para conocer los verdaderos intereses de los trabajadores y estudiantes de la Universidad y su objetivo en la misma. Tal como se muestra en la Tabla No. 1 el 11.4% refiere que le resultan amenos y un 14.2% los encuentran profundos.

**Tabla 7.** Los trabajos publicados le resultan.

	FRECUENCIA	%
INTERESANTES	19	54.2
NOVEDOSOS	1	2.8
AMENOS	4	11.4
PROFUNDOS	5	14.2
POCO INTERESANTES	0	0
REITERATIVOS	0	0
ABURRIDOS	0	0
SUPERFICIALES	0	0

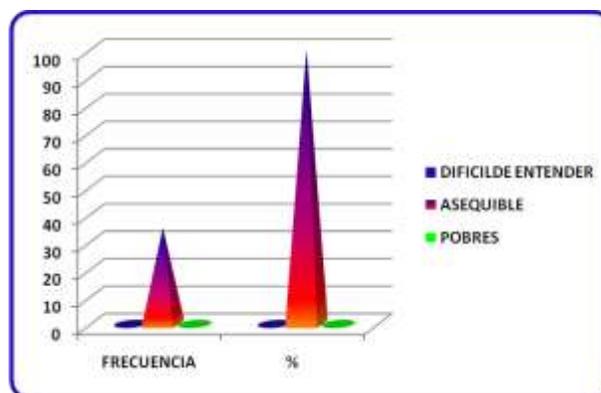
Fuente: Elaboración propia



7. Todos los encuestados opinan que el lenguaje utilizado es asequible para un 100 %.

**Tabla 8.** Lenguaje de los trabajos publicados

	FRECUENCIA	%
DIFICILDE ENTENDER	0	0
ASEQUIBLE	35	100
POBRES	0	0

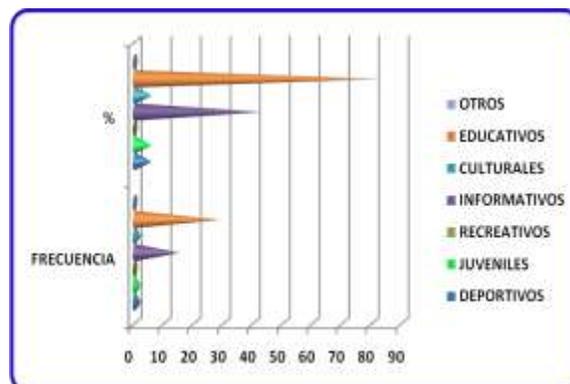


Fuente: Elaboración propia

8. Sobre las temáticas que prefieren la mayoría de los encuestados se conoció que el 82.8% prefiere los temas educacionales, el 42.8% se inclinan por los informativos; mientras los culturales, juveniles y deportivos son los menos preferidos con solo un 5.7%.

**Tabla 9.** Prefieren los temas.

	FRECUENCIA	%
DEPORTIVOS	2	5.7
JUVENILES	2	5.7
RECREATIVOS	0	0
INFORMATIVOS	15	42.8
CULTURALES	2	5.7
EDUCATIVOS	29	82.8
OTROS	0	0

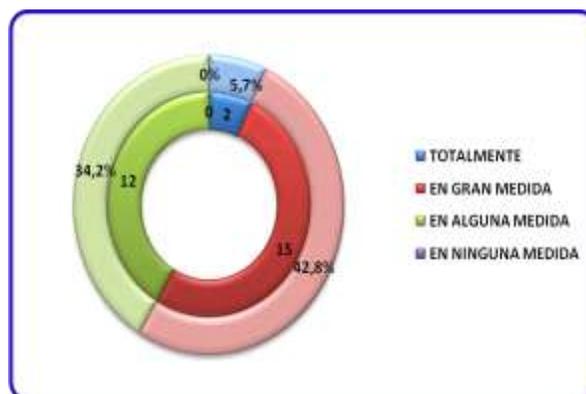


Fuente: Elaboración propia

9. Teniendo en cuenta los intereses de los trabajadores y estudiantes de la Universidad y los trabajos de este corte publicados en ese período, los encuestados, un 34,2 %, dijeron sentirse representados en alguna medida, el 42.8% en gran medida, y otros, la minoría, el 5.7% totalmente satisfechos.

**Tabla 10.** Se sienten representados con los temas:

	FRECUENCIA	%
TOTALMENTE	2	5.7
EN GRAN MEDIDA	15	42.8
EN ALGUNA MEDIDA	12	34.2
EN NINGUNA MEDIDA	0	0



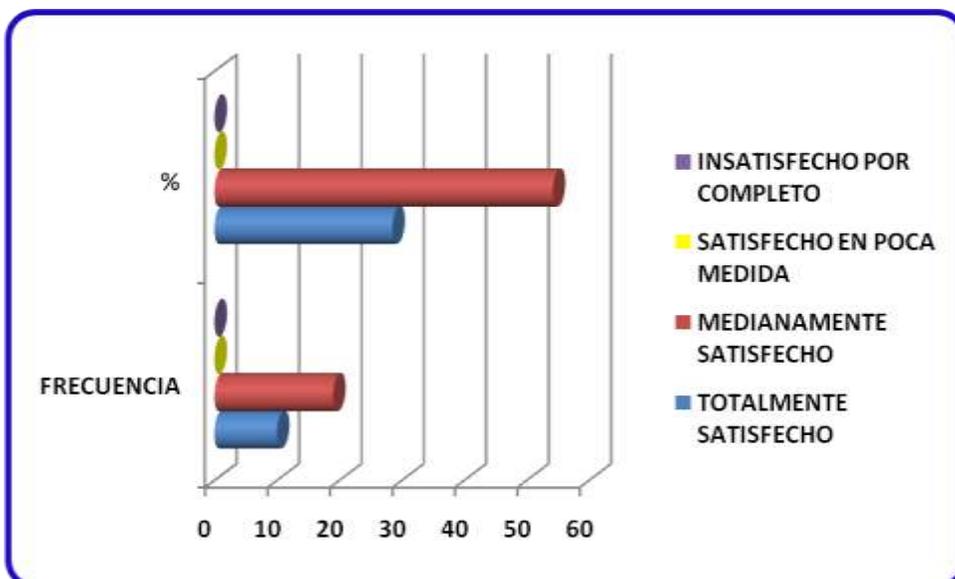
Fuente: Elaboración propia

10. En relación con el nivel de satisfacción, sólo un 28,5 se siente totalmente satisfecho y más de la mitad, el 54,2 % medianamente satisfecho.

**Tabla 11.** Con los temas publicados se siente:

	FRECUENCIA	%
TOTALMENTE SATISFECHO	10	28.5
MEDIANAMENTE SATISFECHO	19	54.2
SATISFECHO EN POCA MEDIDA	0	0
INSATISFECHO POR COMPLETO	0	0

Fuente: Elaboración propia

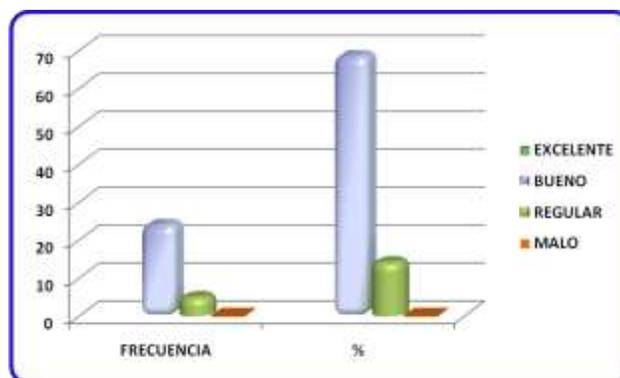


11. El periódico Escambray ocupa el segundo lugar en el espectro de opciones de los estudiantes y trabajadores de la Filial Universitaria “Enrique José Varona” del municipio Taguasco para informarse. La mayoría lo leen y manifiestan la profundidad del semanario en el tratamiento de los temas.

12. Los temas publicados sobre la Universidad son valorados por un 68,5 % de buenos, y el 14,2 % de regular.

**Tabla 12.** Integralmente valora los temas sobre la Universidad:

	FRECUENCIA	%
EXCELENTE		
BUENO	24	68.5
REGULAR	5	14.2
MALO		



Fuente: Elaboración propia

## Características de la muestra

### Edad

La Filial Universitaria Municipal “Enrique José Varona”, de Taguasco cuenta con 52 trabajadores y 279 estudiantes, donde predomina el sexo femenino, por lo que se puede apreciar el papel de la mujer en esta enseñanza. Está constituido, mayoritariamente por personas, cuya edad promedio oscila entre 20 y 50 años. Sus integrantes proceden generalmente de la clase obrera con 151 miembros, campesinos 80, e intelectuales 100.

Los estudiantes tienen la oportunidad de continuar estudios postgraduados en la propia FUM que contribuyan en su profesión. En la actualidad ya cuentan con 15 graduados universitarios.

### **Actividad que realizan**

Los profesores se encuentran impartiendo docencia en la FUM, y los estudiantes, todos están vinculados, unos en el sector estatal y otros son cuentapropistas.

### **Nivel de escolaridad**

Referido al nivel de escolaridad de los encuestados el grupo de los estudiantes poseen el 12mo grado, lo que se debe en lo fundamental a que se encuentran cursando estudios superiores, en cuanto a los trabajadores encuestados, todos son universitarios

### **Resultados del Análisis de contenido. (Anexo 4)**

#### **Géneros periodísticos en que se aborda el tema**

Al indagar sobre las modalidades periodísticas empleadas para tratar las temáticas relacionadas con los jóvenes durante el período analizado, se percibe que de los 9 trabajos considerados en la muestra para este estudio, predomina la información con 77.7% (7), 1 Reportaje, 11.1% y 1 comentario, que representa el 11.1%, por lo que no se aprecia un balance de género en el tratamiento de la temática.

En todos los casos el apoyo gráfico se correspondía con la prominencia dada al tema. Se recomienda incentivar la redacción de comentarios de interés para este público porque en la muestra seleccionada solo se publicó uno, aún cuando este género resulta adecuado para exponer argumentos y formar valores en ese grupo poblacional.

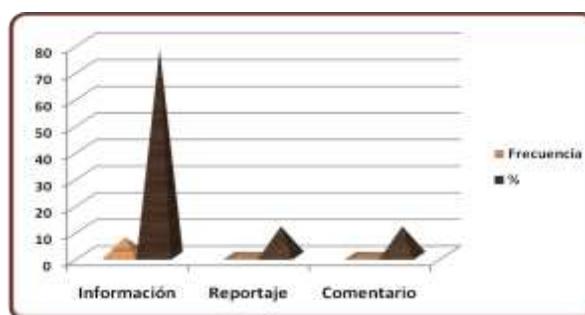
#### **Despliegue de los textos y ubicación de las páginas**

En cuanto al acápite referido al despliegue de los textos, este es alto en todos los trabajos analizados (100%) ya que 2 de ellos se encuentran en la portada, muestra de la importancia que le conceden los directivos del medio de prensa a la

temática, aun cuando no la abordan con la frecuencia y la profundidad que prefiere la población. Indistintamente, uno de los trabajos se ubica en las páginas 2, referido a Géneros de Opinión y los demás en las páginas 3, que es informativa y en la 5, donde se publican trabajos de fondos.

A muchos de los textos se les realiza en la primera plana un llamado dada la repercusión del tema, se le agrega una foto o ilustración, que motive a la búsqueda y lectura del trabajo.

	Frecuencia	%
Información	7	77,7
Reportaje	1	11,1
Comentario	1	11,1



### Apoyo gráfico en los trabajos periodísticos.

El tratamiento de los elementos gráficos considerados para la presente investigación puede catalogarse como bueno, solo uno de los escritos no cuenta con este complemento. La utilización de fotos e ilustraciones en las muestras seleccionadas matizó el 88.8%(8). Del total de los textos el 77.7 (7) % tienen fotos y el, 11.1 (1) caricaturas.

La presencia de un caricaturista, en la plantilla del periódico puede contribuir al acercamiento de este sector, con propuestas novedosas e interesantes que lejos del “teque” –como llaman muchos al atiborramiento de texto- al que se habitúan algunos periodistas, trasmite mensajes y sugerencias de interés para todos.

### Representatividad de la Universidad en el tema educación.

Este aspecto fue analizado mediante la guía de observación en el periódico *Escambray*, la recopilación de datos sobre la temática en el archivo central y la

entrevista a los directivos del rotativo y la periodista que atiende, de manera sistemática, el tema.

De los trabajos publicados sobre la temática educación, 9 presta atención al quehacer de la Universidad, lo que representa el 12,9 % de la muestra. Estos son:

1. La Cosecha de las aulas. 17/7/2010. Edición 28. Delia Proenza Barzaga. Portada.
2. Crece la familia de la universidad. 18/9/2010. Edición 37. Delia Proenza Barzaga. Pg3.
3. Sin descanso en el verano. 31/7/2010. Edición 30. Dayamis Sotolongo Rojas. Pg5.
4. Precursores del saber.24/12/2011. Edición 51. Delia Proenza Barzaga. Pg3.
5. Asignadas más de 820 plazas universitarias. 6/7/2011. Edición 31. Delia Proenza Barzaga. Pg3
6. Calidad educacional en entredicha. 9/7/2011. Edición 27. Delia Proenza Barzaga. Pg2.
7. Egresan más de 3700 Profesionales. 9/7/2011. Edición 27. Delia Proenza Barzaga. Pg3
8. Las puertas abiertas para la universidad.9/4/2011. Edición 14. Delia Proenza Barzaga. Portada.
9. Ciencia para biogas. 4/6/2011. Edición 22. Donarys Cruz Cruz. Pg5.

## **Análisis integral por categorías.**

### **Trabajos periodísticos**

#### **Temáticas abordadas**

Las temáticas abordadas en los nueve trabajos publicados por el periódico Escambray en el período 2010, 2011 sobre la Universidad son: inicio del curso escolar, brigadas universitarias de trabajo social, graduación, día del educador, asignación de carreras, calidad de la enseñanza y ciencia y técnica, considerada por la mayoría de buenas.

#### **Géneros periodísticos**

El género periodístico que prevale es la información, aunque también fue utilizado el reportaje y el comentario, con una frecuencia cada uno.

#### **Despliegue de los textos y ubicación en las páginas.**

Se considera alto, si se tiene en cuenta que dos de ellos salieron en portada, muestra de la importancia que le conceden los directivos del medio de prensa al tema, otro en la página dos, dedicada al género de opinión, uno en la cinco porque es un reportaje y el resto en la página tres porque eran informaciones.

#### **Apoyo gráfico**

En todos los casos el apoyo gráfico se correspondía con la prominencia dada al tema, todos estaban acompañados de fotos y en un caso de una caricatura.

#### **Representatividad de la Universidad**

De los trabajos publicados sobre la temática educación, 82 en dos años, 9 presta atención al quehacer de la Universidad, lo que representa el 10,9%.

## **Públicos**

### **Edad**

La edad promedio de la muestra oscila entre 20 y 50 años.

### **Actividad que realizan**

Los profesores se encuentran impartiendo docencia en la FUM, y los estudiantes, todos están vinculados, unos en el sector estatal y otros son cuentapropistas.

### **Nivel de escolaridad**

Referido al nivel de escolaridad de los encuestados el grupo de los estudiantes poseen el 12mo grado, lo que se debe en lo fundamental a que se encuentran cursando estudios superiores, en cuanto a los trabajadores encuestados, todos son universitarios.

### **Acceso al periódico *Escambray***

La mayoría reciben el periódico todos los sábados en su casa, en menor cuantía tienen acceso al semanario en sus centros de trabajo y una cifra ínfima los compran en los puntos de venta o lo leen en casa de algún vecino.

### **Familiarización con *Escambray* y proceso de recepción**

Los trabajadores y estudiantes de la Filial universitaria Enrique José Varona de Taguasco se encuentran familiarizados con el periódico *Escambray* ya que la mayoría lo leen y están representados en alguna medida en los trabajos publicados sobre esta temática como: “Crece la familia de la Universidad” y “La cosecha de las aulas”.

El constituir el Órgano Oficial del Comité Provincial del Partido en el territorio y poseer el prestigio que ostenta entre los espirituanos el rotativo, pueden ser

razones también que avalen su familiarización con el periódico, pese a que su accionar no se refleje con la profundidad con que ellos quisieran.

La mayoría lee el Periódico Escambray, aunque hay una minoría que no lo leen porque alegan que no tienen tiempo o no lo reciben.

Muchos de ellos prefieren llevarlo a sus hogares, y en los ratos de ocio consumen los textos, preferiblemente y con avidez, los relacionados con esta temática.

### **Nivel de satisfacción**

La mayoría se sienten medianamente satisfechos con los trabajos publicados por Escambray sobre el tema Universidad, mientras los menos, se sienten totalmente satisfechos.

## CONCLUSIONES

1. Existe abundante bibliografía acerca de los estudios de recepción, el tema ha sido estudiado por muchos teóricos desde diferentes aristas, se comenzó desde la Mass Communication Research en el siglo pasado, hasta llegar a los que se insertan en el paradigma de la recepción activa o estudios latinoamericanos y los efectos a largo plazo.

2. El periódico Escambray ocupa el segundo lugar en el espectro de opciones de los estudiantes y trabajadores de la Filial Universitaria “Enrique José Varona” del municipio Taguasco para informarse. La mayoría lo leen y manifiestan la profundidad del semanario en el tratamiento de los temas.

3. En el proceso de recepción de la temática Universidad publicados por el periódico Escambray se distingue:

Fueron publicados 9 trabajos.

El género que predominó fue el informativo.

El despliegue de los textos fue alto.

Pese a la poca presencia de la temática Universidad, el 10,9 % de los trabajos referidos a Educación, la mayoría de los encuestados manifestó sentirse medianamente satisfecho, por lo que las características de los trabajos publicados, el enfoque y el apoyo gráfico, contribuyen a satisfacer en mediana medida las necesidades de este público.

## RECOMENDACIONES

1. Divulgar los resultados de esta investigación entre los periodistas y directivos del periódico Escambray.
2. Desarrollar actividades de conjunto entre Escambray y la Universidad para buscar la retroalimentación de los temas abordados.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Alonso, M. M., (1999) Teorías de la recepción en la comunicación de masas.
2. La Habana, Ed. Pablo de la Torre.
3. Alonso, M. M. e H. Saladrigas, (2002) Para investigar en Comunicación Social. Guía didáctica. La Habana, Ed. Pablo de la Torre.
4. \_\_\_\_\_, (2006) Teoría de la comunicación.
5. Una introducción a su estudio. Edición de María Elena Pérez. La Habana, Ed. Pablo de la Torre.
6. Ávila, Y y Morales, G. (2007) El Arriero: del discurso a los públicos. Tesis de grado. Universidad Central de Las Villas. Santa Clara. Cuba.
7. AND, Ien: "Cultura y Comunicación: Por una crítica etnográfica del consumo de medios en el sistema mediático transnacional". En: Causas y azares # 1, Buenos Aires 1994
8. Bello, Z. y J. C. Casales, (2005) Psicología General. La Habana, Ed. Félix Varela.
9. Borrego, M. L. (2004) La página en blanco. Escambray, 3 de enero.
10. De la Peza, María del Carmen. La estructura interminable. Una aproximación al estudio de la recepción. En: Versión #3 México. Universidad Autónoma Metropolitana. Xochimilco, abril de 1993.
11. Eco, U., (1980) Tratado de Semiótica General. Barcelona, Ed. Lumen.
12. Escoteguey, C. D., (2005) Datos para una radiografía de los estudios brasileños de recepción, en Comunicación y Sociedad. N. 3 nueva época enero-junio.
13. García C. N., (1990) Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad, México, Ed. Paidós.
14. \_\_\_\_\_ (1992) Los estudios sobre la comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. En Diálogos de la comunicación. N. 32.



15. Gessa A. R. A., (1996) Estudio de las principales mediaciones del entorno comunicativo cubano actual. Tesis de Diploma. La Habana, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana
16. GONZÁLEZ, Navarro Manuel et al.” Evolución de las opiniones e imágenes sociales (1988-1990)”.En: La Psicología Social en Mexico. Vol. 3 1990
17. Haber G., Y., (2003) Elementos para una teoría del lenguaje de los textos periodísticos impresos. Tesis en opción al grado científico de Doctor en Filología. Santiago de Cuba. Facultad de Humanidades, Universidad de Oriente, En línea. Disponible en <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasId-167.html> [Accesado el 10 de febrero de 2012.
18. Klaus B. J., (1992) La Semiótica Social de la Comunicación de masas. En línea. Disponible <http://www.razonypalabra.org.mx/n61/dgonzalez.html>.
19. Katz, Blumler y Gurevicht. Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. En: Moragas Spa Miquel.
20. Martín Barbero, J., (1987) De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Ed.Gustavo Gili. México.
21. Martín Barbero, J., (1991) Recepción: uso de medios y consumo cultural, en *Diálogos de la comunicación*. N.30.
22. MATTELARD, Michelle y Armand. “La recepción: el retorno al sujeto”. En: *Dialogos de la Comunicación # 30*, Lima 1991
23. Mauro Wolf Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia...1976.
24. Mattelart, Michele y Armand. El retorno al sujeto *Diálogo de la comunicación # 30* Lima. Junio de 1991.
25. \_\_\_\_\_ (1991) Perder el objeto para ganar el proceso, en *Signo y Comunicación*. N.18.
26. Medina H., I., (2000) Desde el otro lado. La Habana, Ed. Pablo de la Torriente.
27. Mena R., E., (2004) Nuevas estrategias de análisis aplicadas a la comunicación audiovisual: una experiencia con informativos de televisión, en *La iniciativa de la Comunicación [En línea]*. Colombia, disponible en:
28. Morin, E., (1996) El espíritu del tiempo. Ed. Taurus. Madrid.

29. Morley, David. Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires. Amorrortu editores, 1996.
30. Moragas Spa, Miquel. Teorías de la comunicación. Barcelona. Edit. Gustavo Gili. 1986.
31. Orozco G., G., (1992) Televisión pública y participación social: al rescate cultural de la pantalla, en Diálogos de la comunicación. N. 33.
32. Orozco, Guillermo. La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina Buenos Aires. Ediciones de periodismo y comunicación. Universidad Nacional de La Plata.1997.
33. Petrovski, A., (1985) Psicología General. Manual didáctico para los Institutos de pedagogía. Moscú, Ed. Progreso.
34. Rodríguez P., C., (2004) Los milagros de la WEB, Escambray, 3 de enero.
35. Sotolongo, D. (2007) Reportajes de las Páginas Especiales de Escambray: enfoque crítico a la calidad periodística. Tesis de grado. Universidad Central de Las Villas. Santa Clara. Cuba.
36. Vidal V., J. R., (2006) Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones. Ed. Pablo de la Torriente. La Habana.
37. Wolf, M. (2005) La investigación en comunicación de masas. Ed. Pablo de la Torriente. La Habana.

# ANEXOS

## ANEXO 1

### CUESTIONARIO SOBRE LECTORÍA DE ESCAMBRAY

Por Yaima Medina Yero

#### Universidad “José Martí Pérez” de Sancti Spiritus

Con el propósito de conocer sus criterios sobre la calidad de los temas sobre la Universidad publicados en el Periódico *Escambray*, aplicamos el siguiente cuestionario

Con este instrumento se pretende recoger datos sobre el nivel de satisfacción que hasta hoy ha logrado *Escambray* entre sus lectores. Sus respuestas serán anónimas y muy valiosas para la investigación, por lo que rogamos conteste cada pregunta con la mayor sinceridad posible.

**Edad:** \_\_\_\_\_ **Sexo:** \_\_\_ F \_\_\_ M

Nivel de escolaridad: \_\_\_\_\_ 12 grado \_\_\_\_\_ Universitario

**Cursa estudios universitarios: Año:** \_\_\_\_\_

**Carrera:** \_\_\_ Comunicación Social \_\_\_ Derecho \_\_\_ Psicología  
\_\_\_ Socioculturales \_\_\_ Cultura Física \_\_\_ Contabilidad \_\_\_ Otra

**Marque con una X la respuesta que considere correcta:**

1. ¿Lee usted el periódico *Escambray* \_\_\_ Sí \_\_\_ No

a) En caso de ser negativa su respuesta, ¿por qué no lo lee?

\_\_\_ No lo conozco

\_\_\_ No me interesa

\_\_\_ No tengo tiempo para leerlo

\_\_\_ Lo leí una vez y no me motivó

\_\_\_ Otras, ¿cuáles? \_\_\_\_\_

2. Si usted lee **el periódico Escambray**, ¿con qué frecuencia lo hace?

\_\_\_ Siempre \_\_\_ A veces \_\_\_ Casi nunca  
\_\_\_\_\_

3. ¿Por qué vía lo recibe?

\_\_\_ Oficina de Correos

\_\_\_ Escuela

\_\_\_ Organizaciones políticas y de masas

\_\_\_ Centro de trabajo

\_\_\_ Otras, ¿cuáles? \_\_\_\_\_

4. ¿Cómo valora usted la distribución del **periódico** en su zona de residencia?

\_\_\_ Suficiente (todos los pobladores tienen acceso a él)

\_\_\_ Escasa (sólo algunos pobladores tienen acceso a él)

\_\_\_ Insuficiente (muy pocos pobladores tienen acceso a él)

5. Con la lectura del tema Universidad en *Escambray* usted ha logrado:

\_\_\_ Adquirir nuevos conocimientos

\_\_\_ Reforzar los conocimientos que ya poseía

\_\_\_ Modificar los conocimientos anteriores.

6. ¿Cree usted que los trabajos periodísticos publicados por *Escambray* sobre La Universidad le resulta

a. \_\_\_ Interesantes \_\_\_ Poco interesantes?

b. \_\_\_ Novedosos \_\_\_ Reiterativos?

c. \_\_\_ Amenos \_\_\_ Aburridos?

d. \_\_\_ Profundos \_\_\_ Superficiales?

7. El lenguaje empleado en los trabajos periodísticos de *Escambray* le resulta:

\_\_\_ Difícil de entender \_\_\_ Asequible \_\_\_ Pobre

8. De los temas publicadas en *Escambray*, ¿cuál o cuáles prefiere?

\_\_\_ Deportivas

\_\_\_ Juveniles

\_\_\_ Recreativas

\_\_\_ Informativa

\_\_\_ Culturales

\_\_\_ Educativas

\_\_\_ Otros ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

**9.** ¿En qué medida usted se siente representado con los temas sobre la Universidad publicados en las páginas del *Escambray*:

Totalmente  En gran medida

En alguna medida  En ninguna medida

**10.** Con los temas de la Universidad usted se siente:

Totalmente satisfecho

Medianamente satisfecho

Satisfecho en poca medida

Insatisfecho por completo

**11.** Integralmente, ¿cómo valora usted los temas sobre la Universidad

Excelente  Bueno  Regular  Malo

**12.** Dentro de los siguientes medios de dilución marque mediante cual prefiere informarse:

Periódico Granma

Periódico Trabajadores

Periódico Juventud Rebelde

Periódico Escambray

Radio Sancti-Spíritus

Radio Rebelde

**13.** Mencione algunas sugerencias para mejorar la calidad de dicha publicación

---

---

---

---

**Muchas gracias por su colaboración**

## ANEXO 2

Entrevista realizada a Delia Proenza Barzaga, periodista que escribe sobre los temas de la Universidad.

1. ¿Qué se entiende por temas de la Universidad?
2. ¿Cómo selecciona los temas de la Universidad a tratar? ¿Le son orientados por la dirección del medio o se dejan a su espontaneidad?
3. ¿Cómo definir la prioridad que lleva cada tema de la educación superior?
4. ¿Cómo debe ser el lenguaje empleado en estos trabajos?

### ANEXO 3

Entrevista realizada a Juan Antonio Borrego Director del Periódico *Escambray*

1. ¿El Periódico *Escambray* tiene sesión habitual relacionada con los Temas de la Universidad?
2. ¿Existen Periodistas especializado en este tema?
3. ¿Se le impone un tema específico o se deja a la creación del Periodista?
4. ¿Cómo se planifican los Temas de la Universidad?
5. ¿Conoce si los temas publicados en *Escambray* tienen aceptación para los universitarios?
6. ¿Qué mecanismo tienen los Periodistas para conocer los detalles de lo que acontece con la Universidad en Sancti Spíritus
7. ¿Cada qué tiempo se publica estos temas?

## **ANEXO 4**

### **Aspectos a tener en cuenta para el análisis del contenido:**

1. Géneros periodísticos en que se aborda el tema.
2. Despliegue de los textos y ubicación de las páginas
3. Apoyo gráfico en los trabajos periodísticos.
4. Representatividad de la Universidad en el tema educación.