

SUM CUMANAYAGUA

**Facultad de Ciencias Sociales y
Humanísticas**

COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO DE DIPLOMA

Titulo: Radio Cumanayagua: en la comunicación con la comunidad

Autor: Miguel León Hernández.

Tutor: MSc: Asnaldo Macias Lima.

PENSAMIENTO

“Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando se estimula la diversidad cultural; cuando protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; ésa es una radio comunitaria”.

José Ignacio López Vigil

AGRADECIMIENTO

A mi abuelita querida y a toda mi familia por apoyarme siempre y confiar en que si podía, aún cuando los días parecían no alcanzar.

A mi tutor Asnaldo, que me aceptó sin reparos y me brindó toda su confianza y esmero proponiéndome investigar un tema complicado pero precioso en tiempo record. A su familia por permitirme robarle su espacio y ser siempre tan gentiles.

A todos los egresados, profesores y directivos que nos aportaron unos minutos e hicieron posible la realización de esta investigación con su cooperación.

A todas las personas que me aportaron algo en cuanto a materiales y medios que se necesitan para culminar un trabajo de diploma; y que sin su amistad y deseos de ayudarme me hubiese sido imposible terminar. No los menciono uno a uno pues son muchos y no alcanzaría este espacio, pero sepan que están y estarán siempre en mi memoria y en mi gratitud; creo que eso es más importante. Una vez más a mi familia, toda, por ella y para ella soy lo que soy. A todos sinceramente.

MUCHAS GRACIAS.

DEDICATORIA

A mi abuelita querida, por el tiempo que paso sin disfrutar estar con ella, para dedicarme a mi superación y a todo lo que se hace necesario hacer en la vida para existir, donde ella no puede estar a mi lado.

A mis padres y en especial a mi madre por todo el apoyo y la ayuda incondicional que siempre me brinda.

A mis hermanos que también me ayudaron y alentaron muchísimo.

A mi familia, toda, por soportar mis resabios propios de la tensión.

A mis compañeros de la Emisora por confiar en mi y decirme siempre que todo iba a salir bien, me hacían sentir optimista.

A la Revolución, a la Educación en Cuba, y fundamentalmente a la universalización en la localidad.

RESUMEN

La presente investigación propone una aproximación a los elementos que definen a la emisora Radio Cumanayagua como principal industria cultural de la comunicación oral, en el ámbito radial local. Para la realización del estudio, se acudió a la entrevista semi-estandarizada a especialistas y figuras que se relacionan con la emisora, y al análisis de contenido para la revisión de publicaciones para los referentes teóricos de la investigación, todo ello a partir de una perspectiva cualitativa y bajo un enfoque descriptivo histórico de personalidades, lo que constituyen una importante fuente cognoscitiva con gran relevancia para el trabajo de la comunicación social en la comunidad. Desde la fundación en 2003, Radio Cumanayagua ha venido desarrollando programas con el objetivo propuesto, lo que ha permitido que la misma se consolidara como núcleo mediático y ocupara un importante espacio dentro del sistema de comunicación comunitaria con la debida articulación con otras instituciones culturales de la sociedad. Pero el conocimiento de la vida y obra de las personalidades Cumanayagüense no ha ocupado el espacio necesario en la tira de su programación.

INDICE	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I La radio y la comunicación	6
Epígrafe 1.1. Leguaje radial y la programación radio-fónica	9
Epígrafe 1.2. Radio cultura e industria cultural Comunitaria	12
Epígrafe 1.2.1. Modelos de radio comunitaria y su repercusión en Cuba	22
Epígrafe 1.3 La locución en los géneros deportivos	24
CAPÍTULO II. Fundamentación metodológica de la Radio en la Comunicación	30
CAPITULO III. Diseño y análisis de los resultados de las emisiones radio-fónicas	40
Epígrafe 3.1. Diseño de los programas # 1 y # 2	40
Epígrafe 3.2. Análisis de los programas # 3 y # 4	46
CONCLUSIONES	58
RECOMENDACIONES	59
BIBLIOGRAFÍA	60
ANEXOS	

Introducción

En las primeras décadas del siglo XX La Radio comenzó a fungir como medio de comunicación, transitando con celeridad de su fase de invención técnica a la comercial. Para aquel entonces, no se sospechaba que los mensajes radiofónicos podrían llegar a influir tan rápidamente en las prácticas sociales. Esto se logró primeramente con la transmisión de información y luego con la búsqueda de nuevas alternativas que cautivaran a las audiencias. La Radio es un medio de masas, o sea, un medio de expresión plural destinado a un inmenso público. Ha merecido, a lo largo de los años, más de una definición. La novedad tecnológica posibilitó, no sólo la creación de un medio extremadamente importante en situaciones de emergencia, catástrofes, guerras... sino también dio lugar a un nuevo espacio para la transmisión de informaciones, el intercambio cultural y el entretenimiento. Sus usos se han trasladado desde el plano individual hasta el social, pues, debido a su carácter interactivo, tiene la posibilidad de actuar en todos los niveles de la organización social y brindar al radioescucha cierto grado de participación y complicidad en relación con lo que se está transmitiendo.

Según José Javier Muñoz y César Gil (1990), la palabra radio es una apócope de dos términos parónimos: radiofonía y radiodifusión. El vocablo se relaciona, además, con el hallazgo del metal radio y todos los descubrimientos científicos vinculados a este. El autor John B. Thompson (2008), identifica los medios de radiodifusión como: los medios que implican la transmisión de mensajes, vía ondas electromagnéticas, a un público indeterminado y extenso. El surgimiento de la Radio marcó un hito, no solamente en la ciencia y las comunicaciones, sino también en la vida de las personas. Los orígenes del medio se debieron al esfuerzo de vías paralelas de investigación: la del telégrafo y el teléfono (S. Morse y A. G. Bell) y las teorías de Maxwell y Hertz. A fines del siglo XX, Marconi agrupa de forma práctica dichas exploraciones y pone a punto las primeras transmisiones de signos a distancia y sin hilos (Álvarez, S.F). Todo ello, unido a otros esfuerzos, permitió el desarrollo y perfeccionamiento de la radiodifusión. Para Wells, la Radio es el más personal e íntimo de todos los medios: es un teatro de la mente donde la historia se crea en la imaginación del radioescucha. Los radioescuchas son participantes activos en la construcción del mensaje.

La forma en que se ven los personajes y el lugar donde sucede la escena, viene de su experiencia personal (Wells, 1996). A juicio de la teórica argentina María Cristina Mata (1991),

a partir de los resultados que han arrojado los estudios psicológicos, sociológicos, lingüísticos, matemáticos y semióticos de la comunicación; la Radio puede ser definida como: “Un canal tecnológico que requiere y admite el uso de unos determinados códigos y no admite otros. Un conjunto de mensajes contenidos, organizados según géneros y formatos específicos, elaborados por unos ciertos emisores, con la intención de producir determinados efectos en los oyentes. Es una institución social, económica- cultural, sujeta a leyes, regulaciones, normas y cambios históricos, dados básicamente por transformaciones en sus aspectos sociológicos, jurídicos, quienes la manejan o controlan, y en sus mensajes. Propicio para la agitada vida moderna, la Radio se distingue por su dinamismo, simultaneidad, amplia cobertura y largo alcance. Es uno de los medios más cercanos al receptor del mensaje, llega a establecer un amplio grado de intimidad con este, sin demandar un exceso de requisitos intelectuales, obstáculos físicos o restricciones técnicas. Aparato y señal acompañan a los radioescuchas en cualquier sitio o actividad.

Esta forma de comunicación fue creando pautas en el surgimiento de un nuevo lenguaje que muy pronto fue compartido en la sociedad moderna: el lenguaje radial.

La Radio cubana ha sido un prolífico escenario para la comunicación y la cultura.

Donde el término radiodifusión se entrelaza con lo romántico, los intereses bullen por la necesidad y también el placer de trasladar la información a través del sonido.

Así fueron surgiendo estilos, figuras, géneros, y el medio fue ganando espacio en corazones y hogares.

Se puede destacar que, como fueron surgiendo emisoras en Cuba, también en la Región Central surge, en Cienfuegos, Radio Tiempo en el año 1936. Esta jugó un papel importante en aquellos momentos y transmitía programas radiales de corte melodramáticos y campesinos. Después del Triunfo de la Revolución, hasta los días de hoy, se convierte en la emisora para divulgar todo el progreso alcanzado por la provincia en lo económico, lo político, lo social; pero siempre sin perder su objetivo fundamental: recrear, orientar y elevar el conocimientos de los radio-oyentes.

Hubo que esperar cuarenta y cuatro años para que el apasionante mundo de la Radio llegue a esta localidad en la primera década del siglo XXI, el 24 de diciembre del 2003, surgiendo la Emisora Local Comunitaria “Radio Cumanayagua”.

En ella, se abordan los elementos que la definen como la principal industria cultural en el trabajo comunitario de la localidad, en el período comprendido entre 2003-2011, tanto desde la arista organizacional, como desde el punto de vista de la conformación y transmisión de singulares pautas en la construcción de sus productos radiales. Se considera también importante la realización de la investigación debido al propósito de realizar una investigación desde una perspectiva comunicativa, de enorme trascendencia, para el conocimiento de la vida y obra de personalidades de la localidad. Teniendo en cuenta los argumentos anteriores, este tema resulta de interés real para nuestra carrera, para la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, y merece ser una de las líneas de investigación de los Estudios de la Comunicación Social. Recordemos que (Schudson- 1993), plantea: “El principal problema al que se enfrenta la historia de la comunicación, no se encuentra en sus métodos, sino en el alcance de sus ideas.”

En relación con lo anterior, se pueden plantear las irregularidades observadas:

1. Escasa bibliografía referente al tema.
2. Solo en la Universidad de la Habana se han realizados investigaciones sobre el tema, y estas, parten siempre desde lo histórico, pero no de personalidades del país.
3. La Sede Municipal y en especial la carrera de Comunicación Social, no han realizado el vínculo necesario con la emisora de la localidad para una mejor interpretación de los futuros egresados de la carrera, para ser partícipe de una mejor comunicación con los pobladores de la comunidad.
4. La emisora no posee programas que se ocupen de llevar a cabo la historia de vida de personalidades, tanto a nivel nacional como local.

Analizadas las irregularidades anteriores, el autor de esta investigación pretende ofrecer una comprensión generalizadora en correspondencia con la influencia y la relación que tiene la emisora con el acontecer económico y socio-político que caracteriza al período seleccionado. Ante ello ha de tenerse en cuenta que la historia, como categoría investigativa, parte esencialmente de la influencia subjetiva que ejerce el investigador, al poner en contacto las fuentes a las que accede, con sus propias experiencias y su formación cultural. Sobre la relación historia-comunicación, como elemento medular que invade la presente investigación, se debe señalar el protagonismo que este vínculo ejerce en la explicación del propio presente. De ahí se desprende la necesidad de este tipo de investigaciones y de su correcto desarrollo,

la historia ha desempeñado importantes papeles en la conformación del espíritu de las naciones, por lo que es un campo sumamente sensible (Rodríguez en Soler y Medina, 2004), por lo que el tema de la investigación es:

Tema de la investigación: La Radio en la comunicación comunitaria.

Y el **Objetivo General:** Diseñar la tira o parilla de programa para el conocimiento de la vida de Carlos Yanes Artilles, en el trabajo comunicación comunitaria desde la emisora "Radio Cumanayagua".

Con los siguientes Objetivos Específicos:

1. Estudiar los referentes teóricos del papel de la Radio en la comunicación comunitaria.
2. Describir el escenario comunicativo desencadenado por "Radio Cumanayagua", como principal industria cultural del ámbito radial en el período comprendido entre 2003-2011.
3. Caracterizar la evolución de la comunicación comunitaria en Radio Cumanayagua desde el 2008-2011.
4. Identificar los rasgos del programa "Protagonistas" entre los que identifican a la Emisora y condicionan el alcance de los mayores índices de audiencia durante el período de estudio.
5. Diseñar en la tira de programación, un Espacio sobre la vida y obra de Carlos Yanes Artilles, una alta figura del deporte local.
6. Analizar el alcance adquirido por el radio oyente con el programa "Protagonistas", y los criterios suministrados, acerca de él, por los especialistas.

Descripción de la tesis: La tesis consta de introducción; tres capítulos, conclusiones, recomendaciones, bibliografía, y anexos.

En capítulo I. Se exponen los fundamentos teóricos de la Radio, la comunicación y los medios, desde la teoría de la comunicación. Este contiene la esencia de la Contribución del autor a cómo mejorar el conocimiento de personalidades de la localidad mediante la parrilla de programas, a partir de un Espacio dedicado a Carlos Yanes Artilles. En el Capítulo II, se definen los fundamentos teóricos–metodológicos, se presentan sus componentes, cuya dinámica se concreta en las relaciones entre las dimensiones, indicadores, métodos y técnicas a utilizar durante la investigación.

El Capítulo III contiene la propuesta de parrillas de los programas, los procedimientos metodológicos para su realización, y se ofrecen los resultados de la apreciación de las personas que escuchan el programa, y la opinión de los especialistas sobre los aspectos esenciales de los programas realizados y sus opiniones sobre el trabajo realizado.

Capítulo I. La Radio y la Comunicación

1.1. Los medios desde la teoría de la comunicación

Los primeros estudios sobre comunicación masiva conceptualizaron la recepción de los medios en términos de efectos. Tuvieron como preocupación central conocer cuáles eran las reacciones del público ante las propuestas mediáticas, todo ello con el objetivo de lograr conocer las claves para incidir en las masas, e inducir su comportamiento. Estas investigaciones surgieron en el contexto norteamericano de la década de los años veinte, agrupadas en la Mass Communication Research, alrededor de la cual emergieron diferentes vertientes. Estas estuvieron influidas por el conductismo pues partían de la relación estímulo-respuesta. Las investigaciones iniciales corresponden a la llamada Teoría Hipodérmica o Bullet Theory, las cuales constituyeron las primeras especulaciones sobre el poder de los medios de comunicación masiva. Se caracterizaron por el énfasis en el receptor y en el descubrimiento de las estrategias de dominio y manipulación. A consideración de estos teóricos, las audiencias eran presentadas como indefensas ya que los sujetos se hallaban aislados psicológicamente. Estas observaciones permitieron, en aquel entonces, calificar a la radio como un medio omnipotente que podía incidir de manera directa y uniforme sobre el individuo. Desde esta visión, el emisor se ubicaba en el foco de la preocupación y se prescindía por completo del análisis de las relaciones que el individuo establece con el contexto social en el proceso de recepción. Posteriormente en la década de los cuarenta comenzaron a surgir un conjunto de investigaciones influidas por las ciencias psicológicas y el desarrollo de la sociología empírica, caracterizadas por un desplazamiento teórico hacia las preocupaciones por las audiencias, las cuales comenzaron a ser analizadas de acuerdo a determinadas variables socio psicológicas que influían en la selección de los mensajes. Con ello, queda descartada la imagen de un público homogéneo y aislado. Estas investigaciones corresponden a la corriente empírico-experimental, las cuales toman en cuenta las características que posibilitan que la conducta de cada individuo sea diferente ante el estímulo mediático. Por esta razón se ubicó a la Radio como el centro de la investigación, en las cuales se formuló el principio de la atención selectiva, donde los individuos se exponen a los mensajes en dependencia de sus intereses personales. Así se rompe con el supuesto de la omnipotencia de los medios, pues se asegura que los individuos recuerdan con precisión los

mensajes que les son favorables. (Gámez en Colectivo de autores, 2002), plantea: “De esta manera, los análisis se aíslan de la teoría del supuesto impacto directo de los mensajes mediáticos y tienen en cuenta nuevos elementos en el proceso comunicativo: el interés, la motivación del destinatario hacia el tema del mensaje, la exposición selectiva, el interés, se centraliza en los mensajes que se corresponden a las actitudes de los individuos, la percepción selectiva, donde los sujetos reciben los mensajes en correspondencia con sus valores y actitudes, la memoria selectiva, el receptor recuerda aquello que está en correspondencia con su opinión propia”. Referente a lo anterior, (Medina, 2000), esboza: “Aun así, estas investigaciones no invalidan del todo la posibilidad de influencia de los medios sobre el individuo; se encargan de aseverar que, para manipular los efectos, se hace necesario conocer con exactitud las características psicológicas de los receptores que conforman las audiencias”. Según se ha citado, los estudios empíricos sobre el terreno, constituyen una nueva perspectiva que surge como consecuencia de las experiencias de investigaciones anteriores, pero que aún no renuncia a la preocupación por los efectos: si la teoría hipodérmica habla de manipulación y propaganda, y si la teoría psicológico-experimental se ocupa de la persuasión, esta teoría habla de influencia, y no sólo de la ejercida por los medios, sino de la más general, que fluye entre las relaciones comunitarias, de la que la influencia de las comunicaciones de masas. Una de sus vertientes está relacionada directamente con los estudios de las audiencias de la radio. Estas investigaciones tomaron como base la heterogeneidad de la sociedad moderna. A partir de esto, quedó elaborado un sistema de categorías que agrupan a las personas en subgrupos sociales, con ello se define que los individuos que se encuentran en un mismo subgrupo social, comparten en hábitos, modos de pensar y capacidades de respuestas similares en materia de comunicación masiva. En el marco de estas investigaciones, se pueden plantear que los mensajes mediáticos están sujetos a contextos sociales específicos, los cuales no deben descartarse ya que inciden directamente en el proceso de recepción. Así, la audiencia no queda concebida como un total de seres aislados, sino que se aprecia en el vínculo entre los sujetos y la influencia que esto tiene en la conducta.

También se les concede gran importancia a los líderes de opinión a la hora de interpretar los mensajes mediáticos. De esta manera, la comunicación se concibe a dos niveles. El líder funge como intermediario entre el mensaje mediático y las audiencias. Nuevas investigaciones

desde enfoques funcionalistas transitan posteriormente hacia el interés por el receptor, con ello revalorizaron el papel de las audiencias y descartaron la idea de la total pasividad asumida en los estudios precedentes.

El paradigma, que se había enfocado hasta ese entonces en los efectos de los medios sobre los sujetos, se invierte para tratar de buscar qué hacen los sujetos con los medios, para qué los usan y por qué razones. Este modelo fue agrupado en la hipótesis de usos y gratificaciones, la cual plantea la capacidad del receptor de elegir las propuestas mediáticas, en dependencia de sus necesidades cognoscitivas, afectivo-estéticas, integradoras a nivel de personalidad, integradoras a nivel social y de evasión. Sobre la base de las consideraciones anteriores (Medina, 2000) plantea que: "Desde estas perspectivas, la radio puede entenderse como un medio de acompañamiento que pueden utilizar los sujetos en disímiles lugares y situaciones".

Puede observarse la manera en que se empieza a tomar al receptor como punto de partida. El acto comunicativo se explora en virtud de las experiencias individuales con los medios. A juicio de Guillermo Orozco, "la tradición de estos estudios está en el énfasis en las gratificaciones, que pasa por considerar a los miembros de la audiencia, como miembros individuales, como miembros de una masa atomizada, que debido a su individualidad, a sus necesidades personales, van en busca de gratificación, a un medio o un mensaje determinado". (Orozco, 2006).

Diferentes teorías enfocadas desde otras disciplinas, han enriquecido la comprensión de la Radio, a partir del estudio de los media y del proceso comunicativo, entre ellas pueden mencionarse, solo por citar algunas: la semiótica textual y las teorías del discurso. En concordancia con la teórica argentina María Cristina Mata, desde estas visiones se incorporan variaciones a la manera de pensar en la radio: esta pasa de ser enfocada como un medio transmisivo a comprenderse como un espacio clave de interacción compleja y de significativa importancia para la construcción de identidades individuales y colectivas a través de la multiplicidad de interpretaciones, (Mata, 1991).

1.1.1. Lenguaje radial y la Programación radiofónica

Como los demás medios de comunicación, la radio tiene su propio lenguaje, sistema de códigos y pautas comunicativas exclusivas. Según José Javier Muñoz y César Gil. La radio

comparte la utilización de la palabra hablada con el cine o el teléfono, difunde la música como el tocadiscos, relaciona detalles de un suceso como el periódico, dramatiza una historia como el teatro, llega simultáneamente a los lugares como la televisión, pero es diferente de todos ellos, su lenguaje puede coincidir con ellos pero no por esta causa pierde su identidad (Muñoz y Gil, 1990). Para estos autores, el lenguaje radial es la unión de aquellos elementos sonoros que son difundidos para producir estímulos sensoriales estéticos o intelectuales.

La radio le brinda al individuo la posibilidad de echar a volar su imaginación y crear imágenes mentales de lo que oye. El lenguaje radial puede definirse a través de los signos que utiliza este medio para poner en comunicación al emisor con el receptor, mediante un sistema de mensajes. Estos son muy efímeros y no pueden releerse como en los medios impresos. En la radio, los códigos sonoros, dígame música y efectos de sonido, cobran valor signo expresivo, lo que lo identifica.

Estos elementos no se utilizan con fines decorativos, sino para que sugieran y signifiquen algo, es una emoción, una situación, un escenario específico. Es por ello que deben ser satisfactoriamente decodificados, al igual que las palabras (Kaplún, 2005). El lenguaje radiofónico pretende crear imágenes. Supone que un mensaje llegue a la audiencia pasando por el tamiz de los sentidos e impregnándose en la memoria. A juicio de Jesús Timoteo Álvarez (S.F): los grandes programas populares de radio están influidos asimismo por el lenguaje icónico, y son capaces de reproducir en la mente del receptor, mediante la palabra, el silencio y los sonidos, un espacio visual en el cual el oyente se sitúa y ve, aunque sea con los ojos cerrados.

Está formada a partir del conjunto de programas que van a ser emitidos a través de una emisora radial durante un tiempo determinado. Es uno de los elementos que caracteriza, distingue y tipifica a las emisoras. Está clasificada por horarios, contenidos, géneros, destinatarios y frecuencias. Reseña López Vigil, (1997), cuatro tipos básicos de programación que se han experimentado a lo largo de la historia de la radiofonía: la programación total o general, la segmentada, la especializada y las llamadas radio-fórmulas. La primera ofrece géneros variados que pretenden llegar a muchos y disímiles públicos, para lo cual se hace necesario conocer las horas preferenciales de cada uno de ellos y ordenar sobre esta perspectiva los espacios.

La segunda marca un target global para la radio. Los contenidos de los programas, los géneros y formatos, siguen siendo variados. Pero toda esa variedad se orienta a un público objetivo, preferencial. Esta segmentación, cuyo auge provino del desarrollo creciente alcanzado por el medio radial, tiene relación directa con el mercadeo y la publicidad, técnicas que también hicieron posible el surgimiento del tercer tipo de programación: la especializada. En ella, la lógica no sólo apunta a segmentar los públicos sino a especializar los géneros, contenidos y temáticas.

La última tipología que enuncia López Vigil (Radio-fórmulas) hace referencia a un tipo de Radio que se determina por su formato, el cual se repite continuamente sin muchas variaciones, en sus programas habituales.

Según Muñoz y Gil los programas radiofónicos agrupan: un conjunto de contenidos sometidos a una unidad de tratamiento, estructura y tiempo para ser difundida por Radio y que se integra a la programación global (Muñoz y Gil, 1990).

Cada uno tiene un estilo propio, un título que lo diferencia de los demás, un formato y pertenece a determinado género. A juicio de López Vigil, los géneros de la radiodifusión pueden clasificarse partiendo del modo de producción de los mensajes, dramático, periodístico, musical; según la intención del emisor, informativo, educativo, de entretenimiento, participativo, cultural, religioso, movilización social, publicitario); o según la segmentación de los destinatarios infantiles, juveniles, femeninos, de tercera edad, campesino, urbano, sindical. Desde otro ángulo, (Mario Kaplún, 2005) refiere que los programas radiales pueden ser clasificados en dos grandes géneros: los musicales y los hablados. En los primeros, lo que predomina es la música y en los segundos: la palabra. Dentro de los hablados, existen clasificaciones que se pautan a partir de las voces que intervienen: programas monologados, los dialogados programas en los que interviene más de una voz y los dramatizados se desencadena una acción dramática que escenifica una situación concreta, la cual es interpretada por un autor o diferentes autores.

Entre los formatos que caracterizan los programas radiales se pueden mencionar: la charla, el noticiero, la entrevista, la radio-revista, el radio-reportaje y el radiograma, deportivos, que son transmitidos por las emisoras radiales, ya sean comerciales o comunitarias.

Desde el punto de vista de los servicios públicos, una estación emisora de radio permite la transmisión, a través de las ondas electromagnéticas, de los sonidos hacia una fuente

receptora. A esta base infraestructural se le suman las instalaciones y personas necesarias para realizar la actividad radiodifusora, todo ello conforma a la institución, la cual se distingue además por un nombre y una frecuencia específica. Puede estar asociada a una comunidad región o país, generalmente en los países capitalista tienen fines lucrativos aunque hay algunas no, por ejemplo, hay emisoras en América Latina que son verdaderamente comunitaria, es decir trabajan para elevarla comunicación de las personas de localidad. También se puede plantear que no siendo así en Cuba, donde se disfruta las primeras radio fórmulas de América Latina y una emisora insigne como Radio Reloj, cuya rutina consistía y sigue consistiendo en dar la hora cada minuto, resumir las principales noticias del momento, y acompañarlas con el característico goteo del secundario (López, 1997). Las radioemisoras funcionan internamente como empresas, son reguladas bajo políticas administrativas, presupuestos y normas legales. Según Jesús Timoteo Álvarez,(S.F) “durante los primeros años de la radiodifusión coexistieron conflictos que cristalizaron en dos organigramas”, los cuales han definido dos concepciones en torno a las emisoras.

Uno de ellos, norteamericano, dispuso que la Radio quedara en manos privadas, capitaneada por un pequeño número de cadenas productoras y emisoras (NBC, ABC, CBS, RCA), y con una Comisión Federal (Federal Radio Commission) encargada de solucionar los conflictos entre las partes. Mientras que, las concepciones europeas determinaron a las radioemisoras como servicio público, equivalente en la totalidad de los casos a servicios estatales, pero se debe tener presente la radio como un medio de comunicación social. Donde la Radio utiliza como único soporte el sonido. Esta carece de imágenes pero basa su poder en potenciar la capacidad del oyente para imaginarlas.

En la comunicación oral los puestos del emisor y del receptor son intercambiables, sin embargo, en la Radio el papel tradicional ha sido el del mensaje unidireccional, es decir, el emisor no puede responder. Otra propiedad de la Radio es la instantaneidad. La rapidez con la que ofrece las informaciones y muy especialmente las noticias, lo que la convierte en un medio dinámico y atractivo para el oyente.

La Radio inspira tradicionalmente mucha confianza en la audiencia, de ahí que la credibilidad sea una de sus más reconocidas características. El oyente otorga plena veracidad a la información proporcionada por ese medio.

De hecho, la publicidad en el medio radiofónico se ha basado desde siempre en el poder de lo que se dice para captar la atención del espectador. La Radio debe ofrecer una respuesta variada a la inquietud del oyente.

La variedad se consigue con la integración de diferentes géneros radiofónicos en un mismo programa. La caracterización depende del tiempo que ocurre en la programación, de la periodicidad del espacio.

Están entre los más importantes los informativos, por la simultaneidad característica de la radio, los de entretenimiento, por la necesidad de atraer audiencia, los deportivos por el elevado número de oyentes que gustan de estos contenidos, los musicales y otros, elevando así la comunicación en los pobladores de cada lugar donde esté enclavada la misma.

1.2. Radio- Cultura e Industria Cultural Comunitaria

La recepción mediática ha sido también analizada desde perspectivas que hacen marcado énfasis en el elemento cultural, como por ejemplo, los llamados Estudios Culturales (Inglaterra, 1950), los cuales conceptualizaron la cultura no solo en su extensión antropológica, sino como elemento de producción e intercambio simbólico al interno de las sociedades, donde, como afirmara Gramsci, se reproduce pero también se negocia y se resiste la hegemonía (Gámez, 2005).

La mayoría de los investigadores coinciden en situar las raíces de los Cultural Studies en la Inglaterra de los '50. No obstante, en algunos trabajos como Historia de las Teorías de la Comunicación de Armand y Michele Mattelart e Historias de los Cultural Studies también de Armand Mattelart, pero esta vez con Erik Neveau, los autores insisten en conectar con los Cultural Studies.

(Muñoz y Nápoles, S.F) A partir de estos referentes, nuevas corrientes de investigación de la recepción pasan a priorizar como centro de los estudios la conceptualización de la actividad interpretativa, cultural y constructiva de la audiencia.

Con ello revolucionan los anteriores enfoques que se preocupaban solo por el efecto de los medios: esta vuelta al sujeto, vista dentro de la investigación en comunicación de masas, se traduce como la vuelta al receptor. Los estudios sociales que rehabilitan la creatividad del sujeto toman en comunicación la forma de lo que hoy algunos llaman paradigma de la recepción activa (Medina, 2000).

Dentro de este se incluyen las teorías desarrolladas en el continente latinoamericano, en ellas el proceso de recepción se inscribe dentro de la historia cultural de los sujetos que conforman la audiencia, lo cual se contextualiza dentro de las prácticas de lectura y consumo. Los actores sociales son concebidos como sujetos activos en el proceso de recepción, el cual está mediado además por factores económicos, sociales y políticos. Estos teóricos comprenden la cultura como espacio esencial en el que se construyen los sentidos y reconocen la diversidad de sujetos que conforman las audiencias. Se preocupan por analizar la interrelación entre lo popular y lo masivo: la investigación de la recepción revaloriza la emoción y el placer como sentimientos legítimos, privilegia el acercamiento a las culturas populares, y prioriza el estudio de los géneros de ficción, reconociendo el valor lúdico de la interacción de los sujetos con los medios (Medina, 2000). Según se ha citado por (Muñoz y Gil, 1990), sobre el estudioso alemán Dietrich Schewarzkopf que encuentra lo más modesto y realista de la expresión en la contribución a la cultura en vez de hablar de una misión cultural de la radio. La cultura, en específico, aúna el conjunto de rasgos, costumbres, creencias, manifestaciones artísticas; que identifican una sociedad en un período histórico determinado. Incluye además la moral, el derecho, las prácticas y las capacidades adquiridas por los sujetos (Tylor en Thompson, 1991).

Con relación al término cultura, (John B. Thompson, 1991), figura entre los autores que han desarrollado un análisis para demostrar su aplicación en las investigaciones sobre los medios masivos, en este empeño ha señalado que, a pesar del papel primordial que desempeña la comunicación masiva en la cultura moderna, el estudio de esta ha sido esbozado principalmente desde la sociología y la teoría social, disciplinas que han enfocado el análisis de maneras restrictivas que no refieren de forma exhaustiva las problemáticas que se presentan en el proceso de emisión y recepción de los mensajes mediáticos. Ubicar el estudio de la comunicación masiva dentro del contexto cultural permite una comprensión más enriquecedora.

Entonces, ¿cómo entender el medio radial en relación con un desarrollo de la esfera de la cultura, subrayado por el autor?. La transmisión cultural depende en gran medida de un medio técnico, a través del cual se produzcan y transmitan las formas simbólicas. El medio técnico posibilita fijar los contenidos y reproducir dichas formas simbólicas. Tanto la reproducción como la fijación parten de la naturaleza del medio. La transmisión cultural depende, en

segundo lugar, del aparato institucional en el cual se sitúa el medio técnico. Por ello, la experiencia cultural de las sociedades modernas ha estado ampliamente influida y modificada por el desarrollo de los medios de comunicación masiva, pues estos ofrecen un flujo continuo de información que se va integrando, a través del tiempo, al acervo cultural de los sujetos.

Por tanto, se puede considerar que la Radio es un almacén cultural por excelencia. A partir de su descubrimiento, comenzó a apertrecharse de elementos que así lo aseguran: la transmisión de noticias, programas educativos, música de todas las épocas; la representación de clásicos de la literatura y obras de teatro; la presentación de figuras que han sido reconocidas mundialmente.

Con ello ha servido de reflejo de lo contemporáneo y ha posibilitado enriquecer las prácticas cotidianas de los sujetos. La Radio también ha sido vínculo entre diferentes culturas regionales, ha contribuido al conocimiento sobre las costumbres de otros países y ha posibilitado que estos conocimientos lleguen a las masas, al difundir tanto la cultura de élite como la popular, ya que no precisa ser consumida por un público alfabetizado-como los medios escritos- ni tampoco requiere de grandes gastos para la emisión; además cuenta con grandes posibilidades para acceder a los lugares más distantes, por ello se ubica entre los medios más difundidos en América Latina (Sandoval, 2003).

A partir de las referencias anteriores se puede afirmar que las radioemisoras, como instituciones de la comunicación masiva participan en la transformación de las formas culturales de las sociedades modernas ya que a través de ellas llega a los sujetos una buena parte de la totalidad de información que reciben. Las radioemisoras, como los restantes medios, funcionan como filtros a partir de mecanismos como la selectividad y la creatividad, los cuales se implementan en el proceso de la conformación de los mensajes como industria cultural.

Desde Alemania y posteriormente trasladadas hacia Estados Unidos, las investigaciones críticas con origen en la escuela de Frankfurt, aunque favorecieron la legitimación de las visiones en torno al poder omnipotente de los medios de comunicación, sacaron a la luz concepciones particulares en relación a su estructura y efectos. Los teóricos de esta escuela, principalmente Horkheimer y Adorno, acuñaron el concepto de industria cultural, el cual fundamentaba el cambio que estaba acaeciendo en la modernidad, contexto en el que la cultura estaba adquiriendo un marcado carácter mercantil. El término tuvo sus orígenes en el

análisis de las formas culturales que emergieron tras el surgimiento de las industrias del espectáculo en Europa y Estados Unidos, a finales del siglo XIX y en los albores del XX. Ambos autores se percataron de la existencia de un proceso de mercantilización, donde los bienes culturales estandarizados se diseñaban y producían de acuerdo con las bases de la acumulación capitalista y de la obtención de utilidades, es decir, estos productos se hacían a la medida para ser consumidos por las masas.

A juicio de Thompson, las industrias culturales, hasta la actualidad, no se diferencian de las otras esferas de la producción masiva, donde los bienes también se uniforman y estereotipan a pesar de identificarse como, exclusivos a través de una marca o la publicidad que pueda hacerle una estrella para denotar sus bondades y atractivos.

Este planteamiento concuerda con lo que ya, desde años anteriores, había esbozado Adorno: la Industria Cultural integra intencionalmente a sus consumidores desde arriba...las masas no son elementos primarios, sino secundarios, son un objeto de cálculo; un apéndice de la maquinaria (Adorno en Thompson, Tomo I 2008). Al referirse a la industria cultural, Thompson asevera que en su conceptualización el impacto de Max Weber es evidente en la “la jaula de hierro” de Weber acerca de la acción racionalizada y burocratizada se reemplaza por el “sistema de hierro” de la industria cultural, en el que los individuos están rodeados por un universo de objetos esencialmente idénticos y completamente mercantilizados (Thompson, Tomo I 2008). En la definición hecha por Horkheimer y Adorno, muy vinculada a la función de los medios de comunicación, se observa claramente una intención crítica.

Formulan la existencia en las industrias culturales mediáticas, de elementos ocultos o latentes que ratifican el estado de alineación de los individuos, los cuales tienden a crear pensamientos mediocres, desarrollar inercia intelectual. Por ejemplo, hacen referencia al medio radial y presumen que sus ventajas tecnológicas facilitan la creación de toda una estructura de recreación, entretenimiento y espectáculo, donde el individuo es totalmente dominado, el paso del teléfono a la radio ha separado claramente a las partes. El teléfono, liberal, dejaba aún al oyente la parte de sujeto. La Radio, democrática, vuelve a todos por igual escuchas, para remitirlos autoritariamente a los programas por completo iguales de las diversas estaciones. (Adorno y Horkheimer. SF). Como puede observarse, estos teóricos consideran a los medios masivos, en su condición de industrias culturales, como instrumentos ideológicos relevantes de la modernidad, donde todo, incluso las manifestaciones artísticas, puede ser

comercializado. Ello le permite a las clases dominantes conservar el poder. El sujeto alienado se acostumbra a las características del sistema que se le impone.

Desde estas concepciones, los medios se presentan como poderosos mecanismos de dominación... son negocios que les sirve de ideología, que debería legitimar los rechazos que practican deliberadamente. Se autodefinen como industrias y las cifras publicadas de las rentas de sus directores generales quitan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos (Adorno y Horkheimer. SF). Pero ciertamente, se concuerda con John B. Thompson, quien difiere de estas consideraciones esbozadas por los críticos de Frankfurt, porque de ninguna manera está claro que la recepción y el consumo de los productos de la industria cultural, tengan las consecuencias que sugieren Horkheimer y Adorno. Es decir, de ninguna manera está claro que, al recibir y consumir dichos productos, los individuos sean impulsados a adherirse al orden social, a identificarse con las imágenes proyectadas y a aceptar de manera acrítica la sabiduría proverbial que se distribuye. (Thompson, Tomo I 2008).

Verdaderamente, es posible admitir que los bienes de la industria cultural se identifican por la serialización y la multi- reproducción; pero algo muy diferente es tratar de probar que, consumiendo tales productos, los individuos actúan de forma conformista y son forzados a seguir el orden social dominante.

En los últimos años, el término industria cultural ha sido despojado de las concepciones apocalípticas que se le confirió en sus inicios y ha pasado a ser herramienta para el análisis de instituciones y prácticas sociales bien definidas, que incluso pueden traspasar el plano mediático y llegar hasta instituciones tales como la educación o la religión. El punto en común entre todas estas instancias es que: todas ellas, en su conjunto, son responsables de reproducir las formas y las jerarquías y también de establecer nociones conscientes que los individuos terminamos por habitar como nuestra identidad (Hartley en O'Sullivan, 1995). Sobre este mismo punto ha incidido el teórico Enrique Bustamante, reconocido investigador español en materia de industrias culturales. Dicho autor ha planteado criterios medulares que pueden esclarecer algunos puntos teóricos en la presente investigación.

A juicio de Bustamante, las industrias culturales pueden diferenciarse de las restantes mercancías industrializadas ya que cuentan con elementos típicos que se vinculan al ámbito

económico y cultural, entonces el autor de esta investigación está de acuerdo con lo planteado por él cuando dice que:

- 1 La importancia del trabajo simbólico lo constituye su materia prima misma (Zallo en Bustamante, 2003).
- 2 Un valor de uso vinculado estrictamente a la personalidad de sus creadores.
- 3 Un requerimiento ineludible en transformar el valor simbólico en valor económico (Herscovici en Bustamante, 2003).
- 4 El alto riesgo de su valorización (consecuencia de la aleatoriedad de su valor de uso simbólico) (Huet en Bustamante, 2003).
- 5 Su constante necesidad de renovación, muy por encima de cualquier otro producto o servicio, que contrasta con la estandarización presente en toda industria.

Se coincide además con Bustamante al admitir que uno de los mayores méritos que encierra el concepto frankfurtiano es el de haber unificado el campo de la cultura industrializada con el de los medios informativos. Ello pone de manifiesto que: “no es posible una comunicación masiva que no actúe al tiempo como una sistemática máquina de difusión (re-producción) de la cultura”. (Bustamante, 2003). De esta manera, entender a los medios de comunicación modernos en términos de industrias de la cultura, significa, no sólo plantear la necesidad de analizarlos como formas de lenguaje para los intercambios simbólicos, sino también incluirlos dentro de las lógicas de producción, como entidades insertas en la economía de mercado (Valencia, 2002). Tanto los criterios de Adorno, de Thompson y de Bustamante señalan una variedad de elementos que pueden aunarse con el ánimo de buscar una definición enriquecedora del concepto y su significación social. Entre dichos elementos, pueden tomarse:

- 1 La reproductibilidad de los bienes culturales, es decir, su copia realizada a escala relativamente amplia con ciertas fórmulas preestablecidas para generar valores económicos y ganancias.
- 2 La división del trabajo de manera casi homóloga a todo proceso industrial donde tienen lugar pasos sucesivos e inviolables como: la creación, producción, edición, distribución y comercialización.
- 3 El significativo acompañamiento de una considerable inversión de capitales.
- 4 La visión de la conciencia como un producto social formado a partir de los recursos de una producción de sentido socialmente organizada.

Todo lo anteriormente referenciado repercute en el trabajo que debe realizar la Radio en la sociedad. Al respecto, el español (Manuel Martín Serrano, S.F) ha sido uno de los teóricos que ha planteado la relación entre la comunicación y la sociedad al señalar interdependencia entre estos dos elementos. A su juicio, las transformaciones que se suceden en las sociedades hacen cambiar la estructura de la comunicación, pero también, algunas alteraciones comunicativas pueden ocasionar variaciones tanto en la estructura como en el funcionamiento de la sociedad: El Sistema de Comunicación no es completamente autónomo; funciona abierto a las influencias exteriores de otros sistemas no comunicativos. Las influencias de los sistemas no comunicativos controlan en mayor o menor grado el funcionamiento del sistema de comunicación. El control se ejerce sobre todos y cada uno de los componentes.

A su vez, el propio Sistema de Comunicación afecta al funcionamiento de los otros sistemas con los que está relacionado. El Sistema Social constituye aquel otro sistema respecto al cual se establecen las relaciones de interdependencia más importantes. Para abordar con profundidad este fenómeno, Serrano acude al diseño de un modelo que incluye tres niveles en cada sistema: infraestructura, estructura y superestructura. Cada uno compuesto por elementos materiales, organizativos y cognitivos, respectivamente. Entre uno y otro sistema pueden producirse afectaciones, ya sean entre niveles equivalentes o no. Siguiendo este modelo, el Sistema Social está formado tanto por la materia prima y equipamiento para la producción social (infraestructura), las organizaciones encargadas de dicha producción social, estructura y las pautas jurídicas, ideas o creencias de la sociedad (superestructura).

El Sistema Comunicativo está definido por los medios técnicos para producir, difundir y recepcionar la información infraestructura, las organizaciones que manejan dicha información estructura y los mensajes o relatos en los cuales queda reseñado todo lo que acontece (Martín Serrano, 1993). Este análisis de Martín Serrano es una excelente herramienta para examinar de forma efectiva las relaciones radio-sociedad presentes en esta investigación. A través de su modelo puede apreciarse la manera en que una afectación en el sistema social puede influir en el medio radial y viceversa.

Al respecto, el teórico español acota algunas especificidades originadas en uno u otro medio que pueden llegar a ocasionar afectaciones. En primer término, destaca intervenciones que pueden tener lugar en el Sistema Social y afectar el Comunicativo. Entre ellas (Martín Serrano, SF).

a) Intervenciones que afectan a los actores de la comunicación. Aquellas prácticas que determinan la actuación o no actuación de unos u otros actores en el proceso comunicativo, entre ellas la coacción y la persuasión.

b) Intervenciones que afectan a los instrumentos de la comunicación. Aquellas prácticas que determinan el empleo o no empleo de unos u otros medios, entre ellas la apropiación de los medios por personas o entidades públicas, estatales o privadas.

c) Intervenciones que afectan a las expresiones de la comunicación. Aquellas prácticas que determinan el empleo o no empleo de unas u otras expresiones, entre ellas el silenciamiento y la censura.

d) Intervenciones que afectan a las representaciones de la comunicación. Aquellas prácticas que determinan el empleo o no empleo de unos u otros modelos de representación, entre ellas la deformación ideológica de la realidad, la manipulación y el falseamiento.

Con respecto a las intervenciones que se originan en el Sistema Comunicativo y afectan al Social, Serrano plantea...que la comunicación puede influir en las necesidades, los valores y las visiones grupales. El autor acota que esta clase de influencias se conocen como mediaciones comunicativas. Donde la participación de los Medios de Comunicación Masiva (MCM) en la mediación se inicia cuando la institución mediadora u otros actores sociales, Agencia de noticias, Consejo de redacción, Censores, seleccionan determinados acontecimientos para hacerlos públicos. La mediación específicamente comunicativa comienza cuando los emisores con la aceptación de la institución mediadora eligen, en el marco de tales acontecimientos públicos, determinados objetos de referencia (Martín Serrano, 1993).

Entre las mediaciones, los teóricos definen, por ejemplo, las cognitivas y estructurales, las cuales se indican para manejar las tensiones que afectan a la comunicación mediada. Con referencia al modelo de Serrano, no pueden obviarse las reformulaciones teóricas hechas por (García Luis, 2004), las cuales ayudan a visibilizar la importancia del Sistema Político como subsistema del Sistema Social que define el catedrático español. Ello es medular para lograr entender también el vínculo entre el Sistema Social y el Sistema de Comunicación, el cual se establece a partir de una mediación múltiple en la cual ejerce gran influencia el Sistema Político-Jurídico dominante. El conflicto entre el cambio del acontecer y la reproducción de las normas sociales reclama una mediación cognitiva. La mediación cognitiva está orientada a lograr que aquello que cambie tenga un lugar en la concepción del mundo de las audiencias

(Martín Serrano, 1993). El conflicto entre la apertura del medio al acontecer imprevisto y su cerramiento en una forma comunicativa pide una mediación estructural.

La medicación estructural está destinada a conseguir que aquello que irrumpe sirva para realimentar las modalidades comunicativas que cada medio adopta (Martín Serrano, 1993). A través de este basamento teórico es posible comprender el proceso de institucionalización mediática y tener en cuenta que ello es directamente afectado por el contexto en el cual se ubica dicho medio, es decir, la manera en que los fenómenos políticos, económicos y jurídicos afectan sus producciones, elementos también importantes a la hora de comprender cómo las instituciones mediáticas han conseguido ubicarse entre las que, con más probabilidad, inciden en la vida diaria de gran cantidad de individuos. Ello, según el teórico John B. Thompson, se debe en gran medida a las concepciones presentes en los mensajes, los cuales tienen: el doble sentido de pertenecer al pasado y al presente y se constituyen como uno de los medios a través de los cuales se reconstruye y se comprende el pasado. (...) son parte del tejido de la tradición en las sociedades modernas, son también un legado a través del cual se conforma nuestra memoria histórica (Thompson, 1991).

Todo lo relevante que acontece en la vida pública tiene su eco en la Radio. Los medios masivos tienen un impacto fundamental en las formas en que la gente interactúa. Es por ello que a lo largo de la historia los mensajes de los medios han sido conformados también como instrumentos de propaganda política, por ejemplo, en Alemania, la Radio figuró junto al cine como uno de las vías más fecundas para transmitir la ideología nazi y comprometer a los ciudadanos, por lo que se debe tener presente no solo la Radio comercial sino también tener presente la radio comunitaria.

La radio comunitaria es un tipo de radio de servicio, que ofrece un modelo de la radio radiodifusión de servicio público más allá de lo comercial. Las estaciones de la comunidad pueden servir a las comunidades geográficas y comunidades de interés. Donde difunden el contenido que es popular y relevante para un público específico, a menudo puede ser pasada por alto por los organismos de la radiodifusión comerciales o los medios de comunicación.

Las Radios Comunitarias son operadas, y conducidas por personas de las mismas comunidades que tiene su fin de facilitar a los individuos, grupos y comunidades contar sus historias propias, para compartir experiencias, y para convertirse en creadores activos y colaboradores de medios de la comunicación social. En muchas partes del mundo, la Radio

comunitaria actúa como un vehículo para el sector comunitario y voluntario, la sociedad civil, organismos, ONG y ciudadanos para trabajar en asociación para promover el desarrollo comunitario, y así contribuir con los objetivos de la comunicación de los radio oyentes, entonces se puede hablar de un nuevo de hacer la Radio Comunitaria.

1.2.1. Modelos de la Radio Comunitaria y su Repercusión en Cuba

Filosóficamente la Radio Comunitaria tiene dos enfoques distintos a la radio comercial donde se puede discernir, que los modelos no son necesariamente excluyentes entre sí. Uno insiste en servicio espiritual en la comunidad, con un enfoque en lo que la estación puede hacer por la comunidad. El otro insiste en la implicación y la participación del oyente. En el localismo el servicio, como la radio comunitaria, es a menudo apreciado, como un nivel, que puede proporcionar un contenido centrado en una comunidad, más local o particular que las grandes operaciones.

A veces, sin embargo, la provisión de contenidos no es lo más considerado para el trabajo comunitario, además de que los medios disponibles no están acordes con la responsabilidad que tiene la Radio para la comunidad, donde las Estaciones Comunitarias deben distinguirse por:

1. Elevar la comunicación entre los pobladores de las comunidades.
2. Facilitar el acceso de la comunidad a la programación;
3. Promover la disponibilidad de formación en toda la comunidad, y
4. Prever la formación continua y la supervisión de las personas dentro de la comunidad que deseen participar en la programación.
5. Reflejar las necesidades e intereses de la comunidad, incluyendo, música de nuevos talentos locales y del país.

José Ignacio López Vigil, ha sido un estudioso de la radio comunitaria, fundamentalmente en América Latina, y la define de la siguiente manera. Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando se estimula la diversidad cultural; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; ésa es una radio comunitaria.

Algunas personas consideran que en Cuba no existe radio comunitaria, ¿Cuáles son los argumentos? Varios, pero el más fuerte es que la radio comunitaria es dirigida, operada y propiedad de la comunidad. En nada esto contradice lo que hace nuestra radio. Sólo esto se diferencia por la forma y no por el contenido. No sólo en Cuba existen estas particularidades, en cada país existen especificidades e incluso hay radio que es financiada de forma parcial o total por el estado.

Lógicamente no es igual la Radio de Canadá que la de Colombia. Teóricos canadienses plantean que: “Es necesario que sea claro que el objetivo de la radio comunitaria no es el de hacer algo por la comunidad, es, más bien, el de dar una oportunidad a la comunidad para que haga algo por ella misma, como por ejemplo, poseer el control de su propio medio de comunicación”. Esta definición posesiona a la comunidad como propietaria, contribuyente para que la Radio exista.

Aquí existe una diferencia de principio con la Radio en Cuba, pues la comunidad debe colaborar con ella dando información, criticar el modelo de comunicación empleado para que sea mejorado, plantear a través de los diferentes canales las necesidades no cubiertas. Ahora bien, se pueden tener todos estos principios básicos, conceptos que definen como hacer la radio pero ello debe complementarse con la investigación que nos permita conocer la comunidad, porque cada una tiene características particulares, servicios diferentes, hábitos que las distinguen.

No es lo mismo una comunidad rural a una urbana, es diferente una comunidad en Mantua a una en Maisí. Esto no está resuelto aunque en el nuevo concepto está incluido por el investigador social en cada Emisora. Se hablan de las radios locales, pero están las provinciales. ¿Son o no también comunitarias? Están las nacionales que cubren el territorio nacional. Pero si todas están, por una definición, dirigidas a informar, educar, recrear a los oyentes, al respecto (López Vigil S.F), define la Radio Comunitaria como la radio destinada a, “promover la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses donde está la diferencia desde el punto de vista conceptual y de contenido. También (Harold Dwight Lasswell, S.F) refiere que: “La función social de los medios, consiste en supervisar y vigilar el entorno, o sea al gobierno, al Estado y en transmitir la herencia social, función que debía ser cumplida mediante la educación, así con la organización y estructuración de los instrumentos sociales, lugar donde los medios de comunicación tienen una gran preponderancia”.

Como se puede apreciar, existe en esta definición puntos de contactos y lógicamente diferencias, en el control del entorno, pues la radio cubana debe ejercer ese papel para mejorar, ayudar, ser un canal de transmisión de opiniones y sugerencias sobre la gestión y administración de la propiedad social. No queda lugar a duda de que la Radio en Cuba es una Radio comunitaria, con una distinción, que los profesionales reciben una preparación superior, es una preocupación permanente que la información sobre el medio llegue al colectivo de forma creativa y propicie en mayor o menor grado el intercambio de experiencia sin que ello constituya el robo de conocimientos. La Radio en Cuba está urgida de reajustes, de perfiles, de despojar de algunas el mimetismo de otros niveles radiales que en nada se corresponden con las misiones y sus objetivos. Algo a estudiar es la proporción en que deben estar presente contenidos foráneos aunque como principio todos los medios deben apropiarse de lo más importante de la visión universal, pero sin dejar de entender que la competencia está en cómo mejor servir a la comunidad desde su modelo y no cómo hacer mejor lo mismo que otras estaciones hacen para un público diferente, o para el mismo público pero con un nivel de generalidad que nada tiene que ver con lo específico de otras.

Se puede estar o no de acuerdo con estas ideas, ellas están planteadas para el debate y de él se obtienen la mayor claridad y así buscar los modelos de comunicación radial de mayor eficiencia y eficacia.

Entonces se puede plantear que la Radio Comunitaria es definida a partir de tres aspectos que la caracterizan:

- Se trata de una actividad con fines no lucrativos.
- La comunidad tiene el control sobre la propiedad.
- Es principal la participación de la comunidad.

Entonces es criterio del autor de esta investigación, que la Radio Comunitaria es un factor de acercamiento, un puente, un paso hacia el otro, no para que el otro se convierta en lo que nosotros somos, sino para que él pueda ser lo que es. No se trata de tener más, sino de ser. Esa es la verdadera misión de la radio comunitaria. Actualmente en Cienfuegos existen 3 emisoras municipales Aguada Radio, Radio Cruces y Radio Cumanayagua. Esta última sale al aire por primera vez con las siglas CMFK el 24 de diciembre del 2003. Para que la Radio tenga la audiencia necesaria, debe reunir un colectivo de realizadores que respondan a las necesidades de la localidad y de los radio oyentes.

1.3. La locución en los géneros deportivos

La locución deportiva radiofónica presenta unos rasgos específicos. Este es un género en el que los radiofonistas que intervienen manipulan constantemente su voz, alternando en su discurso tonos graves con otros agudos, alargando notablemente la duración de las sílabas en algunos momentos, haciendo énfasis sobre ciertas palabras de carácter deportivo. Siempre debe tener presente el evento que se estén narrando alegría o decepción por la encajada de un gol, jugada peligrosa, relajación en el terreno de juego. La locución de los narradores de los programas y las narraciones de los eventos deportivos que habitualmente se pueden escuchar en las emisoras. Se puede plantear que la clave está en la fusión entre lo que concierne a la comunicación y el conocimiento que tiene sobre el deporte que el mismo está dando el mensaje a los radio oyentes. Entrando a valorar el primero de los aspectos, el de deporte, se puede partir de la noción de que en el último siglo y medio, el deporte moderno se ha convertido en un ámbito de constante de crecimiento (Castañón, 2009). En Cuba, sobre todo desde el triunfo de la revolución en 1959 se comenzó los primeros pasos por eliminar el profesionalismo de nuestro país, y comienza una nueva era donde todos tienen el mismo derecho a participar en cualquier deporte, es decir comienza la masividad del deporte en Cuba, y los locutores y narradores deportivos fueron especializándose en la marcha del proceso revolucionario, el béisbol en concreto, ha servido a la población cubana como herramienta de evasión y distracción en muchos momentos, incluidos los históricamente poco fáciles, especialmente si se tiene en cuenta al deporte como un espectáculo dentro del ámbito social comunitario.

En cuanto al segundo de los aspectos reseñados, el de la Radio, este medio de comunicación, de entre todos los existentes, es considerado por muchos como el más creíble (Faus, 1974; Balsebre, 1994; y Pousa, en Rodero, 2005). Es además el primer gran medio extendido entre la población al que se puede tener acceso de forma gratuita constantemente, más allá de la compra de un receptor apropiado para ello. Al mismo tiempo, la radio universalizó el acceso a la información, en el sentido de que no era necesario saber leer para estar informado, como ocurría hasta entonces. A pesar de todo ello, la radio sufre un déficit de investigación, o como define Garcés, una alarma investigativa debido a los pocos estudios existentes sobre radio" (Garcés, 2007) y a pesar de ser un medio con futuro (Rodero y Sánchez, 2007). Por lo tanto, si

se toman como válidas las dos nociones principales presentadas, se tendría un perfecto híbrido entre radio y deporte para considerar a la información deportiva en general, y a las transmisiones de acontecimientos deportivos en particular, como un género que ha ido adquiriendo un auge en la radio nacional.

Desde entonces, con el transcurso de los años, y beneficiadas por los continuos avances tecnológicos, las transmisiones de acontecimientos deportivos han ido creciendo hasta extremos antes insospechados. A la popularización del género deportivo en las radios ayudan de forma notable a elevar el conocimientos de los radio oyentes, ya que los mismos enganchan a la radio todos los días para saber el acontecer deportivo nacional y extranjero.

Los aficionados pueden llevarse el transistor al fútbol para seguir el desarrollo del resto de partidos. Así hasta llegar a la situación actual, comienzos del siglo XXI, se encuentra un enorme panorama radiofónico-deportivo. Tan sólo hace falta fijarse en las parrillas de las principales emisoras radiofónicas para darse cuenta de que si, por ejemplo, se conecta la radio un día cualquiera, pronto podrá oírse un noticiario deportivo, y si aquella se sintoniza en domingo, puede decirse sin exageración que será difícil escuchar otra cosa. De hecho, una cadena de radio nueva como la emisora radio Cumanayagua, enseguida ha puesto en marcha programas deportivos de forma diaria. En resumen: un gran número de horas dedicadas a la información deportiva y, muchas de ellas, a la transmisión como tal. Y si es cierto que, como decía Hernández, para escuchar un buen partido de fútbol bastaría con un buen narrador (Hernández, 1955), es por ello que los narradores y locutores deportivos juegan un rol importante en la comunicación social en la emisora radial comunitaria de la localidad. En los marcos de las observaciones anteriores en un primer momento se debe tener en cuenta entre los principales elementos sonoros la palabra, la música, los efectos sonoros-ambientales y los silencios (Faus, 1974 y Roderó, 2005), una división simplificada excesivamente pero real (Faus, 1974), el que en este artículo se va a analizar es la palabra, el elemento fundamental del código y del mensaje radiofónico (Mateos, 2003) en forma de voz, entendida como el elemento protagonista del mensaje radiofónico al ocupar siempre el primer plano del contenido del discurso que se transmite (Mateos, 2003), lo que se acentúa durante una retransmisión deportiva, habitualmente carente de silencios, música u otros efectos sonoros, siempre tiene que estar presente las cualidades. Y entre ellas la intensidad, tono y timbre. En lo que a la intensidad respecta, se puede entender por ésta como que es el mayor o menor volumen de la

voz (Vázquez, 1974), que se mide en decibelios. En términos referidos a este estudio, se entenderá la intensidad como el volumen de la voz percibido por el codificador. En cuanto al tono, su definición más técnica hace referencia a que es “la frecuencia en el proceso de sonorización del aire que se produce en las cuerdas vocales. La acción de dichas cuerdas ante la presión del aire que sube por la tráquea en cada momento da lugar a una amplia gama de tonos (Mateos, 2003). El tono puede dividirse en varios tipos: desde el agudo al grave pasando por un tono intermedio, o desde el alto al bajo pasando por un tono medio (Mateos, 2003). A la hora de buscar un nivel perceptual del tono, es decir, cómo son percibidos los distintos tonos, se puede entender que el tono agudo se percibe como finito o chillón y el grave como grueso o bajo (Guevara, 2003). Aunque es difícil poder calibrar la línea limítrofe entre tonos agudos y graves, Rodero comenta que a partir de las cifras de diversos autores se puede acotar la frecuencia de la voz masculina entre 50 y 200 hercios y la femenina entre 150 y 350 y el tono medio sería de 125 hercios para las voces masculinas y 215 para las femeninas (Rodero, 2001). También dice que, el timbre del sonido es...la sensación provocada en el oído por la suma del tono más los armónicos o múltiplos de la frecuencia fundamental. Además la profesora González, afirma que el timbre es la característica...que permite diferenciarlo de otro cuando ambos tienen la misma frecuencia y amplitud. (González, 2001). Por lo tanto, es criterio del autor que cada narrador radiofónico cuenta con un timbre de voz personal y distinta al resto. Hoy en día, las modernas líneas RDSI (Red Digital de Servicios Integrados) empleadas en las transmisiones de acontecimientos deportivos a través de la radio permiten reflejar con mucha mayor fidelidad la intensidad, timbre y tono de la voz de sus emisores, alejados de los primitivos micrófonos de carbón que se emplearon en las primeras retransmisiones deportivas en las décadas de los años 20 y 30 del siglo XX.

Entonces plantear que a la antigua y deficiente calidad de los equipos empleados, cuando las transmisiones deportivas empezaron a hacer acto de presencia en las radios, los recintos deportivos no estaban preparados para albergar periodistas, y no contaban con un lugar específico para ellos. Así, en vez de las modernas cabinas de radio de hoy en día, desde una visión privilegiada, y totalmente insonorizadas, los primeros partidos se narraban desde la misma banda de los campos de fútbol, béisbol con lo que todo ello se supone, que la voz iba contaminada de otros numerosos elementos, como los gritos de los aficionados y otros sonidos que estaban en el ambiente en esos momentos. Una vez vistas las tres cualidades de

la voz que están implícitas en la pronunciación de cada palabra, otro factor a tener en cuenta es la velocidad de dicción con el que son emitidas esas palabras a la hora de transmitir un mensaje radiofónico. Una manera sencilla de estudiar la velocidad de dicción de un narrador o locutor deportivo es contando el número de palabras por minuto que el locutor pronuncia. Y a partir de ahí y de patrones preestablecidos por estudiosos en la materia, identificar la narración con una velocidad baja, media o alta. Uno de esos patrones que puede utilizarse es el que propone Guevara cuando dice que...los estudios hechos para medir la velocidad en la locución coinciden en que en la velocidad media del habla se pronuncian entre 125 y 190 palabras por minuto, margen dentro del cual se ubican velocidades rápidas y lentas (Guevara, 2003) si bien puede producirse alguna controversia a la hora de concretar dónde estaría ese umbral, ya que por ejemplo Rodero señala que...no se debe olvidar que a partir de las 170 palabras por minuto, comienza a dificultarse la comprensión (Rodero, 2007), cifra que, sin embargo, Guevara plantea que...la comprensión por parte del oyente empieza a decaer cuando se supera la barrera de las 200 palabras por minuto. (Guevara, 2003). En la narración radial de competiciones deportivas, se puede entender que una alta velocidad de dicción se corresponde con un alto ritmo; y viceversa. De esta forma, la velocidad de dicción servirá al oyente de apoyo para saber hasta qué punto es importante lo que en cada instante sucede en una prueba deportiva. Desde el punto de vista, o, mejor dicho, de escucha del oyente, resultaría más fácil entender la velocidad y el peligro de las acciones deportivas si se le explicaran a través de metáforas y de comparaciones, pero también si, mientras se narran, se imprime un ritmo en la exposición que ayude a recrear esa velocidad en la mente del oyente. (Blanco, 2001). En cualquier género radiofónico, más aún si cabe en las retransmisiones deportivas, el locutor deberá acelerar la velocidad cuando se transmita alguna acción que se está desarrollando y se combinará con un ritmo menos acelerado cuando los datos, más que a la acción, inviten a la tranquilidad (Rodero, 2005). En las locuciones deportivas en radio, ese aumento de la velocidad repercutirá en el aumento del ritmo y, por ende, en una mayor sensación de interés para el oyente. Efectivamente, para ayudar a generar sensación de jugada interesante o de peligro en el oyente, parece adecuado aumentar el ritmo. (Blanco, 2001). Las cualidades de voz de una palabra, y la velocidad a la que éstas son pronunciadas por el emisor, también varían en función del estado emocional del propio emisor. Este estado emocional de cualquier persona viene influenciado por circunstancias personales concretas

que afectan a su estado anímico. Conforme sea ese estado emocional y anímico, su voz adquirirá una u otra forma. Para Vázquez, los matices emocionales son...las variaciones características de las propiedades del sonido, que se producen en la voz, de acuerdo con los distintos estados de ánimo que las palabras exteriorizan. (Vázquez, 1974). De alguna forma, a partir de esta idea, se puede interpretar que la voz es el reflejo del estado de ánimo. El propio Vázquez afirma que hay tantos matices emocionales como estados anímicos es capaz de adoptar el ser humano. (Vázquez, 1974). Trasladado al locutor deportivo de radio, éste ha de mostrar un estado de ánimo concreto, que se corresponda con el género al que pertenece una retransmisión radiofónica deportiva y que, a partir de las características anteriormente enmarcadas teóricamente, debe tener pausas y silencios. Aunque el silencio puede ser entendido como un elemento no sonoro de vital importancia en la construcción de ciertos mensajes radiofónicos (Rodero, 2005), e incluso estético en algunos casos, lo cierto es que no parece que sea el elemento esencial en la locución sobre un acontecimiento deportivo. Hay deportes como el béisbol, el más popular en Cuba y que más horas ocupa en la radio deportiva. Sin embargo, existe un conjunto de deportes silenciosos, en el que el empleo del silencio viene provocado porque una determinada especialidad deportiva aporte poca información: golf, tenis, billar o tiro son claros ejemplos. Sin embargo, estos deportes apenas tienen cabida dentro de los programas de información deportiva y salvo en contadas ocasiones por ejemplo, cuando se retransmiten dentro de unos Juegos Olímpicos, pero siempre son narradas por las emisoras radiofónicas, bien distinta a las otras especialidades deportivas.

CAPITULO II Fundamentación metodológica de la Radio en la comunicación

2.1. Fundamentación metodológica

Los estudios de comunicación y dentro de ellos, la historia de personalidades e instituciones, constituyen una importante fuente cognoscitiva para quienes se desempeñarán en el escenario mediático, beneficio profesional de la Comunicación Social. En Cuba esta área investigativa no ha sido estudiada con la relevancia y en especial lo que ofrece la misma para el trabajo comunitario, aunque en los últimos años, hay un mayor desarrollo. Pueden hacerse menciones de trabajos que han reseñado la evolución de publicaciones periódicas, instituciones, géneros, entre otros aspectos. En este sentido, el medio radiofónico ha sido generosamente beneficiado con investigaciones que, desde disímiles ópticas, han referido las

particularidades de su surgimiento y progreso en el país. En ello tuvo crucial importancia el año 1981, en el cual fue publicada la más auténtica y completa investigación sobre el desarrollo del medio radial en la sociedad neocolonial. La radio en Cuba de Oscar Luis López. A ella le han seguido otros trabajos que reseñan y analizan el fenómeno radial en distintos períodos. Entre los principales autores se destacan: Reinaldo González, Raúl Garcés y Josefa Bracero Torres. En este orden de ideas se puede citar que la presente investigación parte también de este propósito de contribuir al desarrollo y conocimiento de la vida y obra de personalidades de la localidad y entre ellos resulta oportuno analizar la vida y obra Carlos Yanes Arfiles pelotero Cumanayagüense. Ahora desde una óptica más específica, que tomará como centro las perspectivas comunicativas en el análisis de la emisora local "Radio Cumanayagua", con los oyentes del programa "Protagonistas" que sale diariamente de 12.30 a 12.59. Para ello, se abordan los elementos que definen a dicha emisora como la principal industria cultural del ámbito local en el trabajo comunitario de la localidad en el período comprendido entre 2009-2011, tanto desde la arista organizacional como desde el punto de vista de la conformación y transmisión de singulares pautas en la construcción de sus productos radiales. Se seleccionó este marco de tiempo pues, a partir de 2008, la emisora experimentó cambios en su estructura, organización comercial y programación. Ello le permitió el logro de los mayores índices de audiencia y en algunas ocasiones desplazando otras de carácter provinciales competidoras en la llamada guerra del aire. Aunque la bibliografía referente al tema no es para nada escasa, se consideró también importante la realización de la investigación debido al propósito de recuperar y analizar, desde una perspectiva comunicativa, materiales radiofónicos de enorme trascendencia, así como el testimonio de valiosas personalidades de la historia de la radiodifusión cubana. Por dichos argumentos, el tema es de real provecho para la carrera en la localidad y la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas y ser una de las líneas de investigación de los Estudios de la Comunicación Social. Teniendo en cuenta que el principal problema al que se enfrenta la historia de la comunicación no se encuentra en sus métodos sino en el alcance de sus ideas (Schudson, 1993), se pretendió ofrecer también una comprensión generalizadora en correspondencia con la influencia y la relación que tiene la emisora con el acontecer económico y socio-político que caracterizó al período seleccionado. Ante ello ha de tenerse en cuenta que la historia, como categoría investigativa, parte esencialmente de la influencia subjetiva que ejerce el investigador al poner

en contacto las fuentes a las que accede con sus propias experiencias y formación cultural. Sobre la relación historia-comunicación, como elemento medular que invade la presente investigación, se debe señalar el protagonismo que este vínculo ejerce en la explicación del propio presente. De ahí se desprende la necesidad de este tipo de investigaciones y de su correcto desarrollo, la historia ha desempeñado importantes papeles en la conformación del espíritu de las naciones, por lo que es un campo sumamente sensible (Rodríguez en Soler y Medina, 2004), por lo que el tema de la investigación es

Tema de la investigación: La Radio en la comunicación comunitaria.

Problema de investigación: ¿Cómo influye “Radio Cumanayagua”, en la comunicación comunitaria con el conocimiento de la vida y obra de Carlos Yanes Artilles pelotero Cumanayagüense?

Objetivo General: Diseñar la tira o parilla de programa, con un Espacio destinado al conocimiento de la vida de Carlos Yanes Artilles, en el trabajo comunicación comunitaria desde la emisora Radial Radio Cumanayagua.

Objetivos Específicos:

1. Estudiar los referentes teóricos del papel de la radio en la comunicación comunitaria.
2. Describir el escenario comunicativo desencadenado por “Radio Cumanayagua”, como principal industria cultural del ámbito radial en el período comprendido entre 2003-2011.
3. Caracterizar la evolución de la comunicación comunitaria en Radio Cumanayagua desde el 2008-2011.
4. Identificar los rasgos del programa “Protagonistas” en la programación que tipifican a la emisora y condicionan el alcance de los mayores índices de audiencia durante el período de estudio.
5. Diseñar la tira de programa sobre la vida y obra de Carlos Yanes Artilles.
6. Analizar el alcance adquirido por el radio-oyente con el programa “Protagonistas”, y los criterios suministrados por los especialistas acerca del programa.

Premisa

En Radio Cumanayagua se han establecidos prácticas comunicativas para llevar a cabo la coordinación, ejecución y superación de los radio-oyentes en cuanto a la comunicación, pero no se ha logrado desarrollar el trabajo con las personalidades de la localidad en cuanto a la

Comunicación comunitaria, lo que afecta la imagen, prestigio y el propósito para la cual fue concebida la emisora en lo social, lo político, lo económico, y potenciar así la comunicación comunitaria en los radio oyentes.

La investigación fue de tipo histórico y para la producción comunicativa. Donde lo histórico tiene su fundamento en el devenir de los sucesos de forma cronológica, a la vez que los relacionan de manera lógica y dialéctica con el contexto socioeconómico, político, cultural y científico en el que se enmarcó la investigación potenciando a una mejor interpretación de las interrelaciones e interconexiones de la comunicación de manera que pudiera ser debidamente caracterizada y tipificada, la de tipo para la producción comunicativa variante de la investigación social ya que se dirigió a obtener, con el mayor rigor posible, la información destinada a nutrir la elaboración del producto comunicativo. La misma se distingue por el modo de empleo de las técnicas y procedimientos, para una mejor comunicación entre la radio y los radio oyentes. Ambas tipologías contemplan la consulta a fuentes bibliográficas para sistematizar información, caracterizar el comportamiento teórico- conceptuales o referir aspectos históricos.

El tipo de diseño es no experimental, pues se observa el fenómeno de la comunicación tal y como se manifiesta en su contexto, sin manipular variable alguna, para después analizarla. Se hizo necesario seguir una perspectiva cualitativa pues, los criterios de selección, comprensión y pertinencia, y no de representatividad estadística. Bajo un enfoque histórico cronológico, de manera lógica, y a través de un diseño no experimental; la presente investigación se establecieron, caracterizaron e interpretaron los diferentes factores que identifican a la comunicación radial como forma de elevar la comunicación en los radio oyentes del programa "Protagonistas" de Radio Cumanayagua. El carácter de las investigaciones históricas posibilita remitirse a una de las clasificaciones planteada por el teórico Michael Schudson, en una aproximación a los enfoques históricos en los estudios de comunicación: La historia de la personalidades y de instituciones (Schudson, 1993). Al respecto él se interesaba por el desarrollo de los medios de comunicación desde la perspectiva de esta como institución, desde el sentido de la historia de la comunicación y del lenguaje o del desarrollo de cada género en específico (Amaya, 2003). Al respecto Schudson se pregunta específicamente: ¿de qué modo se desarrolla esta (o aquella) institución de la comunicación de masas? (Schudson, 1993). A pesar de lo anteriormente explicado por los investigadores antepuestos, se puede

plantear que el enfoque medular de esta investigación enrumba el mismo precepto, solo que en la realizada por el autor de esta investigación fundamentada sobre la base de la historia de vida de Carlos Yanes, pelotero cumamayagüense, poniéndose de manifiesto la relación institución-sociedad de vital importancia para el análisis, además se considera la relación de los medios de comunicación con la historia cultural, política, económica y social, y se preocupa por indagar lo que la comunicación plantea de la sociedad y lo que la sociedad cuenta de la comunicación. Por lo que el autor de esta investigación se pregunta directamente: ¿De qué modo la radio pueden contribuir a cambios, transformaciones, o la elevación de la comunicación social?

Categorías de análisis

Configuración organizacional: elementos técnicos y estructurales que caracterizan a la radio comunitaria. Organización operativa, tácticas, estrategias que permiten el funcionamiento sinérgico de la entidad, su mejor organización, eficiencia, el fortalecimiento de su identidad e imagen y el logro de sus objetivos.

Dimensiones:

Infraestructura de la radio comunitaria

- Equipamiento técnico instalado
- Edificación y ubicación

Organización operativa

- Estructura empresarial

El término acuñado por Adorno y Horkheimer como se ha recordado tantas veces, ha recorrido un largo camino de despojamiento de sus iniciales connotaciones nostálgicas o peyorativas (...), Bustamante, (2003). El retraso en el conocimiento de esta noción, incluso en el ámbito académico, resulta ya elocuente de las resistencias presentadas por un pensamiento occidental que, desde la derecha o la izquierda, se encerraba durante años en la falsa disyuntiva, enunciada por diferentes autores para el cine, de arte o la industria, para rechazar indignadamente la segunda en pro de una supuesta edad de oro angélica de la creación cultural. Es evidente entonces que esas industrias culturales y comunicativas se iban conformando no como simples difusores de la cultura o simples mediadores entre creadores y

consumidores. Para conformar las categorías se tuvieron en cuenta las variables definidas por Raúl Garcés en "Los dueños del aire". Un acercamiento comunicológico a la radio cubana a fines de los años 40. Tesis de Maestría. Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana, (2002).

- Comunicación (Comunicación interna, Publicidad institucional y Relaciones Públicas).

- Escenario profesional

- Estrategias para elevar la comunicación

- Expansiones de la misma

Recursos humanos y condiciones laborales

- Equipo de trabajo

- Sistemas de trabajos

- Clima laboral

Pautas de construcción del mensaje radial: Elementos que caracterizan la conformación del producto radial que oferta la emisora: estructura de la programación, distribución del horario, géneros abordados, lenguaje, temáticas, recursos estilísticos que hacen posible la conformación de un mensaje radial que distingue a la radio comunitaria de la localidad.

Dimensiones:

Programación

- Segmentación de públicos

- Estructura

- Horarios de mayor audiencia

- Programas estelares

- Programas especializados

Mensaje radial

- Formato de los programas (radionovelas, programas de participación, informativos, humorísticos, deportivos)

- Recursos estilísticos

- Temáticas y Lenguaje (Relación con el segmento de público al que se destina el programa)

- Recursos sonoros

Métodos, técnicas y procedimientos

La palabra método se deriva etimológicamente del latín *methodus*, término que viene del vocablo griego *métodos*, que tiene el significado de camino, procedimiento, y se compone de la preposición *meto* (tras lo cual, después de lo cual) y *odos* (camino, senda, dirección, viaje, marcha, modo de vida, costumbre, medio, manera, procedimiento, sistema). Método es entonces la forma racional, ordenada, objetiva y social de una actividad, que establece el camino o proceso que aquella ha de seguir para alcanzar su fin. Por ejemplo, para Mario Bunge, (1980),...“método es un procedimiento regular, explícito y repetible para lograr algo”. Aunque según la noción de método expuesta, se le puede llamar así a las distintas formas de realización de las actividades prácticas, de modo más concreto y específico estos suelen recibir el nombre de técnicas. Se parte del método general (dialéctico), empleándose los métodos del nivel teórico, empírico y matemáticos para la obtención, procesamiento y el análisis de los resultados, integrando métodos de los paradigmas cuantitativos y cualitativos.

Dentro de los métodos teóricos fueron utilizados:

- ❖ **Análisis y síntesis:** Utilizándose para hacer las valoraciones del comportamiento de cada una de las partes en estudio en el diagnóstico, el trabajo con la bibliografía, la elaboración de los diferentes programas, así como el análisis de los resultados que se obtuvieron, por lo que estuvieron presente en toda la investigación.
- ❖ **Inducción y deducción:** Este método fue gran utilidad en la investigación teniendo como base la lógica objetiva de los hechos, procesos y fenómenos de la realidad y en la forma de razonamiento de un conocimiento general a otro de menor nivel.
- ❖ **Histórico y lógico:** Este método estuvo presente el estudio de la trayectoria real del problema determinando regularidades y tendencias del conocimientos en la población de la localidad así como la recopilación de datos obtenidos determinando la esencia del mismo.

Dentro de los métodos empíricos fueron utilizados:

- ❖ **La observación:** Se empleó en el marco de la investigación en la persecución directa, atenta, racional, planificada, de los fenómenos objeto de estudio, en sus condiciones naturales y habituales, con vista a encontrar una explicación del problema.
- ❖ **La encuesta:** Este método radicó en la recogida de información variada, en un tiempo relativamente breve, con cierta facilidad.
- ❖ **La entrevista:** Proporcionó obtener información amplia, abierta y directa del problema en estudio.

La investigación se efectuó fundamentalmente sobre la base de las informaciones que emergieron en las entrevistas a las personas que escuchan el programa y los que no lo hacen pero también a los especialistas, y otras que pretendieron dar sus opiniones, además de la revisión bibliográfica de gran importancia para el desarrollo de la fundamentación teórica de la investigación. En primer lugar, se escogió la entrevista ya que esta técnica posibilita el enfrentamiento directo con los sujetos implicados en el objeto a estudiar. En este caso se utilizó la entrevista semi-estandarizada pues se estimó necesario combinar preguntas elaboradas previamente, con otras que surgieran durante la conversación. Esta combinación, a la vez que otorgó cierto grado de formalidad, aportó también gran dosis de flexibilidad, lo que posibilitó guiar al entrevistado en relación a los temas importantes para la investigación, a la par que se estableció un acercamiento más profundo en torno a sus criterios y puntos de vista, lo cual enriqueció en gran medida el trabajo. Se elaboraron tres guías, una destinada para la entrevista a las personalidades de la radio de la localidad y cubana, otra destinada a los expertos y otra a las personas que escuchan el programa. En la primera, las preguntas buscaron indagar sobre las experiencias que tienen las personalidades en "Radio Cumanayagua" o en su contexto radial, así como sus criterios y visiones específicas en relación con la emisora. La guía incluyó preguntas dirigidas hacia temas como: los cambios que ocurrieron en "Radio Cumanayagua" a partir de 2003, los factores que propiciaron su gran acogida, detalles sobre la programación de la emisora, personas que se han distinguido, entorno competitivo, relación con la publicidad. La guía destinada a los especialistas se propuso buscar información sobre las características, estructura y peculiaridades tanto de la "Radio Cumanayagua" como del contexto radial, social y como las emisoras locales pueden jugar un papel importante en la comunicación con los habitantes de la comunidad. En efecto se realizaron preguntas que acometieran indagar sobre las repercusiones que tuvo la inauguración de la Radio en la localidad y su impacto en la sociedad, los elementos que la caracterizan, las características del entorno profesional relacionado con la emisora, los programas y figuras que la distinguen, su vínculo con la pobladores de la comunidad. Y por último se buscó información con las personas asiduas al programa Protagonista de gran impacto en la comunidad por su impronta y su notificación con los habitantes de la zona donde está enclavada la emisora, y sobre el conocimiento que tienen de Carlos Yanes pelotero Cumanayagüense. Se empleó además la revisión bibliográfica, específicamente la revisión de

libros e investigaciones relacionadas con el tema y objeto de estudio, además de trabajos por Internet. La indagación a las persona puede observarse en la guía de la encuesta relacionada con las personas que escuchan y también las que no lo hacen (Anexo 1), y la guía de entrevista a los especialista para dieran sus valoraciones en cuanto a la importancia de las investigaciones sobre comunicación social, (Anexo 2). Además en la búsqueda de información se fue a fuentes documentales o narrativas que nos ofrecieron información mucho más evidente y pormenorizada, y fue argumento para ser llevado a este trabajo de investigación. Esta técnica se aplicó para lograr una mejor caracterización de los principales programas y en especial el de "Protagonistas" de corte deportivo y así ejemplificar las pautas que se marcan en la concepción del mensaje radial, los formatos, recursos estilísticos utilizados, lenguaje, recursos sonoros, entre otros aspectos. El análisis de contenido también se aplicó en la revisión de las publicaciones realizadas al respecto, periódico y revistas. Para mediar la exploración, se elaboró una guía con los tópicos de indagación, con el objetivo de centrar el análisis y decantar aquellos elementos que no fueran significativos para la investigación, tales como, anuncios de crónica social, fabulaciones. La guía también estableció la posibilidad de cuantificar a los oyentes del programa, con el objetivo de diagnosticar el grado de conocimiento, motivación y su forma de comunicarse al respecto con el tema de la investigación. Las informaciones extraídas a partir de la implementación de los métodos y técnicas se analizaron a través de la triangulación, contrastando todos los resultados para poder interpretar el objeto de estudio desde diferentes perspectivas, se utilizan los instrumentos siguientes, la guía para la revisión bibliográfica, (Ver Anexo 3), y guía para el análisis de contenido de programas (grabaciones y libretos), (Ver Anexo 4). Estas técnicas tiene entre sus ventajas: mayor validez en la obtención de resultados, cercanía del investigador al objeto de estudio, enfoque holístico, mayor creatividad y flexibilidad (Rodríguez, 2005), plantea que la triangulación de resultados se puede acometer por diferentes vías: confrontando los datos, los métodos y técnicas utilizadas, las teorías o los investigadores. En este caso se confrontaron los métodos y las técnicas utilizadas.

La población y análisis de la muestra

Para llevar a cabo la investigación se consultaron fuentes vivas y documentales. Para ello se recurrió a la conformación de una muestra intencional que incluyó criterios de elección aplicados a cada una de las fuentes.

1) Fuentes vivas.

a) Especialistas: estudiosos y conocedores de la historia de vida de Carlos Yanes y del medio radial en Cuba. Periodistas, investigadores, escritores; con investigaciones o libros publicados relacionados con la historia de la radio en Cuba. Teniendo en cuenta estos criterios de selección, la muestra se conformó de manera siguiente:

2. Fuentes documentales

a) Documentos que se conservan actualmente y que reseñen el desarrollo del medio radiofónico en Cuba y que pudiera servir como documento referencial para la presente investigación. A partir de una revisión realizada en hemerotecas y bibliotecas se constató que, entre las publicaciones que más divulgaron hechos, noticias y valoraciones sobre el medio radial, estuvo Bohemia. Dentro de los periódicos: Cinco de Septiembre, Granma, Juventud Rebelde, Vanguardia, El Montañés.

b) Programas transmitidos por la emisora Radio Cumanayagua desde su inauguración en 2003 que se conservan en los archivos de la emisora. Para la selección de estos materiales se hizo un diagnóstico en el Archivo con vistas a localizar placas que contuvieran los espacios radiados por la emisora durante el período de estudio. Debido a las pésimas condiciones en que este lugar se encuentra, muchos de los materiales se hallaron en muy mal estado, rayados o con humedad y hongos. Entre los pocos que aún podían escucharse se seleccionó una muestra que incluyó los siguientes espacios

1. Así mi tierra.

2. Radionovela.

3. Andarina.

4. La descarga.

5. Con signo de más.

Además de estos materiales, se pudo acceder a los correspondientes formatos grabados, se trabajó con cuatro guiones de programas importantes pertenecientes a la emisora entre los que, a forma de registro, recogen las informaciones divulgadas por la emisora. Constituyendo una acción de Relaciones Públicas comúnmente implementada en las organizaciones. Luego de haber analizado todo lo referente al discurso teórico y metodológico de esta investigación se fue a la búsqueda de información sobre la vida y obra de Carlos Alberto Yanes Artilles

pelotero cumanayaguense de gran repercusión en el ámbito deportivo y en especial en el béisbol.

Capítulo III. Diseño de los programas y análisis de los resultados de las emisiones radiofónicas

3.1. Diseño de los programas # 1 Y # 2

El diseño de la tira de programa para el conocimiento de la vida y obra de Carlos Yanes Artiles desde “Radio Cumanayagua”. Para el diseño del **primer programa**, con el objetivo de cómo los habitantes de localidad manifiestan conocer la vida y obra de Carlos Yanes pelotero Cumanayagüense.

Locutor y entrevistador: Investigador.

Entrevistado: Los radio oyentes y población que se entrevistó.

Con el siguiente cuestionario de preguntas.

1. ¿Conocen el programa “Protagonista”.?
2. ¿Conoces a Carlos Yanes?
3. ¿Sabes de qué lugar es?

Los radio- oyentes hacen sus intervenciones como que no conocen a Carlos Yanes.

Otro que el programa no es de su preferencia, y que sería de gran importancia buscar nuevas vías para intercambiar con los radio oyentes.

El programa significa mucho ya que a partir del programa he encontrado un espacio de escuchar lo quieren oír sobre deporte.

Se necesita un mayor dinamismo y que ocupen más a los deportistas de la localidad.

Quisiera conocer donde es Carlo Yanes Artiles.

Se debe explicar bien claro de donde es Carlos Yanes.

Hasta la prensa a nivel nacional parece que está clara de donde es Carlos Yanes Artiles.

En el disco que contienen todos los programas están más valoraciones al respecto.

Para el **programa # 2**, se utilizó la entrevista radial a la personalidad la cual se hace la investigación, Carlos Yanes Artiles, con el objetivo de conocer de parte del protagonista, su historia de vida.

Locutor y entrevistador: Investigador.

Entrevistado: Carlos Yanes Artiles.

Breve descripción por parte del locutor-entrevistador sobre la persona a la cual se ofrece el programa.

El lanzador de la Isla de la Juventud, Carlos Alberto Yanes Artilles, cumplió 45 años, de estatura media, 1.73 metros, Yanes es la imagen andante de la perseverancia con un equipo que históricamente ha sufrido más que lo que ha disfrutado, de ellos 27 en las Series Nacionales de Béisbol, en las que acumula 235 victorias y líder absoluto en juegos lanzados (713), iniciados (503), entradas trabajadas (3835), con más de dos mil 120 ponches propinados y mil 280 bases por bolas concedidas ilustran su palmarés.

Con tu edad no hay otro pelotero en los clásicos cubanos.

¿Si le hablan de retiro que respuesta darías?

Es categórica. Ya si he pensado en retirarme. Aunque me siento muy bien físicamente, no como cuando tenía 20 o 30 años pero sí lo suficiente para seguir ayudando a mi equipo en la Serie Nacional y la prueba es que mantengo mi forma física. Así que mientras me sienta útil seguiré lanzando.

Naciste en Cumanayagua, Cienfuegos, y te hiciste pelotero en la Isla de la Juventud, ¿Te sientes Cumanayagüense o pinero?

Mis raíces nunca las he negado.

Efectivamente nací en Cumanayagua, provincia de Cienfuegos, pero me siento plenamente pinero. Yo llegué a la Isla a los nueve años, allí me hice pelotero, estudié y llegué a Licenciado. Allí me casé y nacieron mis hijas.

Todas mis expectativas en la vida las he logrado en la Isla. Simplemente Cumanayagua me vio nacer, pero la mayor parte del tiempo he estado en Nueva Gerona.

¿Cómo es Carlos Yanes diariamente durante el campeonato nacional?

Cada día me levanto con average de mil en la voluntad. Si hay lluvia entreno en la habitación del hotel, en el descanso de temporada hago mis ejercicios en la casa y así me mantengo, aseguró el diestro de 83 kilogramos de peso, control en los lanzamientos y probado coraje sobre la llamada lomita de los martirios.

A la vuelta de los años.

¿Cómo recuerdas tu primera temporada?

La recuerdo con mucho cariño. Eran otros tiempos en los que se jugaba de otra manera y a veces tienes que hacérselo saber a las figuras jóvenes. Hoy se juega otro Béisbol, en el que hay menos entrega en el terreno.

De manera personal mi primera serie la recuerdo siempre, pues gané seis juegos y perdí solo dos con un equipo que era sotanero. Ese año discutí el título de mejor novato con otro lanzador, el Villaclareño Rolando Arrojo.

Carlos, eres el pelotero con más Series Nacionales jugadas, apareces entre los primeros cinco de todos los tiempos en la mayoría de los departamentos de pitcher. ¿Crees que se te ha reconocido todo ese trabajo realizado durante años?

Yo creo que no. Me siento orgulloso de tener esos números y sobre todo que el pueblo lo reconozca, pero ese esfuerzo no es reconocido como debiera a otras esferas.

Se dice fácil, pero son 27 Series Nacionales. Eso no lo ha logrado otro pelotero en Cuba. Son 27 años en el montículo, con todo lo que significa el entrenamiento de un pitcher. Yo soy uno de los lanzadores más trabajador del país, siempre he rotado con cinco días e incluso, cuando el pitcheo estaba libre lanzaba casi todos los días, ya fuera como abridor o como relevista. Realmente estar entre los primeros cinco de cada departamento es algo que merece un reconocimiento mayor que el que me han dado.

Has tenido excelentes temporadas. En 2003-2004 fuiste líder en victorias con 13, en entradas lanzadas con 167 y juegos completos con 12.

¿Fue cuando más cerca estuviste del equipo Cuba?

Esa fue una buena campaña y ciertamente estuve cerca, pero para mí la mejor fue la Serie 1998-1999, cuando la Isla clasificó por primera vez para los Play Off. Ese año gané 20 juegos y perdí 5, con un promedio de carreras limpias de 3.02, y te recuerdo que en esa etapa todavía se jugaba en el estadio pequeño de Nueva Gerona, que era un paraíso para los bateadores y un calvario para los lanzadores. Creo que de haber jugado más en otro estadio mis números aún serían mejores. No obstante esa labor, no me tuvieron en cuenta para el equipo nacional, y eso que ese año hubo varios eventos, incluyendo el tope frente a los Orioles de Baltimore y los Juegos Panamericanos de Winnipeg, Canadá. Para los aficionados siempre fuiste un seguro aspirante al equipo Cuba, los técnicos nunca te dieron la oportunidad.

¿Qué pasaba por tu mente en situaciones como esas de la serie 98-99?

Eso te desmotiva bastante, es muy duro entrenar con ahínco, entregarse en cuerpo y alma, renunciar a casi todo con tal de tener un buen rendimiento, tenerlo y en definitiva no poder representar al país que es el sueño de todo pelotero. Yo he tenido otras campañas muy buenas en las que he terminado entre los primeros en juegos ganados, juegos completos, entradas lanzadas, y eso duele bastante. El primer sentimiento es dejarlo todo, pero mi familia, especialmente mi esposa, me ha ayudado mucho, y en ese tipo de circunstancias es casi psicóloga, y al final logra que regrese con más fuerzas todavía para demostrar mi real valía. Son muchos los que consideran que de haber jugado en otro equipo tus resultados hoy serían mejores.

¿Qué piensas al respecto?

Eso es cierto, pero yo estoy muy orgulloso de haber jugado todos estos años con el equipo de la Isla de la Juventud. Sólo te digo que si la Isla hubiera tenido años atrás la calidad que tiene ahora, mis números también serían superiores.

¿Alguna vez te propusieron jugar con otro equipo?

SI.

¿Cuáles eran esos equipos?

Me propusieron ir a jugar a Industriales, Matanzas y Cienfuegos, incluso en los dos primeros estuve alguna que otra vez como refuerzo. También de Cienfuegos me llovían las ofertas hasta que desistieron al comprender que siempre he querido lanzar en el equipo de la Isla. En el actual equipo de la Isla hay muchachos que por su edad, pudieran ser hijos tuyos.

¿Cómo te ven ellos?

Ellos me ven como un ejemplo a seguir. Saben que nunca he tenido problemas de disciplina, que entreno muy fuerte, que me entrego en cada juego de Béisbol, que no escojo el contrario pues lanzo el día que toca contra quien sea. También me preguntan mucho, conocedores de mi experiencia y yo estoy orgulloso de poder ayudarlos y de aportarles algo de lo que yo he ido acumulando en todos estos años. La Serie Nacional, el Béisbol activo exige grandes sacrificios.

¿Te sientes en deuda con tu familia?

Sí, especialmente con mis hijas. El tiempo fuera de la casa es mucho y es tiempo que no se recupera. Hay veces que estás en el terreno pero anhelando estar en la casa, no por el descanso sino por estar con los tuyos, ayudando a tu gente, viendo cómo crecen, se

desarrollan y la pelota te impide eso. Ese tiempo fuera se torna agobiante para mí por no estar con ellos y para ellas por no estar yo, pero bueno así es el Béisbol, y ese es el precio que se paga cuando te entregas con pasión al deporte, cuando eres consciente del compromiso que tienes con la afición.

Imagina que te hacen un homenaje y que puedes llevar pocos invitados.

¿Quiénes no pueden faltar?

No pueden faltar mi esposa y mis hijas, y si mi madre estuviera cerca también estaría. Y el otro que llevaría conmigo es a José Manuel Cortina, un entrenador de pitcheo pinareño al cual le debo muchísimo. Creo que si he llegado a ser el lanzador que soy es gracias a él. Con él aprendí a pensar como pitcher, a mejorar mis movimientos, la mecánica del lanzamiento, la disciplina, todo.

Si a ese homenaje pudieras llevar sólo una pelota.

¿Cuál te llevarías?

Tendrían que ser dos. Una, con la que logré la victoria número 100 en Series Nacionales, que fue frente a Industriales en el Latinoamericano, y la otra, la que lancé el juego de cero hit cero carreras frente a Villa Clara en el 'Cristóbal Labra' de Nueva Gerona. La primera, porque aquel era un equipo Industriales muy fuerte y no era fácil ganarle en el Latino y la otra porque no permitirle ni hit ni carrera a Villa Clara en el terreno corto de la Isla era muy difícil, una verdadera hazaña.

¿Has pensado en dirigir?

A veces me ha pasado por la mente, pero no estoy preparado. Esa es una función muy difícil, con muchos compromisos. Yo he estado bajo la mirada de muchos managers, todos muy buenos, especialmente Johnson, con el que compartí el terreno también como jugador, aunque del que más aprendí fue de José Miguel Pineda.

¿Cómo te han tratado las lesiones?

Gracias a Dios nunca me he lesionado. Sí he sentido molestias lógicas por el exceso de trabajo, pero lesión ninguna. Creo que el secreto es un buen entrenamiento. El pitcher tiene que entrenar muchas veces a conciencia, sabiendo sus verdaderas potencialidades y límites. Yo siempre entreno fuerte y afortunadamente mi brazo está intacto.

¿Qué le falta al Béisbol cubano?

El béisbol cubano tiene una gran calidad, pero falta entrega en el terreno, respeto por la afición, que deja lo que tenga que hacer por asistir al estadio, y a nivel internacional faltan topes. Las competencias internacionales ya no son contra universitarios, ahora son rivales, con peloteros de más calidad y es necesario topar más a ese nivel, no solo cuando viene el Clásico Mundial sino desde mucho antes. Mientras no tengamos topes a ese nivel la calidad nuestra se irá estancando. Cuando llegue el momento del retiro, ¿Cómo te gustaría que te recordaran?

Me gustaría que me recordaran no tanto por mis números ni por las veces que no me llevaron al equipo Cuba sino como ese pelotero sencillo que se entrega siempre en el terreno, que no tiene miedo del rival, que nunca ha sido expulsado de un terreno de juego, pero sobre todo lo más humilde y campesino posible. Así soy yo y así me gustaría que me recordaran al paso de los años.

¿Se han cumplido todos tus sueños?

En el 2003 se cumplió uno de mis máximos anhelos llegar a las 200 victorias, era martes y me tocaba lanzar contra uno de los mejores equipos de la serie nacional Villa Clara.

¿Cómo te fue ese día?

Bueno como tú lo has dicho me tocó lanzar nuevamente era mi turno como abridor en la rotación del pitcheo pinero y para mayor emotividad ante Villa Clara, el equipo de mejor actuación en este comienzo de temporada, al punto de ser el máximo ganador hasta el momento, igualado con la novena de Las Tunas. Desde el capítulo de apertura me vi seguro y concentrado, pese a enfrentar a peloteros de gran valía como el receptor Ariel Pestano y el torpedero Eduardo Paret, primer bate de la selección nacional y elegido el jugador más valioso del ya mencionado Mundial de Holanda. Mis compañeros me respaldaron con temprana ventaja de 2-0, pero sencillo de Paret en el segundo capítulo propició el empate para los visitantes. A partir de ahí, dominé a mis contrarios con facilidad, al punto de permitir un solitario hit en los restantes siete innings, un jonrón del jardinero Yorquis La Rosa, válido para la tercera y última anotación villaclareña. Mientras sus coequiperos tomaron definitiva ventaja a partir del cuarto episodio. Este era mi gran anhelo y se lo dedique a los aficionados de la Isla de la Juventud y a todos aquellos que siempre me han apoyado, afirme en aquellos momentos hoy con una evidente emoción tras conseguir mi victoria 200. Pero además no solo gane el

200 a ese gran equipo sino que le proporcioné un juego de cero hits, cero carreras, ante el equipo, hazaña que tuvo lugar el 5 de marzo del 2000 durante la temporada 39.

Carlos, cuando llegue ese día del retiro tu pueblo "Cumanayagua", ese que no te vió crecer pero si te vio nacer para bien de toda Cuba te recordará cómo esa ha persona sencilla que ha pasado por nuestras series nacionales o cómo ese eslogan que se te ha hecho "El brazo de hierro de la pelota cubana", se retira pero con la frente bien alta, entrevista radial (ver anexo 5).

3.2. Análisis de los Resultados de los programas # 3 y # 4

En este capítulo se describen las valoraciones sobre el programa encausando la imagen del mismo el cual puede concebirse como el conjunto de actitudes, opiniones, mediaciones y el modo en que perciben las personas toda la información necesaria sobre el mismo. A pesar de ser acreditado que el todo es más que la suma de las partes, por razones de comodidad y para una mejor comprensión en esta investigación se cometió primero cada una de las dimensiones de la imagen pública antes de darle una lectura a los resultados obtenidos. A continuación, se explica, y en algunos casos se ejemplifica, el modo en que las subcategorías planteadas muestran la imagen pública percibida por la comunidad en cuanto al programa "Protagonista" de corte deportivo. Por percepción se asume que es la imagen mental que tienen los públicos de acuerdo a determinados conocimientos y significados, sobre algo o alguien; en este argumento es el programa Protagonistas de corte deportivo y su efecto que ha tenido en los pobladores de la comunidad. En busca de una mejor comprensión, se decidió comenzar exponiendo el resto de las subcategorías para luego concluir en lo que perciben los pobladores, pues a pesar de que este fenómeno es el primero en producirse y a partir de él se generan los demás, es del mismo modo el más complejo. Por opinión se tomó en consideración aquellas respuestas obtenidas mediante la aplicación de los instrumentos y técnicas, que reflejaban los juicios, valoraciones y reflexiones en torno al tema en cuestión, como se demostrara por el investigador a continuación.

Para el **programa # 3**, se utilizó la entrevista radial a la personalidad la cual se hace la investigación, Carlos Yanes Ariles, con el objetivo de conocer de parte del protagonista, su historia de vida.

Locutor y entrevistador: Investigador.

Entrevistado: Población.

Breve descripción por parte del locutor-entrevistador sobre la persona a la cual se ofrece el programa.

¿Para usted ha sido importante que la emisora de la localidad haya trabajado el aspecto de la comunicación social en la tira de programa para el trabajo comunitario?

La opinión de los sujetos, tanto los que participan directamente en el programa Protagonistas, como los que no participan, se manifestó, de forma espontánea pues identifican al programa y en especial al trabajo sobre la vida y obra de Carlos Yanes pelotero Cumanayaguense como un espacio donde se aprendió, no solo conocimiento sino forma de comunicarse respecto al tema realizando, actividades en beneficio de la comunidad, lo que se pudo comprobar en las respuestas dadas por las personas de la comunidad ambos modelos de cuestionarios, cuando respondieron que las palabras que más les venían a la mente cuando pensaban en el programa fueron: aprendizaje, conocimiento, intercambio, solidaridad y recreación. Cuando se refieren al aprendizaje es porque en el programa realizan una conversación deleitable y segura por parte del locutor e investigador de este informe de investigación, que permiten que los sujetos reconozcan al programa como el sitio donde se imparten conocimientos. En el caso del intercambio lo manifiestan por las posibilidades que brinda el programa a través de sus actividades de relacionarse con otras personas no habituales en su cotidianidad. Reconocen que el programa, brinda posibilidades de recreación a través de las informaciones que en este se desarrolla, encaminados al esparcimiento de los habitantes. Tal como se observa en las respuestas dadas en los cuestionarios, las palabras empleadas por los encuestados, muestran una opinión positiva sobre el programa, incluso algunos expresan que en este espacio reciben y hacen referencia a la enseñanza para la vida y para su salud física y mental.

En un nivel más profundo de abstracción y análisis varias personas expresaron que el programa es una oportunidad de transformación personal.

Es de anotar que en el trabajo de observación participante se escucharon opiniones de la peña deportiva "Primer Clásico", vanguardia provincial y propuesta a nacional, los peñista expresan que el programa es un buen lugar porque las personas que lo escuchan, se han integrado más a la comunidad de forma activa.

¿Qué consideras que es lo peor del programa?

Las respuestas dadas, llama la atención que en su mayoría no fueron respuestas totalmente negativas en cuanto al trabajo, los trabajadores o el contenido de los programas realizados; sino que las repuestas fueron enfocadas más a la comunidad, a la participación de los habitantes de la localidad, idea que de una forma o de otra fue compartida por la mayor parte de los sujetos, incluyendo aquellos que no oyen el mismo.

¿Qué es lo mejor del programa?

Se repiten algunos criterios como que: se aprende, se intercambia con otras personas, se aprende a valorar el deporte local desde el trabajo de la Comunidad...

Los entrevistados que participan en el programa manifestaron que el programa sí satisface muchas de sus necesidades sobre todo aquellas de corte espiritual, tales como: aprendizaje, diversión y expresión, que resultaron las más reiteradas. Al respecto de esto la directora de la Emisora, expresó es necesario porque en una comunidad sobre todo con el conocimiento y el trabajo del deporte comunitario que hay en la localidad, es importante que exista un programa con una participación activa, para así ampliar los horizontes de conocimientos de sus pobladores que es lo fundamental.

La participación de la comunidad es de forma activa. Sin embargo cuando se les preguntó a los sujetos que no participaban.

¿Qué es lo que el programa debía hacer para que ellos asistieran?

La mayor parte de las respuestas fueron, que no solo se hablara de béisbol sino de otros deportes. Sugerencias que demostraron cómo fueron elevando el conocimiento sobre diferentes deportes.

Los entrevistados que no escuchan el programa, es por estar en su totalidad en horario laboral y son fundamentalmente estudiantes o trabajadores.

Los criterios dados fueron en mayor medida de aceptación. Ejemplo de eso lo son respuestas tales como, respeto y motivación en la vida.

Es decir, que los habitantes opinan que el programa no solo constituye ese lugar donde reciben nuevos conocimientos, sino que también contribuye a la formación de valores y a la reafirmación de los mismos.

Por otra parte cuando se pidió a los representantes de las diferentes centros laborales evaluar el funcionamiento del programa "Protagonistas", se obtuvieron los siguientes criterios. El trabajo es satisfactorio, en el Mercado de oferta y demanda han elevado en gran medida el

conocimiento de las personas ya que son asiduos de escuchar en la hora de receso del almuerzo, donde no solo se aprende de deporte sino que se eleva la cultura general integral de las personas que trabajan allí y las que visitan el centro.

La motivación es una de las valoraciones que más se escuchan en el radio-oyente, me gusta oírlo por la estabilidad y el conocimiento que brinda, el programa me da la posibilidad de explotar mi creatividad en cuanto a las preguntas que desarrollan en el programa. Esto puede deberse al hecho de que el programa trabaja realmente para llenar muchas de las necesidades que tiene la Comunidad en cuanto a esparcimiento, aprendizaje, comunicación y desarrollo sobre el deporte.

Por ejemplo algunas de las repuestas más comunes fueron:

“No oigo al programa con el seguimiento necesario, no me ha surgido curiosidad”.

En manifestaciones como esta se ve la necesidad de difundir los programas que oferta el Espacio, con mayor antelación.

Sobre las preguntas a responder por parte de los radio-oyentes se comportó de la siguiente manera.

¿Cómo consideras a Carlos Yanes Artilles?

“Tremendo lanzador veinte años atrás lo veía lanzar, a veces lo hacía de maravillas, 27 años sin lesionarse, eso se llama suerte y entrenamiento y un cero hit cero carreras a Ls Villas en el Cristóbal Labra, es un grande.”

“Es un ejemplo del verdadero buen pelotero cubano; a este hombre, por el que siento un inmenso respeto, hay que clonarlo si fuera posible; en la palabra ejemplo se resume en gran medida las condiciones humanas y deportivas excepcionales de Carlos Yanes, fuente de la cual las nuevas generaciones debieran beber, por el bien de ellos y del béisbol en Cuba.”

“Sus números ,si hubieran jugado con otros equipos y en otros estadios, el Cristóbal Labra, era una falta de respeto, y así y todo, ahí está. “

“Ejemplo también en no doblegarse a pesar de la cantidad de ratos amargos que tiene que haber tolerado al ver que sus esfuerzos no eran recompensados; pero les ha dado la mejor medicina: la constancia!, ahí está!, sin lesiones, con rostro tranquilo, seguro de sí mismo y de haber hecho lo que su conciencia le indicó, algo en lo que sin dudas ha influido su familia que debe ser de un gran apoyo para él indudablemente. “

Felicidades Yanes, hay millones de cubanos no sólo pineros orgullosos de ti, tienes lo más difícil de conquistar, el verdadero respeto del pueblo.

La verdad que ese Carlos Yanes es merecedor de un gran premio..., no habrá sido estrella (pero tampoco malo) pero si ha sido ejemplo de muchas cosas: constancia, salud física y mental (imagino que debe tener una vida emocional tranquila y estable), entrega de toda una vida al deporte. Como se dice en Francia, Chapeau Yanes.

Me complace muchísimo que Yanes aun siga demostrando su gran dedicación y entrega además de calidad en el Béisbol, es verdaderamente admirable lo que hace este hombre, ahí con su bicicleta todos los días, con las mismas o más dificultades que otros, es capaz de llevar 27 series, con muy pocas aperturas perdidas, sin lesionarse y con una vergüenza que le ronca el mango.

Desearle gran suerte y al equipo Pinero y que sigan intentándolo, ya sabemos que es difícil lograr algo mas, pero al menos complacer a la afición y que la gente pueda seguirle.

Me alegra mucho que Carlos Yanes continué en la lomita del equipo de la isla, que es en el plano personal un ejemplo de constancia, porque hay que tener un corazón bien en el pecho para estar 27 años jugando con un equipo y más con los esfuerzos físicos de un lanzador, no olviden que él es el segundo pitcher en juegos ganados en la historia de las series nacionales y sobrepaso a Jorge Luis Valdés, así que se merece ser reconocido y para colmo nunca ha sido miembro del equipo nacional cubano. Observen que solo 6 de los compañeros de su equipo habían nacido cuando él ya era pitcher estelar, con un equipo de un municipio y que siempre está en la pelea, porque con los industriales tuviera ahora cerca de 300 victoriano olvidemos tampoco que de ahí también son el monstruo Alexander Ramos que jugó cerca de 1200 juegos consecutivos con su equipo sin faltar a ningún partido, lo que es ampliamente record en la pelota cubana.

Respetemos a los grandes y ojala la suerte lo acompañe, desde aquí le envío mis saludos y respeto a Carlos Yanes, este hombre es digno de admiración, se ha convertido en el segundo pitcher con más victorias en SN con 235.

Asimismo, yo le tengo tremendo respeto a este hombre, desde mi punto de vista, en el dado caso de que no hubiera salido nunca su merito es doble o triple, porque ya sabemos que hay una gran diferencia entre el estándar de vida de un deportista que sale y otro que está "añejado" como se dice popularmente..., como diría Alejandro Sanz: No es lo mismo...

Buen bautizo para el amigo Yanes con ese "Brazo de Hierro". Realmente no sé de que tendrá el brazo, pero es meritorio ver a Yanes entrenando todos los días, llegando primero al stadium y saliendo de ultimo, con ese interés, aprendiendo (porque poco le quedara por aprender, daríamos todos), durante todos estos años (27 largos años al máximo nivel) con un equipo Perdedor, con años de luces, pero con muchas más sombras, y aun así no pierde su combatividad y su confianza en sí mismo, porque si este año y cada año está ahí, es porque él sabe que lo puede hacer; porque personalmente lo sé que él tiene claro que el día en que vea que ya no puede y no domina, se va, como un grande que es, pero se va.

Lo conozco personalmente, como muchos seguramente que seamos de la Isla, tengo buenas relaciones con él y le admiro por tanta entrega desinteresada, por amor al béisbol, porque desgraciadamente a este señor del box, nunca le han estimulado con un equipo de Cuba, solo creo recordar unos equipos "B" a torneos de Holanda y en Italia y a una Gira por Panamá.

Sin lugar a dudas, el día que exista un Salón de la Fama del Béisbol Cubano, tiene que estar allí, quizás no por sus números vistos en un papel, sino por su papel visto sin números y lo que ha representado en el Béisbol Cubano. Gracias Cumanayagüense y Pinero a la vez, estoy de acuerdo al 100% contigo; bueno, gracias a este programa " Protagonista" ahora sabemos más sobre ese hombre tan grande que llama Carlos Yanes Ariles, entrevista a las personas que son asidua al programa

Por otra parte algunos encuestados manifestaron que tienen conocimiento de las actividades del programa y que son de su interés, es necesario señalar que esta respuesta prevaleció en los radio oyentes.

Es así que puede notarse que los pobladores de Cumanayagua si tienen motivación para participar en las actividades realizadas en el programa "Protagonistas", además sobresalen en la actitud favorable de los niños, adolescentes y adultos mayores.

Para analizar las mediaciones sociales que pueden estar motivando que existan determinadas opiniones y actitudes, como las que se analizaron anteriormente y que intervienen en la creación de la Imagen que tiene el programa para la emisora y sus pobladores de la localidad, se tuvo en cuenta que las mismas están conformadas por las mediaciones Individuales, contextuales.

Las mediaciones individuales que están presentes en la imagen pública que tiene la Comunidad de Cumanayagua, son la edad, el sexo, la ocupación laboral y nivel de escolaridad

de los encuestados y entrevistados. Los estudiantes de la secundaria y primaria, lo escuchan cuando pueden, el lugar donde se les inculcan conocimientos, que pueden saber de diferentes deportes con sus compañeros de aula, además de participar en los diferentes programas.

Hay que señalar que muchas de las actividades del programa están destinadas a todos los sectores de la población, las personas jubiladas son las que más frecuentan el programa.

El significado que tiene el programa para los niños y adolescentes se analiza en las respuestas siguientes, peña deportiva, diversión, aprender cosas de la vida cotidiana. Este espacio para ellos significa el momento de su tiempo libre donde pueden abrir su imaginación.

Es libertad de expresión donde se puede constatar por medio de la participación en varias de las actividades realizadas, sobre todo con los adolescentes, ya que para ellos este espacio se traduce en el momento de esclarecer sus dudas con respecto a los comportamientos de diferentes deportistas tanto de la localidad, como a nivel nacional o internacional. Por tanto que el factor edad influye mucho en las mediaciones que llevan a las personas a participar, o no en el programa. Como otro factor además se encuentra el enfoque de género, ya que las mujeres también participan en los diferentes programas, sobre todo en la tercera edad. En estas últimas se mantiene el elemento de que el programa le permite rescatar habilidades y conocimientos, en muchos casos olvidados.

La conducta de las personas que participan, se constato con una adecuada, participación de forma general, pues como ya se ha registrado en otro momento de la descripción plantean que encuentran un espacio para relacionarse, relajarse y eliminar un poco el estrés cotidiano.

Las mediaciones contextuales también son un aspecto de influencia para los habitantes y las organizaciones dentro de la comunidad de Cumanayagua. Como se explicó la percepción es un proceso de selección de estímulos, en el cual los sujetos construyen una serie de significados. Partiendo de este concepto puede decirse que la comunidad de Cumanayagua tiene una buena percepción del programa "Protagonistas", incluso en los habitantes de la montaña que llaman al programa y participan y reportan su audiencia al mismo. En general el programa es escuchado como un espacio acogedor y tranquilo, **(ver anexo 6)**.

Para el **programa # 4 los Especialistas**: Se utilizó la entrevista radial y entrevista formal a los especialistas sobre, Carlos Yanes Ariles, con el objetivo de conocer la opinión de ellos, y

cómo el programa puede contribuir a elevar el conocimiento y la comunicación en los habitantes de la localidad.

Locutor y entrevistador: Investigador.

Entrevistado: Especialistas.

Breve descripción por parte del locutor-entrevistador sobre las preguntas realizadas a los especialistas, sobre Carlos Yanes Artilles y el programa "Protagonista"

1. Qué consideración le tiene usted a Carlos Yanes Artilles?
2. ¿Cree importante que la emisora apoye el trabajo de la comunicación social en la localidad?
3. ¿Considera usted que la tira de programa que se ha realizado sobre la vida y de personalidades de la localidad contribuyan a mejorar elevar el nivel de comunicación en los habitantes de la localidad?

Valoración de los Especialistas

Armando Johnson Manager de los isleños, considera que hay Yanes para rato, crédito de su alta estima por quien ha sido todo un "caballo de batalla. Es uno de nuestros abridores y cuando no tenga para ello, bien puede ser relevista", sentenció. Johnson es el más longevo director activo, con 12 series, siempre al frente de Isla de la Juventud, que le ha dado 541 alegrías y 511 tristezas. "Él sabe que es vital para mantenernos en la avanzada y lo toma con gran responsabilidad. El equipo cuenta con Yanes", concluyó el mentor, contento además con el nuevo uniforme que visten, de color verde (¿esperanza?), a diferencia del azul marino de la precedente.

Ernesto Treto Llanes: Es un ejemplo de dedicación y entrega al deporte y es bueno que no hagan como otros que proclaman su retiro cuando tienen dudas o poco rendimiento para que aparezca un alma caritativa pidiéndole que no se retiren y luego aceptan en agradecimiento, pero se debe tener en cuenta por las comisiones provinciales y la dirección de los equipos que hay peloteros de buen rendimiento dentro de la provincia que ya han pasado sus días de esplendor para hacer el equipo grande y sin embargo, los mantienen como titulares quitándole la posibilidad a figuras jóvenes de seguir en ascenso, solo porque todavía son buenos en su posición, hay que saber determinar cuándo los peloteros deben darle paso al relevo por el bien y la salud de nuestro deporte nacional.

Manuel Martin Lora. Mi sincera felicitación a ese ejemplar deportistas y ser humano, ya que su tesón y esfuerzo diario han demostrado no solo que es un magníficos deportistas; sino que es un ser humano de gran valor que han demostrado allí, en ese su hogar diario, el amor que sienten por su profesión y por el terruño que defiende, que su gloria radica en eso, se ha ganado la admiración, honor y cariño de todos los cubanos amantes o no del béisbol.

Normando Hernández Periodista de Radio CMHW: Salud y mucho amor a él y a su familia. Siempre será recordado en el gran Salón de la fama, que es en el corazón de quienes le admiramos. Mis felicitaciones para el Llanero, como le llamamos muchos, creo que es un ejemplo, por su entrega al deporte, por su actuar dentro y fuera del terreno, ya superó el record de Tati Valdés con 234, aunque ya ha realizado varias hazañas, si estuviera en otro equipo qué hubiese ocurrido, pero decidió jugar siempre con la Isla, aunque no es pinero de nacimiento, ojalá y un día Aurelio lo tenga en cuenta para sus "Confesiones de Grandes", porque ese pequeño de estatura que vive en una pequeña Isla, es grande de verdad. Creo que todos los aficionados a la pelota en Cuba tenemos mucho que agradecer a Yanes, por su dedicación de toda una vida a nuestra pasión nacional. Pienso debe ser un ejemplo a imitar por los peloteros jóvenes.

Carlos Pérez Director de programas de radio: Carlos Yanes, si él hubiera militado durante su carrera en un equipo ganador como Pinar del Río, Villa Clara, Santiago o Industriales, en este momento tuviera mas triunfos que lazo y fuera el primero en juegos ganados, ojalá pueda ganar muchos juegos para que se retire con mejor record. Me uno a las felicitaciones, Yanes es ejemplo de entrega, dedicación, constancia y amor a la camiseta, lástima que se hable tan poco de sus hazañas, una de ellas, no haberse lesionado nunca su brazo de lanzar. Gracias, a Radio Cumanayagua y al programa "Protagonistas", por tener en cuenta, por divulgar la historia de vida de esa personalidad que ha hecho historia en nuestro béisbol. Solo felicitar al pinero, por su amor a la camiseta, entrega dentro y fuera del terreno y respeto por la afición que también reconoce su gran esfuerzo, felicitaciones por tan grata noticia suerte brazo de hierro. Yanes, él más longevo de los peloteros cubanos ya ubicó como segundo máximo ganador del béisbol cubano.

Eduardo Martin Saura Doctor en Ciencias, plantea: " Para mí es importante destacar la labor de Carlos Yanes y su participación en series nacionales, hablar de él es obligado en esta pelota se caracterizo por su excelencia deportiva por varios años vistiendo el uniforme de la

Isla de la Juventud, lo ha logrado con mucha entrega, sacrificio, amor a la camiseta y con dedicación, en verdad a los que hace como lanzador, trabajo como este son los que se deben implementar en las tesis de nuestros estudiantes para se conozcan la vida y obra de esas personalidades de cada localidad.

El deporte no solo se hace con la actitud de él, que es muy trabajador, sino con su entrega, consagración de toda su vida al béisbol que es el deporte que ama y le ha dado sus mayores satisfacciones. La investigación destaca la figura de Carlos Yanes ejemplo para la nueva generaciones, la misma juega un papel importante en el vinculo que debe haber entre los medios masivos de comunicación y la historia de cada localidad.

Iván López comentarista deportivo y periodista de la televisión nacional, (Tele Rebelde).

Realizar una valoración de la vida y obra de una personalidad por la Radio o la Televisión es de gran importancia para conocer sobre ella. Si no tienes una referencia sobre una determinada actividad o una determinada persona como es este caso, sobre la vida y obra de esa personalidad del béisbol cubano llamada Carlos Yanes Ariles, quedaría perdida toda su labor y simplemente dirán los aficionados yo me acuerdo que en la Isla de la Juventud hubo un lanzador nombrado Carlos Yanes, por eso es muy importante esta investigación que usted ha realizado, donde se observa todo lo que creó durante toda su vida y pienso que juega ese rol tan importante que es guardar la memoria viva para las presentes y futuras generaciones, de ese gran lanzador que ha jugado defendiendo ese equipo sotanero durante 27 series nacionales.

Ronni Aguiar Licenciado en Cultura Física entrenador de Picheo del equipo Cuba de béisbol y del Villa Clara. No sé el entrenamiento que hace; lo que llevo son tres años en series nacionales y cuando he ido a la Isla. No he coincidido con él, por lo que no puedo dar una respuesta a su pregunta, pero pienso que para el béisbol y para todos los picher y los entrenadores del país saber cómo es en sus entrenamientos para luego poder poner todas sus ideas sobre la labor que él ha realizado durante años.

Por lo que medito que esta investigación juega un papel importante no solo para las personas anteriores mencionadas sino para ese pueblo que sigue el béisbol y debe conocer toda actividad que se desarrolla en todos los equipos del país y así elevar conocimientos y cultura general integral.

Héctor Rodríguez Almaral periodista y narrador Comentarista Deportivo de la Televisión

cubana: La investigación sobre Carlos Yanes, es de gran importancia para los medios de comunicación. Aquí usted refleja la vida y obra de ese gran pelotero que es Carlos Yanes, en la misma se observa el ejemplo de tenacidad, voluntad y sacrificio de él. Por lo que esta exploración juega ese papel tan importante dentro de los medios masivos que es transmitir pero siempre con la verdad y así poder dar la información más correcta posible a ese pueblo que tanto le gusta el béisbol y así poder elevar sus conocimientos, entrevista a los especialista.

La directora de la Casa de Cultura “Habarimao”, refiriéndose al programa expresó: “Nos ayuda a elevar el nivel cultural y estético de la Comunidad”. Esta misma directora expuso que: “es importante el programa, ya que sin el trabajo de él, muchos de los temas deportivos importantes no solo de la comunidad, sino del ámbito nacional como internacional no fueran de manejo por parte de la población, además de lograr algo que hacía tiempo no se alcanzaba en la localidad, la participación de sus habitantes”.

El Director de Cultura municipal y director de programas de radio: El programa es integral, ya que capta a todas las personas en ese horario del mediodía ya sea hombre o mujer, además es necesario reconocer la extensión que ha alcanzado el programa dentro de la comunidad, **(ver anexo 7).**

CONCLUSIONES

- La percepción que tienen los radio oyentes de la localidad que formaron parte de la muestra, sobre el programa “Protagonista”, es positiva, incluso las personas que no se conectan con el programa. Esto se comprobó a partir del análisis de las opiniones y las actitudes de los sujetos ya que estas se manifiestan a través de la apreciación de ellos con el programa, “Protagonista”
- El programa “**Protagonista**”, durante el período estudiado, no poseía una imagen sólida en los contenidos publicados. De manera general, la imagen del programa está condicionada por los intereses temáticos de las personas que se acercan a este medio de comunicación comunitario.
- Los rasgos y la Imagen Pública que tienen los habitantes de la localidad sobre el programa “Protagonista”, se traduce en que este es un espacio de comunicación, que brinda apoyo a la comunidad, con trabajadores dedicados y muy profesionales que realizan su labor de manera eficiente, lo cual conlleva a que obtengan buenos resultados. Sin embargo, la participación de la comunidad podría ser mayor y algunos de los factores que pueden estar mediando en este hecho son, por un lado los tipos de actividades que proponen a los cuales les falta atractivo para los jóvenes, y la falta de mecanismos y recursos comunicativos para la difusión de cada programa realizados sobre la vida y obra de Carlos Yanes Artiles.
- La premisa de esta investigación se corroboró, ya que es cierto que la participación de los habitantes de la localidad es aún limitada, ya que falta más integración por parte de los

radio oyentes al programa "Protagonistas", y puede decirse que las mediaciones sociales son elementos determinantes en la Imagen Pública del mismo.

RECOMENDACIONES

Con el fin de que el estudio realizado tenga continuidad y se llegue a erradicar algunas de las dificultades encontradas a lo largo de la misma, el investigador cree necesario hacer una serie de proposiciones que tal vez puedan servir como guía, para futuras investigaciones.

- Los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas mantengan el contacto con la Radio comunitaria e interactúen con otros estudios que se hayan realizado, y se haga una coordinación entre ambos, para manejar los objetivos principales en el manejo de las herramientas comunicativas necesarias para el desarrollo de estrategias y planes de comunicación y así lograr una mayor integración entre la emisora y la Comunidad.
- Proponer convenios entre la emisora de la localidad y la Sede Universitaria Municipal y en especial con los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas.
- Realizar estudios similares en otros contextos de la cultura local (Casa de cultura, Biblioteca Municipal, Museos y otros). Tales estudios podrían establecer comparaciones con los resultados analizados en este informe.

BIBLIOGRAFIA.

Abreu Sojo, I. (2009). "Estudio de la Imagen Pública" disponible en:

<http://www.dialnet.unirioja.es/servlet/articulo.html>.

_____. (2009). "El estudio de la imagen pública ¿la clave del éxito?" disponible en:

<http://www.Sala de prensa, web para profesionales de la comunicaci3n iberoamericana. Comar>.

Alcoba, A. (1993). Cómo hacer periodismo deportivo. Madrid: Paraninfo.

Alejandro, J. (2003). Locuci3n: el entrenador personal. Buenos Aires: La Crujía.

Alonso, M. Y Saladrigas, H. (2000). Para investigar en Comunicaci3n Social: Guía Didáctica. La Habana: Pablo de la Torriente.

Álvarez, Y. (2000). Imagen Corporativa: Teoría y práctica desde un enfoque psicológico. La Habana: Ciencias Sociales.

Araya Umaña, S. (2002). Las Representaciones Sociales: ejes teóricos para su discusi3n. Costa Rica: ASDI.

Balsebre, A. (1994). La credibilidad de la radio informativa. Barcelona: Feed-Back.

_____. (1999). En el aire. 75 años de radio en España. Madrid: Promotora General de Revistas.

_____. (2001). Historia de la radio en España (1874-1939). Madrid: Cátedra.

Blanco, J. M. (2001a). "Las retransmisiones deportivas como género periodístico, espectacular y dramático". Estudios de Comunicaci3n. 11, 15-17. <http://www.ehu.es/zer/zer11web/jmblanco.htm>.

_____. (2001b). Las retransmisiones deportivas: Técnicas de narraci3n radiofónica. Barcelona: CIMS.

CagigaL, J. M. (1981). Deporte: espectáculo y acci3n. Barcelona: Salvat.

Castañ3n, J. (2009). "Idioma, universalizaci3n y deporte". Idioma y Deporte, 109, 6-9. <http://www.idiomaydeporte.com/marbella.htm>.

Castellanos Orta, J. (2008). En tiempos del SIDA. Tesis de Licenciatura. Facultad de Comunicaci3n, Universidad, La Habana.

- Castells, M. (2005). La cuestión urbana. La Habana: Félix Varela.
- _____. (1973). ¿Existe la sociología urbana? La Habana: Instituto de Planificación Física Dirección Nacional.
- Comunicación, Imagen e identidad corporativas: Selección de lecturas. (2005). La Habana: Félix Varela.
- Cordero, L. y González, y. (2007). Crónicas de un viaje. Tesis de Licenciatura. Facultad de Comunicación, Universidad, La Habana.
- Costa, J. (1999). Imagen Corporativa en el siglo XXI. Madrid, Ed. La Crujia.
- Coyula, M. y Oliveras, R. (1995). Los Talleres de Transformación Integral del Barrio, una experiencia de planeamiento sustentable y participativo en La Habana: Caminos.
- Cruz, J. (1984, agosto, 29). "El fútbol de los sábados". El País, pp. 3-4.
- Dávalos Domínguez, R. (1998). Desarrollo local y descentralización en el contexto urbano. La Habana: Facultad de Filosofía e Historia.
- Delvalle, L. (2007). Diagnóstico de la Participación Juvenil en el Taller de Transformación Integral del Barrio "Príncipe". Tesis de Licenciatura Facultad de Comunicación, Universidad, La Habana.
- Díaz, L. (1992). La radio en España (1923-1993). Madrid: Alianza.
- Díez, E. (2008). "La censura radiofónica en la España nacional (1936-1939)". Zer – Revista de Estudios de Comunicación, 24, 103-124.
- Faus, Á. (1974). La radio: introducción al estudio de un medio desconocido. Madrid: Guadiana de Publicaciones.
- Garcés, R. (2007). "La crisis de los discursos radiofónicos". Revista Latina de Comunicación Social, 62, 227 - 232. Recuperado el 12 de octubre 2009 de: <http://www.revistalatinacs.org/200719RaulGarces.htm>
- García, P. J. (2000). "Cinco Tesis sobre los Consejos Populares". Revista Cubana de Ciencias Sociales, 31, 4-5.
- García Torres, M. (2003). Compilación de contenido del libro "Diseño Gráfico". Soporte Magnético.
- González, G. Y Urrutia, L. (2003). Metodología de la investigación social. Selección de lecturas (t.1). I. La Habana: Félix Varela.

- _____. (2003). Metodología, métodos y técnicas de la investigación social
3 Selección de lecturas. La Habana: Félix Varela.
- González, M. J. (2001). Comunicación radiofónica. Madrid:
Universitas. Guevara.
- Guevara, A. (2003). Locución: el entrenador personal. Buenos Aires: La
Crujía.
- Hernández, N. (2005). Trabajo Comunitario. Selección de lecturas. La
Habana: Caminos.
- Hernández, P. (1955). Las cosas del fútbol. Madrid: Plenitud.
- Hernández Sampier, R. (2004). Metodología de la investigación I. La
Habana: Félix Varela.
- Herrero, F. J. (2009). "Una aproximación para una propuesta
metodológica híbrida entre lo cuantitativo y lo cualitativo para el estudio de
las retransmisiones deportivas en la radio española". Barcelona: Bosch
- Igartua, J. J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en
comunicación. Barcelona: Bosch.
- Malvar, L. (2005). La radio deportiva en España (1927-2004). Madrid:
Pearson-Alhambra.
- Mariño Otero, J. (2005). Signos y Símbolos de la Universidad de La
Habana. Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación. Facultad de
Comunicación, Universidad, La Habana.
- Mateos, V. (2003). La radio: voz, sonido e información. Madrid:
Universidad Antonio de Nebrija.
- Medina, F. (1995). "Los narradores deportivos y sus epopeyas
cotidianas". En Estudios sobre las culturas contemporáneas, 2,
69-106. Recuperado el 11 de julio de
2009 de: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/316/31600205.pdf>
- Merayo, A. (1998). Curso práctico de técnicas de comunicación oral.
Madrid: Tecnos.
- Milán, A. Y Noval, L. (2007). Aproximación al diagnóstico de la identidad e
imagen del programa de Trabajadores Sociales de Arroyo Naranjo. Tesis de

- Licenciatura Facultad de Comunicación, Universidad, La Habana.
- Miosotis, R. (2009). "El poder de la Imagen Pública" disponible en:
[tpp://www.diario digital. com/artículo, html](http://www.diario digital. com/artículo, html).
- Moreno Dumenigo, K. (2007). La Representación Social de la brigada y Dinámica Comunicativa en grupos de estudiantes de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana. Tesis de Licenciatura Facultad de Comunicación, Universidad, La Habana.
- Muñoz Kiel, R. (2003). La Tierra Prometida. De cómo algunos jóvenes Habaneros imaginan Cuba: el deseo o la certeza de país. Tesis de Licenciatura de la Facultad de Comunicación, Universidad, La Habana.
- Muriel, M. Y Rota, G. (1980). Comunicación Institucional. Quito: Criespal.
- Nápoles Rodríguez, E. (2010). Cómo, con quién y para quién. Dilemas de la participación para el desarrollo. Soporte Digital.
- Nieves Rodríguez, Y. (2005). La Habana... urbe de sueños edificada en su pueblo, espuma y muros. Tesis de Licenciatura de la Facultad de Comunicación, Universidad, La Habana.
- Oviedo, A. y Montero, A. (2004). Auditoría de Imagen Transtur Rent a Car. Tesis de Licenciatura. Facultad de Comunicación, Universidad, La Habana.
- Perera Pérez, M. (2006). Sistematización crítica de la Teoría de las Representaciones Sociales. Tesis Doctoral. Universidad, La Habana.
- Pérez Callejas, L. (2008). "Una Respuesta al Desafío Urbano". Carta de La Habana, 43, 3-5.
- Pomares Ayala, H. (2006). "Talleres de Transformación Integral del Barrio", ¿Tecnologías apropiadas para el desarrollo local? Carta de La Habana, 38, 3-4.
- Postigo Gómez, J. (2009). "La representación de la Imagen Pública del ciudadano a través de la publicidad" disponible en:
<http://www.upf.edu/periodis/congre-hc/.../postigo.html>. Consultado: 15/ 03/ 09 Revista Int
<http://www.cafyd.com/REVISTA/ojs/index.php/ricyde/article/view/231/147>

- ¿Qué es la Educación Popular? Compilación. (2008). La Habana: Caminos. RECIO, M. Y Portal, R. (2003). Lecturas sobre comunicación en la comunidad. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Reyes Rodríguez, L. (2003). "La Teoría de la Acción Razonada: implementaciones para el estudio de la actitudes" Investigación Educativa 7, 3-4.
- Rodero, E. (2007). "Caracterización de una correcta locución informativa en los medios audiovisuales". Estudios sobre el mensaje radiofónico, 13, 523-542.
- _____. (2005). Producción radiofónica. Madrid: Cátedra.
- _____. (2001). "El tono de la voz masculina y femenina en los Informativos radiofónicos: un análisis comparativo". Comunicación presentada en el Congreso Internacional Mujeres, Hombres y Medios de Comunicación, Junta de Castilla y León. http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-tono-voz_femenina.pdf
- Sánchez, CH. (2007). "Radiografía de la radio en España". Revista Latina de Comunicación Social, 62, 170 - 181. Recuperado el 3 de octubre de 2009., <http://www.revistalatinacs.org/200714RoderoySanchez.htm>
- Santoy y Go Cano, G. (2007). ¿Vive en el realismo mágico?... ¡Le damos una mano! Tesis de Licenciatura. Facultad de Comunicación, Universidad, La Habana.
- Scheinsohn, D. (1996). Imagen Corporativa. Buenos Aires: Macchi.
- _____. (1996). Técnicas de participación. Fotocopia.
- _____. (1999). Técnicas de participación. La Habana: Caminos.
- Terrón, J. L. (1992): El silencio en el lenguaje radiofónico. Barcelona : Universitat Autònoma.
- Toral, G., Murélag, J. y López, N. (2008). "Comunicación emocional y miedo escénico en radio y televisión". Signo y Pensamiento, 52, 134-144.
- Torre Molina, C. (2001). Las identidades: Una mirada desde la psicología La Habana: Centro de Investigación Juan Marinillo.
- Van Riel, C. M. (2002). Comunicación Corporativa. Madrid: Prentice Hall.
- Vázquez, M. (1974). Oratoria radial. México: Mexicanos Unidos.
- Villafañe, J. (1997). Imagen Positiva: Gestión estratégica de la Imagen en

las Empresas. Madrid. Pirámide.

Anexo 1 Encuesta a los habitantes de la localidad

Objetivo. Conocer la manera en la cual los habitantes de la localidad, conocen la vida y obra de Carlos Yanes pelotero Cumanayagüense.

El presente cuestionario responde a una investigación de licenciatura en Comunicación Social.

El cuestionario tiene un carácter completamente anónimo. Agradecemos su ayuda. Sexo

F_____ M_____ Estudiante: Primaria_____ Secundaria_____ Preuniversitario_____

Universitario_____ Edad 9 a 15 _____ 16 a 25_____ 26 a 35_____ 36 a 50_____ 51 a 65_____ 66 en

adelante_____

1- ¿Conoces el programa de la Radio Protagonistas, de la radio comunitaria de Cumanayagua? Marque con una X la respuesta que considere.

Si_____ No_____

2- Completa las siguientes frases de forma tal que demuestres que el programa de la Radial "Protagonistas", es nuevo acercamiento a elevar el conocimiento de los habitantes de la localidad:

a) El programa es un lugar donde _____

b) El programa significa_____

c) El programa me permite_____

d) El programa necesita_____

Anexo 2

Guía para la entrevista inicial a los Especialistas.

Objetivo. Conocer el estado de opinión de los especialistas en cuanto de la importancia las investigaciones sobre comunicación social.

Este trabajo concierne a la carrera de Comunicación Social en la Sede Municipal de Cumanayagua, perteneciente a la Universidad de Cienfuegos, como parte de la investigación a realizar sobre el trabajo de la Radio local en cuanto al encargo que la comunicación social que tiene con la Comunidad. Se debe explicar que la información dada por usted es completamente confidencial.

1. ¿A qué institución usted pertenece?
2. ¿Para usted la emisora de la localidad trabaja la comunicación, según lo estipulado para el trabajo comunitario?
3. ¿Considera usted que actualmente se lleva acabo de manera eficaz dicho trabajo?
4. ¿Cree importante que la emisora apoye el trabajo de la Comunicación Social en la localidad?

Anexo 3 Revisión de documentos

Objetivos: Conocer la bibliografía necesaria para esta investigación de corte social-comunitario.

Documentos.

Libros revisados

Documentos sobre la vida de Carlos Yanes

Periódicos

Revistas

Anexo 4 Guía de análisis de programas de la emisora local.

Objetivos: Conocer los programas que se podían tomar como referentes para la inserción de la vida y obra de personalidades de la localidad.

Programas (grabaciones y libretos) revisados.

1. Así mi tierra.
2. Radionovela.
3. Andarina.
4. La descarga.
5. Con signo de más y otros.

Anexo 5

Guía para la entrevista radial a la personalidad sobre la que se hace la investigación

Objetivo. Conocer de parte del protagonista Carlos Yanes Artilles, su historia de vida.

Este trabajo concierne a la carrera de Comunicación Social en la Sede Municipal de Cumanayagua, y perteneciente a la Universidad de Cienfuegos, como parte de la investigación a realizar sobre el trabajo de la Radio local en cuanto al encargo que tiene la comunicación social con la Comunidad.

Se realizan preguntas al protagonista que se hace la investigación social.

1. ¿Dónde naciste?
2. ¿A qué edad te fuiste de la localidad?
3. ¿Cree importante que la emisora apoye el trabajo de la comunicación social en la localidad?
4. Realiza una valoración de tu vida por el mundo deportivo.

Anexo 6

Guía para la entrevista final a personas de la localidad.

Objetivo. Conocer el estado de opinión de las personas de la localidad en cuanto al conocimiento de la vida del pelotero Carlos Yanes y cómo a través de ella se eleva el conocimiento y la comunicación social.

Este trabajo concierne a la carrera de Comunicación Social en la Sede Municipal de Cumanayagua, perteneciente a la Universidad de Cienfuegos, como parte de la investigación a realizar sobre el trabajo de la Radio local en cuanto al encargo que la Comunicación Social tiene con la Comunidad. Se debe explicar que la información dada por usted es completamente confidencial.

1. ¿Para usted ha sido importante que la emisora de la localidad haya trabajado el aspecto de la Comunicación Social en la tira de programa para el trabajo Comunitario?

Anexo 7

Guía para la entrevista final a los Especialistas

Objetivo. Conocer el estado de opinión a los especialistas en cuanto a la importancia las investigaciones sobre Comunicación Social.

Este trabajo concierne a la carrera de Comunicación Social en la Sede Municipal de Cumanayagua, perteneciente a la Universidad de Cienfuegos, como parte de la investigación a realizar sobre el trabajo de la Radio local en cuanto al encargo que la Comunicación Social que tiene con la Comunidad. Se debe explicar que la información dada por usted es completamente confidencial.

1. ¿Considera usted que la tira de programa que se ha realizado sobre la vida y de personalidades de la localidad contribuyan a mejorar elevar el nivel de comunicación en los habitantes de la localidad?
2. ¿Cree importante que la emisora apoye el trabajo de la comunicación social en la localidad?
3. ¿Considera que los programas propuestos sobre la vida de Carlos Yanes Artilés se ajusta a las necesidades actuales para lo que se realizaron las emisoras comunitarias?
4. ¿Cuál es a juicio de usted el núcleo de los elementos teórico que se propone, en los programas radiales realizados?