



*Propuesta de estrategia de gestión institucional
comunicativa para la Revista Informativa Variada
"Tardes de Jagua" del Telecentro Perla Visión en
Cienfuegos*

TESIS EN OPCIÓN AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN ESTUDIOS SOCIOCULTURALES

Autora: Gladys María Calzadilla Solves
Tutor: MsC. Salvador David Soler Marchán

Sede Universitaria de Cienfuegos

Curso 2010-2011

"Año 53 de la Revolución"



Hago constar que la siguiente investigación fue realizada en la Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez", como parte de la coordinación de la especialidad Estudios Socioculturales, perteneciente a la facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas; autorizando a que éste sea utilizado por la institución para los fines que estime conveniente, tanto de forma parcial como total y que además no podrá ser presentado en eventos, ni publicado sin la aprobación de su autora.

Firma de la autora

Los abajo firmantes certificamos que la presente investigación ha sido realizado según acuerdo de la dirección del centro y cumple con los requisitos que debe tener un trabajo de esta envergadura, referido a la temática señalada.

Firma del tutor

Información Científico Técnica

Nombres y Apellidos. Firma

Computación

Nombres y Apellidos. Firma

*“La institución que aprende es
un organismo que se
autodesarrolla, se autorevisa,
se autoconoce, se autorregula,
se autodetermina y se
autogestiona”*

Agradecimientos

A mi tutor David Soler, por su incondicionalidad, sabiduría y amor puestos en cada idea ahora terminada.

A mi esposo, por hacer crecer el amor a fuerza de comprensión y entrega.

A mis hijas, porque siempre están conmigo.

A mis tres príncipes enanos, mis nietos, por ser mi fuerza.

A mis padres, por su aliento.

A mi hermano Alé, por no dejarme sola y por inspirar en mí el deseo de ser mejor.

A todos los profesores de la carrera, por su paciencia.

Y a todos los que, en la complicidad de la pasión y la razón, me acompañaron.

Dedicatoria

*Dedico este trabajo a todos los investigadores, por la responsabilidad y el sacrificio que demanda esta utilísima actividad, en especial, a uno que consagró su vida a esta noble tarea, alguien que hasta en sus últimos momentos apostó por el futuro... para que no se sienta solo y siga, como antes, cuidando de mí: a **Alecsy Calzadilla Solves**, al*

investigador, al maestro, al hermano, al amigo y al hombre que, por siempre, vivirá en nosotros.

Índice	Página
Introducción	9
Capítulo I: Fundamentos teóricos: La perspectiva sociocultural para los estudios sobre elaboración de estrategias de comunicación en el género televisivo:	
revista informativa variada	18
1.1 La comunicación dentro de la gestión institucional en la cultura	19
1.2 Los estudios de la gestión institucional en función de la comunicación.	
Aproximaciones conceptuales	23
1.3 La comunicación como concepto sociocultural	28
1.4 El proceso de comunicación organizacional en los medios de comunicación como expresión de la cultura organizacional	30
Capítulo II: Fundamentación metodológica	44
2.1 Fundamentos metodológicos para el análisis de los postulados científicos en los estudios de una estrategia de comunicación para las revistas, como género televisivo, del telecentro “Perlavisión” en Cienfuegos	55
2.1.1 La integración metodológica como estrategia de investigación	55
2.2 La triangulación como vía para el estudio	56
Capítulo III: Análisis de los resultados	62
3.1 Caracterización del canal “Perlavisión” de la provincia de Cienfuegos	62
3.1.1 Perlavisión: historia y desarrollo cultural	62
3.1.2 La revista informativa variada “Tardes de Jagua”, relación con la política y objeto social del telecentro	64
3.2 Resultados del diagnóstico efectuado a la política de programación para la elaboración del diseño de la estrategia	68
3.2.1 Pertinencia institucional. Nivel de relación con la política institucional y su programación	68
3.2.2 Nivel de relación entre: objetivo-función, forma-contenido y realización de la revista	69
3.2.3 Canales de comunicación: interna y externa	70
3.2.4 Pertinencia poblacional	72
3.3 El impacto. Análisis para la elaboración de la propuesta de estrategia	73
3.3.1 Calidad de la revista como producto	73
3.4 Presentación de la propuesta de estrategia de comunicación para los diferentes públicos que garantiza la eficiencia de la gestión institucional desde la perspectiva sociocultural de la revista “Tardes de Jagua”	77
3.4.1 Justificación para la propuesta de estrategia	77
Conclusiones	91

Recomendaciones	92
Bibliografía	93
Anexos	100

Resumen

La comunicación organizacional ofrece la posibilidad de la interiorización de conocimientos e incorporación de habilidades que tributan al desarrollo social mediante su contribución al perfeccionamiento de las empresas e instituciones y al fortalecimiento de los valores de la cultura en las organizaciones y la sociedad en general. La base del perfeccionamiento de la gestión institucional en Cuba es el hombre y en la medida que en éste se motive e implique más en el logro de los objetivos de la organización, identificando como sus objetivos personales, aumentará la eficiencia, la eficacia y la calidad de la labor comunicativa en el campo de la cultura.

Esta investigación tiene como objetivo: elaborar una propuesta de estrategia de comunicación, desde la perspectiva sociocultural, para la revista informativa variada "Tardes de Jagua" que permita una gestión institucional eficiente en la política de programación del Telecentro Perlavisión en Cienfuegos.

Clasificada como exploratoria y a partir de una complementariedad metodológica, con la aplicación de técnicas cualitativas y cuantitativas, la investigación asume esta temática, pues ha sido poco tratada con anterioridad y su abordaje permitirá aumentar el grado de familiaridad con las estrategias de la revista, como género, la posibilidad de desarrollar una investigación más completa en un contexto particular y real, así como identificar estrategias de acción que permitan profundizar en el análisis y conocimientos de los procesos comunicativos. Se han implementado los estudios exploratorios porque ellos identifican relaciones, permiten explicar las formas en que interactúan las variables y son flexibles en su metodología, lo cual facilita los procesos sistemáticos de interpretación.

Los resultados de la investigación se concretan en el diseño de la estrategia, la cual fue elaborada sobre la base de aquellas cuestiones que, necesariamente, debían ser atendidas para garantizar su efectividad. Su creatividad, su impacto y su implementación práctica, legitiman la comunicatividad de las revistas, como género, en el Telecentro Perlavisión de nuestra provincia.

Introducción

Cada vez más, y sobre todo a partir del 2009, los estudios relacionados con la gestión institucional de la cultura desde los procesos de comunicación de la organización se hacen imprescindibles, sustentado en los apremiantes cambios y transformaciones que en el orden administrativo y cultural de la organización viene exigiendo el estado cubano, de ahí la necesidad de formar especialistas en el sistema de la cultura que trabajen este tema, el cual posee rasgos distintivos dentro del contexto laboral cubano y donde los estudios socioculturales pueden contribuir a estos fines dada la complejidad y flexibilidad de sus trabajos investigativos.

Si se tiene en cuenta que el sistema institucional de la cultural cubana carece de estos estudios, de hecho el que proponemos es uno de los iniciales, que junto a los del Centro Provincial de Patrimonio Cultural y del Centro Provincial del Libro y la Literatura se han desarrollado, pero ninguno de los anteriores ha diseñado estrategias para su organización (entiéndase desde institución cultural o de la comunicación), de ahí otra novedad del tema.

Desde la perspectiva sociocultural y de la organización de la cultura la integración de los diversos factores que conforman una institución, asociación o en un término más social, una comunidad, constituyen premisa fundamental para alcanzar una meta o determinados objetivos. Para lograr la integración entonces, es necesario que el hombre establezca relaciones con el mundo, tanto individualmente como a través de los grupos en los cuales se inserta. Estas relaciones han sido clasificadas en sociales y psicológicas.

Las relaciones socioculturales en la organización son medulares en esta investigación, se erigen sobre determinadas relaciones de producción cultural o de la comunicación y se forman según la posición que ocupe cada uno en el sistema de la sociedad; son por tanto objetivas e impersonales: se trata aquí de la interacción entre roles concretos, grupos sociales e individuos como representantes de dichos grupos, por ello se requiere de un intenso trabajo en la gestión institucional que cae en el campo sociocultural.

En el presente trabajo se plantea una Propuesta de Estrategia de gestión institucional comunicativa para la Revista “Tardes de Jagua” del Telecentro Perlavisión en Cienfuegos, necesario para el perfeccionamiento de la acción organizacional que exige la Revolución Cubana donde las relaciones profesionales y comunitarias son importantes para lograr la integración y accionar de la comunidad en su propio desarrollo y transformación, además de constituir el escenario fundamental del proceso de gestión institucional para la comunicación, para que sus actores sociales disfruten las narrativas sociales y culturales del arte, su identidad, formas de comunicación que en la televisión resultan atractivos en las revistas culturales o informativas variadas, lo que favorece la materialización de una cultura general e integral, misión de las Políticas Culturales y comunicativas cubanas, pues son acciones dirigidas a la formación de conciencias en la población.

Como generalidad en el mundo, los medios masivos de comunicación son exclusivos de las clases pudientes, responde a la élite y salvo excepciones se incluye en los programas de estudio, como parte de la formación general e integral, desde los niveles preescolares hasta universitario. La década de los 60 del pasado siglo en América es excepcional en la generación de movimientos sociales, culturales (musicales y artísticos), y de transformación de los mensajes de los medios de comunicación, pero limitada en sus interrogantes e investigaciones culturales, teniendo su repercusión en la carencia de estudios que contribuyeren a la eficaz gestión institucional, crisis que en la década del 70 y 80 fue modificándose producto del surgimiento de las ciencias vinculadas a la información y la comunicación social, pero que mantuvo las estrategias de poder en especial del imperialismo ideológico y globalizante.

La gestión institucional requiere de estrategias de comunicación eficientes, en la mayoría de los países del mundo responden a instituciones privadas, con fines comerciales muy marcados, recayendo la promoción cultural en organizaciones de tipo social, político, de grandes empresas capitalistas que utilizan las revistas culturales o informativas variadas como una de las vías más importantes para la transmisión de sus mensajes y la construcción de valores enajenantes que requiere la

sociedad capitalista, pero lo hacen desde el interés de la empresa y los valores que esa sociedad quiere que prevalezcan sin un adecuado estudio de la gestión institucional, y del rol de los actores sociales internos y externos.

Las razones históricas que sostienen la identidad y la soberanía cubana tienen un fuerte contenido ético, que nació y evolucionó en la conformación de la espiritualidad nacional, forjada en el trabajo, en las luchas constantes por la independencia y contra aquellos cubanos que con su conducta se opusieron a la esencia emancipadora y dignificadora de nuestra ideología martiana, marxista y fidelista. En la espiritualidad cubana, el arte, la cultura y los medios de comunicación constituyen una unidad indisoluble y alcanzan una elevada expresión desde Félix Varela, José Martí, Ernesto Guevara, Armando Hart Dávalos a Fidel Castro. Estos pensadores sustentaron como ideales y centro de sus análisis la necesidad de trabajar con la organización (institución cultural y de comunicación) resaltando el papel y el lugar de ella dentro de la sociedad cubana, en el empeño de conseguir instituciones eficaces y eficientes con productos culturales formadores de valores, instructivos, recreativos y desarrolladores, donde en la actualidad y bajo condiciones difíciles deben mejorar su organización interna y buscar alternativas para su desarrollo, aspecto este muy poco trabajado en Cuba (Informe final del ejercicio de la Contraloría General de la República de Cuba, 2010).

El proceso de institucionalización en el ámbito de la cultura alcanzó nuevas dimensiones hacia finales de los años 90, se produjo una grave contracción en la vida cultural del país. Las limitaciones de recursos financieros y materiales, incidieron de manera muy sensible en las industrias culturales (producción de libros, discos y películas), en el desarrollo de la enseñanza artística, en las giras artísticas, en el movimiento de artistas aficionados, y en el funcionamiento de las instituciones culturales a todos los niveles; se afectó la creación y comunicación del arte y la literatura y de la cultura en sentido general, que frente a los procesos de globalización de la información fue imprescindible estudiar las instituciones culturales y para su eficacia debía de centrarse en la gestión institucional a partir de diseños de

estrategias que se incluirían en los Programas de desarrollo cultural en cada territorio.

Por otra parte, el crecimiento de la lucha ideológica y política requería de comunicar y socializar lo más puro y revolucionario de la memoria histórica, la cultura y el patrimonio cubano a través de un sistema de comunicación más particular que llegara a cada uno de los territorios y demostrara su quehacer cotidiano y las maneras en que se transforman los entornos a pesar del bloqueo y la globalización neoliberal con programas atractivos, de alta identidad sociocultural y de innovación, por tanto, se hacía necesario fomentar estudios de gestión institucional; indispensables en estos tiempos de transformación de la conciencia social y del mundo de la comunicación y la información. Surge así y como consecuencia de la Batalla de Ideas el Telecentro Perlavisión de la provincia de Cienfuegos, contexto principal de nuestra acción.

Como ya se ha apuntado las nuevas estrategias culturales plantean la necesidad de variantes para el trabajo de gestión institucional desde el perfeccionamiento de los procesos de comunicación.

“El momento actual de los estudios de comunicación está más pleno de interrogantes que de tranquilas certezas. En América Latina existe la aspiración de construir una teoría latinoamericana de la comunicación, capaz de alzar paradigmas que den cuenta de nuestros problemas y de la especificidad de nuestros fenómenos comunicativos; de elaborar metodologías propias para aprehender con precisión hechos de la realidad que son complejos, escurridizos al esfuerzo del conocimiento y muy peculiares de las contradicciones de nuestra región. Hay quienes no creen en estas propuestas, pues seríamos dependientes no sólo en lo económico sino también en el plano intelectual. Otros plantean la necesidad de abandonar los cómodos pero insatisfactorios aleros que nos han proporcionado otras disciplinas científicas como la sociología, la semiótica y últimamente la cibernética y la informática, para avanzar substantivamente en el conocimiento de nuestro propio campo, el de la comunicación en proceso, con nuestras propias herramientas metodológicas. Los estudios de recepción serían una contribución valiosa a las

nuevas teorizaciones y una originalidad latinoamericana pues son casi inexistentes en otras partes del mundo” (Fuenzalida y Hermosilla, 1991:113).

No obstante, en el diagnóstico realizado fue posible conocer que el Telecentro Perlavisión, no cuenta con un estudio diagnóstico propicio para el diseño de estrategias para la gestión institucional en las revistas informativas variadas o culturales, aun y cuando constituyen producciones televisivas de alta demanda, lo cual permite a la organización enfrentar el trabajo de perfeccionamiento cultural que exigen los momentos actuales, todo lo cual quedó evidenciado en las observaciones realizadas a los programas, en el estudio documental y en entrevistas realizadas a asesores y dirigentes de la institución. Los principales déficit se presentan en el desconocimiento de los obstáculos, limitaciones y fortalezas de esa organización, el tratamiento a los actores internos y externos y las formas de emplear a estos actores en función de una revista más coherente y de mayor calidad desde el perfeccionamiento sociocultural y que sirva de punto de partida a estrategias de procedimientos organizacionales, a la organización de la parrilla de programación, en la preparación de los requerimientos técnicos metodológicos, y de comunicación, así como sociológico y psicológicos para sus actividades.

Es de señalar que el proceso investigativo fue comprobado mediante el análisis documental a programas, visualizaciones de videos, programación genérica del telecentro, estudio de su parrilla, visitas a los consejos de dirección y técnico-artísticos y en las reuniones de análisis de la programación.

Se aprecia por tanto, que existen impedimentos para una adecuada coherencia organizacional, que se evidencia en los aspectos diacrónicos de la organización, las divergencias de opiniones, tanto proyectivas como evaluativas, las decisiones de la organización impiden el trabajo integrador de los actores sociales, institucionales en función del desarrollo integral de los actores internos y externos, de ahí la disfuncionalidad de estos actores, y una verticalidad programática. Por otra parte en las técnicas aplicadas se apreció la falta de una metodología y acciones propias, carencia de estrategias en este orden de trabajo que le permitan proyectar y evaluar sistemáticamente dichas acciones, aspectos todos relacionados con la gestión

institucional en el campo de la cultura y la comunicación; también se necesita de un proceso de capacitación que permita superar de forma sistemática las actuales problemáticas de la institución cultural.

Por todo lo antes expuesto se plantea el siguiente:

Problema científico de investigación:

¿Cómo contribuir a los procesos de comunicación en la revista informativa variada “Tardes de Jagua” desde la gestión eficiente de la política de programación del Telecentro Perlavisión en Cienfuegos?

Objetivo General:

Elaborar una propuesta de estrategia de comunicación, desde la perspectiva sociocultural, para la Revista Informativa Variada “Tardes de Jagua” que permita una gestión institucional eficiente en la política de programación del Telecentro Perlavisión en Cienfuegos.

Objetivos específicos:

- Caracterizar el Telecentro Perlavisión, como institución que gestiona la política de programación institucional y cultural de la revista, como género televisivo.
- Diagnosticar la política de programación de la Revista “Tardes de Jagua”, como género, y como fundamento para la estrategia de comunicación.
- Analizar el nivel de implementación de la política de programación en función de las necesidades del territorio dirigidas a las demandas y expectativas de los diferentes públicos en el proceso de comunicación interna y externa.

Objeto de investigación:

Procesos de comunicación, gestión institucional y programación del Telecentro Perlavisión.

Campo de acción:

Estrategia de comunicación sociocultural para la revista, como género, del Telecentro Perlavisión en Cienfuegos.

Idea a defender:

La elaboración de una propuesta de estrategia de comunicación para la Revista Informativa Variada “Tardes de Jagua”, desde la perspectiva sociocultural, garantizará una gestión institucional eficiente de la política de programación del Telecentro Perlavisión en Cienfuegos.

Metodología**Métodos del nivel empírico:**

- Se emplearon el análisis documental, la observación y la entrevista en función de obtener y contrastar información para el análisis de los resultados y la elaboración de la estrategia.
- Se implementó la triangulación de datos y especialistas, pues constituye una estrategia metodológica y permitió el análisis de los principales resultados obtenidos.

Métodos del nivel teórico:

- Analítico-sintético: se utilizó para la confección de instrumentos, recogida de la información e interpretación de diferentes fuentes para arribar a la propuesta de solución.
- Inductivo-deductivo: fue utilizado para arribar a conclusiones parciales y generales.
- Histórico-lógico: para estudiar la trayectoria de los hechos que han marcado aspectos importante en el estudio de la comunicación para la gestión institucional y su comportamiento.
- Enfoque de sistema: para la elaboración de la estrategia de comunicación para la gestión institucional.

Novedad científica:

El problema se presenta novedoso a partir de los siguientes presupuestos:

- ❑ Son insuficientes las investigaciones sobre programación y estrategias de comunicación en programas de televisión, específicamente, en el género de revistas, desde la perspectiva sociocultural.
- ❑ Los pocos procesos investigativos desarrollados hasta la fecha tienen un valor descriptivo, con carácter exploratorio que discernió elementos de carácter histórico organizacional, estrategias de preferencias públicas de programas y temas televisivos. La novedad se presenta, de igual manera, si se tiene en cuenta que, en la actualidad, el Telecentro Perlavisión coloca dentro de sus políticas de comunicación los estudios científicos de su programación y la búsqueda de estrategias, al respecto, con un nivel de sistematicidad y rigor científico.
- ❑ Se expone, a través de un proceso de diagnóstico y estrategia, desde una perspectiva sociocultural, el estudio de un programa televisivo con formato de revista informativa variada.

La estructura del trabajo es la siguiente:

Introducción: Ofrece elementos de aproximación al tema, el planteamiento de los antecedentes, el problema de investigación y los componentes del diseño y la estructura del trabajo.

Capítulo I: Se abordan el marco histórico conceptual de la comunicación organizacional, como aspecto esencial de la gestión institucional en el campo de la cultura, sus entes teóricos, así como los vinculados con la estrategia de gestión institucional, en especial, dentro del Telecentro Perlavisión de la provincia de Cienfuegos.

Capítulo II: Se fundamenta la metodología de investigación utilizada, los métodos y las técnicas empleadas, se determinan las unidades de análisis, así como la operacionalización de las variables, se declara la muestra y las unidades de análisis y se justifica la novedad de la investigación.

Capítulo III: Aborda los contenidos de la descripción del escenario donde se aplicará el estudio: el Telecentro Perlavisión de Cienfuegos, se explica el diagnóstico realizado desde diferentes técnicas e instrumentos y las metodologías de la gestión para las instituciones culturales y de comunicación en Cuba y se presenta la propuesta de la estrategia con una estructura compuesta por: objetivos; acciones, indicadores de evaluación; responsables y fechas de cumplimiento para los públicos internos y externos con los que se trabaja en la revista informativa variada “Tardes de Jagua” para ser incluida por dirigentes, especialistas y asesores en el manual de procedimientos y acciones de gestión institucional, para que puedan ser utilizadas en los diversos estudios y análisis de calidad, planificación y evaluación de la gestión institucional.

El informe escrito cuenta además con: **Conclusiones, Recomendaciones, Bibliografía y Anexos.**

Capítulo I: Fundamentos teóricos. La perspectiva sociocultural para los estudios sobre elaboración de estrategias de comunicación en el género televisivo: Revista Informativa Variada.

Cada vez más y, sobre todo, a partir del 2009 los estudios relacionados con la gestión institucional de la cultura desde los procesos de comunicación interna y externa de la organización se hacen imprescindible, sustentados en los vertiginosos cambios y transformaciones que en el orden administrativo y cultural viene exigiendo el estado cubano, de ahí la necesidad, imperiosa, de formar especialistas en el sistema de la cultura que trabajen estos temas, por poseer rasgos distintivos dentro del contexto laboral cubano y donde los estudios socioculturales pueden contribuir a estos fines dada la complejidad y flexibilidad de sus trabajos investigativos.

Teniendo en cuenta que el sistema institucional de la cultura cubana carece de estos estudios resulta necesario un nuevo punto de partida, una nueva comprensión, un cambio radical en las posiciones, que significa no adecuar la realidad a los marcos de una disciplina determinada, sino abrir los enfoques disciplinarios a la realidad; que significa no estudiar los objetos por separado: la estructura de los medios, la ideología de los textos, sino comprender los procesos en su dinamismo, en su desarrollo, en su dimensión cambiante y conflictiva. *“...hay que llegar a la teoría pero desde los procesos, desde la opacidad, desde la ambigüedad de los procesos. Lo cual nos vuelve mucho más humildes, mucho más modestos, y mucho más cercanos a la complejidad real de la vida y de la comunicación”* (Barbero, 1991b:22).

La propuesta de estrategia que se plantea tiene por objetivo la sistematización de los procesos de comunicación dentro de la organización, que junto a los del Centro Provincial de Patrimonio Cultural y el Centro Provincial del Libro y la Literatura, además de las tesis sobre estrategias de comunicación, desde la perspectiva sociocultural, de ETECSA y la ACAA, (todos pertenecientes a una de las líneas de estudio del Proyecto Luna, de conjunto con la carrera de Estudios Socioculturales de la Universidad “Carlos Rafael Rodríguez” de Cienfuegos); pero ninguno de los anteriores ha diseñado estrategias para su organización (entiéndase institución cultural o de la comunicación), ello requiere por tanto, de una actualización por parte

de todos los procedimientos y exigencias que al respecto existen en las instituciones y organismos de la cultura y la comunicación social para estos fines y las metodologías que en ellas se establecen, la autora asume la establecida por el Ministerio de Cultura y las estrategias de comunicación de la Unión del CUPET, única de su tipo certificada en Cuba.

1.1 La comunicación dentro de la gestión institucional en la cultura

Para el estudio de la comunicación organizacional es necesario profundizar en torno a su naturaleza, objeto de estudio e incluso su propia definición, pues son múltiples los enfoques acerca de estos aspectos. Algunos autores vinculan la comunicación organizacional con el área del intercambio de información. Para ellos la comunicación organizacional como *“el hecho de enviar y recibir información dentro del marco de una compleja organización”* (Redding y Sanborn, 1964, citado en Trelles, 2005), o *“es el intercambio de información y la transmisión de mensajes con sentido”* (Katz y Kahn, 1996, citado en Trelles, 2005). Para otros es sinónimo de comunicación oral directa, dentro de estructuras formales, o comunicación interna tanto directa como mediática, formal o informal. Un concepto más amplio refiere la comunicación como todo proceso comunicativo de la organización tanto interno como externo, formal o informal, directo o mediático (Goldhaber, 1994).

Otros especialistas conciben esta materia en estrecha relación con el campo cultural haciendo énfasis en la vinculación de la comunicación con la capacidad de construcción de símbolos y valores públicos relacionados con la organización, lo que nos conduce al estudio de la influencia de la comunicación en la cultura y el clima organizacional tanto desde el punto de vista interno como en su interrelación con el entorno (Putnam, 1987).

Concepto este que comparte la autora ya que el trabajo de la institución Telecentro “Perlavisión” tiene un fuerte contenido comunicativo en su quehacer interno (directivos, directores de programas, guionistas, asesores, productores, y personal técnico-artístico) sin los cuales no puede hacerse una producción televisiva, y su relación con factores externos, dígame en este sentido: actores, proveedores

(artistas, promotores culturales, voceros oficiales y sociales) y clientes, los diferentes públicos que son los que reciben el producto final. Los autores antes mencionados coinciden en la importancia que esta materia presenta para el mejor desempeño de las organizaciones, pues entre los elementos que posibilitan la supervivencia y desarrollo de estas se inscribe con protagonismo definitivo la interrelación entre sus integrantes. Y es precisamente el estudio de tal interrelación, es decir, de los procesos comunicativos inherentes a cualquier grupo, organización o sociedad, lo que constituye la razón de ser de la comunicación organizacional.

Esta disciplina comienza a manifestarse en la década de los 50 del siglo pasado, pero no es hasta los años 70 cuando adquiere un corpus independiente en el campo de las ciencias sociales, con la publicación *Communication Within Organizations*, del especialista norteamericano Charles Redding, considerado el padre de la comunicación organizacional. Se desarrolla inicialmente en Estados Unidos de América y Europa y solo en años recientes comienza a estudiarse y a aplicarse en América Latina, con el protagonismo de México y Argentina en cuanto a producción teórica y experiencia práctica se refiere.

En Cuba esta disciplina no se conocía con esta concepción ni denominación hasta hace muy poco y como en otros países sus antecedentes se remiten a las concepciones y práctica en las esferas de la publicidad y las relaciones públicas, cuyos orígenes estuvieron muy vinculados al desarrollo de los medios de comunicación en el país y su consolidación en los años 50. Es en la década del 80 cuando comienza a abordarse este tema en círculos de estudiosos de la comunicación y en los años 90 se plantea ya con más sistematicidad desde el punto de vista de la necesidad de su desarrollo tanto desde el punto de vista teórico, con concepciones ajustadas a nuestras características económicas, culturales y sociales en general, como en su ejercicio práctico, vinculada sobre todo con el proceso de perfeccionamiento empresarial que se va realizando en el país.

Su origen se vincula con la tendencia contemporánea a integrar áreas de comunicación que funcionaban de manera inconexa: en primer lugar los grandes campos de acción de la comunicación interna y la externa y en segundo lugar

lenguajes y técnicas como publicidad, relaciones públicas, comunicación corporativa, entre otras. De campos aislados o acciones independientes, tales áreas pasan a convertirse en elementos integradores de un enfoque sinérgico de comunicación con un saldo positivo para la coherencia del discurso y el logro de mayor eficacia.

La comunicación organizacional, como disciplina del campo de las ciencias sociales, centra su atención en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, a fin de mejorar la interrelación entre sus miembros y entre estos y el público externo; fortalecer la identidad y mejorar el desempeño de las entidades.

Se señala críticamente por algunos su tendencia a desarrollar de forma paralela el campo teórico y el de aplicación y advierten en este rasgo una marcada influencia del pragmatismo norteamericano (Noguero, 2000). Destacan la importancia que se le concede a la organización como entidad sociológica y atribuyen el origen de los fundamentos teóricos de esta materia a la importación de conceptos, enfoques y principios de ciencias como la sociología o la psicología social.

Otros criterios la consideran como una suerte de materia de moda surgida en los últimos años, cuyo campo de acción irrumpen el de las relaciones entre los públicos internos y externos de las empresas e instituciones, área que constituye, en su opinión, objeto exclusivo de las relaciones públicas.

Los defensores de la comunicación organizacional opinan en cambio que se trata del rescate legítimo de un objeto de estudio que ha sido abordado por diversas disciplinas, que centran su atención en el estudio de grupos sociales cuya proyección y actividad en cualquier esfera tienen un soporte común, eje fundamental que los interrelaciona, a saber la comunicación organizacional (Taylor, 1993).

La comunicación organizacional ofrece la posibilidad de la interiorización de conocimientos e incorporación de habilidades que tributan al desarrollo social, tanto en lo económico como en lo cultural, mediante su contribución al perfeccionamiento de las empresas e instituciones y al fortalecimiento de los valores de la cultura en las organizaciones y la sociedad en general.

Por lo tanto, la autor define la cultura organizacional como: *“el conjunto de valores y acciones comúnmente aceptados, consciente o inconscientemente por los miembros de una organización. Incluye a los códigos que van determinando la personalidad y modos de actuación de una organización en el proceso de interacción e interrelación entre sus miembros y con el entorno en las diferentes direcciones. Conforman la manera en que se expresa la identidad de dicha organización”*.

Desde la perspectiva sociocultural es necesario el empleo de los siguientes conceptos:

Los **conceptos comunicacionales** que demarcan la identidad del campo académico (envasados en la “teoría de la comunicación de masas” y en la “estructura de los sistemas mediáticos, industrias y servicios”) y de los respectivos segmentos ocupacionales (construidos históricamente por las corporaciones y renovados por las evidencias empíricas sistematizadas por la universidad, así como por las agencias de investigación en funcionamiento en el interior de las industrias mediáticas o de las prestadoras de servicios),

Los **procesos mediáticos** que configuran la producción, difusión y evaluación de los bienes culturales correspondientes a cada segmento ocupacional, inclusive las rutinas profesionales, los lenguajes, tecnologías y preceptos legales, los métodos de planeamiento y gestión, así como los instrumentos de retroalimentación, en el sentido de mantener plena sintonía entre las expectativas del mercado consumidor y las estrategias de los productos culturales y de los patrocinadores,

Los **contenidos culturales** que dan sentido a los mensajes implícitos en los bienes simbólicos construidos y/o difundidos por las industrias/servicios mediáticos. Se trata del dominio de conocimientos **enciclopédicos** (visión general de la sociedad y de sus pilares estructurales: historia, política, economía, cultura, relaciones sociales) o **especializados** (disponibles en el stock cognitivo de las ciencias y de las artes)

1.2 Los estudios de la gestión institucional en función de la comunicación. Aproximaciones conceptuales

Nuestro país está empeñado en una ardua tarea: la de desarrollar una sólida y eficiente economía, manteniendo además niveles de equidad y justicia social, niveles de salud, educación y cultura como los que no existen en ninguno de los países integrantes del tercer mundo. Si a ello sumamos las enormes dificultades surgidas por la caída del campo socialista y el recrudecimiento del bloqueo y la guerra ideológica contra nuestro país, la realización de esta obra se torna titánica.

Para conseguirlo, se han aplicado diferentes medidas y se ha iniciado el proceso de perfeccionamiento empresarial e institucional, que deberá constituirse en la segura manera de hacerlas más eficientes. Junto a esto, ha comenzado otro proceso clave: el de la generalización de la cultura, pues esta ha demostrado su condición de fuente raigal de fuerza, ideas y esperanza en los años más difíciles del período especial.

La base del perfeccionamiento de la gestión institucional en Cuba es el hombre. En la medida que en éste se motive e implique más en el logro de los objetivos de la organización, identificándolos como sus objetivos personales, aumentará la eficiencia, la eficacia y la calidad de la labor comunicativa en el campo de la cultura.

En la mayoría de los sistemas institucionales está presente la comunicación. La comunicación es un factor determinante para la gestión y el desarrollo de los grupos, la lucha por objetivos comunes, la dirección por valores, el incremento de la motivación, la participación, la disciplina y la exigencia, aspectos en los que se basa el perfeccionamiento de la gestión institucional .

Para ello es necesario desarrollar sólidos valores de la cultura en la organización, pues ésta influye poderosamente en el aumento de implicación y compromiso al que aspiramos. Esos valores se nutren de la cultura nacional, pero a su vez la alimentan, de tal modo que las instituciones culturales y de la comunicación deberán necesariamente proyectarse a la comunidad como parte de un todo armónico en la solución de problemas comunes. Sin la intervención de la comunicación no sería posible pensar en el desarrollo de tales valores.

Otro tanto ocurre con la generalización de la cultura. Si concebimos la cultura como *“la construcción y conservación de símbolos en contextos socio-históricos estructurados”* (Trelles, 2005), la comunicación forma parte integrante de ese proceso, y para lograr su masificación es imprescindible el tratamiento del vector comunicacional como uno de sus componentes.

Los dos procesos están estrechamente relacionados entre sí, se alimentan y fortalecen mutuamente y constituyen pilares presentes y futuros para el mejoramiento de la vida material y espiritual de nuestra población. En sus numerosos puntos la comunicación ocupa un espacio importante.

Fidel ha subrayado en numerosas ocasiones, sobre todo en los últimos años, la trascendencia que tiene para la vida del país, para la supervivencia, el proceso de elevación del nivel cultural de la población y así ha expresado:

“Sin cultura no hay libertad posible, porque la cultura es obra de pensamiento, instrumento liberador que nos permite defender nuestra identidad y potencia nuestra independencia y nuestra soberanía en un mundo globalizado sometido pasivamente a los mecanismos del mercado y al fetiche de la tecnología” (Trelles, 2005).

La interrelación entre la cultura nacional y la de las entidades u organizaciones, sectores incluso, puede constituirse en una fuente enriquecedora en ambas partes, de modo que la cultura a nivel macro, nutra y sirva de fuente a la particular, pero ésta a su vez retroalimente a la primera, la dinamice y la mantenga en movimiento y desarrollo.

La comunicación en la gestión institucional e imbrica esencialmente con esa cultura enmarcada en las entidades, en las comunidades y el país. Es mediante la comunicación que se conforman los procesos colectivos de construcción de significados, de orientación hacia la razón de ser de una organización, y de búsqueda de sentido de ésta, sea el nivel que sea, mediante la interpretación de símbolos que se construyen en la comunicación con otros miembros.

De ahí la importancia del enfoque cultural de comunicación, la cual es percibida como construcción simbólica y se realiza a través de la comunicación, concebida a su vez como proceso mediante el cual se conforman, transmiten y desarrollan los significados. En esto se apoya el conocido estudioso Edgard T. Hall (1959) al definir a la cultura como comunicación armada.

De esta manera el autor concibe a la comunicación como: *una acción de vínculo esencial entre cultura y comunicación adecuándose a nuestra necesidad de las estrategias actuales de fortalecimiento de la identidad y la cultura nacional.*

A juicio del especialista español, Lucas Marín (1997), la comunicación es tanto el modo de recibir la cultura como el instrumento utilizado en su construcción. *“La cultura de cada organización vendrá definida por la propia atención general a la comunicación, la complejidad del modelo de comunicación, manejado (especialmente por los directivos), la atención a la comunicación de retorno, a los medios de comunicación de masas, a la distinción entre comunicación interna y externa, formal e informal”* (Trelles, 2005).

Es por ello que, el autor considera de suma importancia la sistemática comunicación e intercambio de información que han de establecer directivos, directores de programas; guionistas, asesores, productores, y personal técnico-artístico, actores, proveedores (artistas, promotores culturales, voceros oficiales y sociales) y clientes sobre aspectos medulares del trabajo cultural.

La incorporación de la mirada desde la comunicación en la gestión institucional influirá en la mayor profundización y el aumento de eficiencias tanto en el proceso de perfeccionamiento como en el de generalización de la cultura. Si se asigna a la comunicación la importancia que tiene, con acciones concretas, como realización de estudios diagnóstico, implementación de estrategias diseñadas con un enfoque estratégico, eliminación del espontaneísmo y la descoordinación, se ganará tiempo y se economizarán esfuerzos y recursos.

Para ello, es imprescindible abordar la comunicación de manera coherente, integral, estudiarla, planificarla, organizarla, evaluarla, es decir aplicar los instrumentos científicos que nos provee la comunicación organizacional.

La estrategia, por tanto, debe responder al cumplimiento de los siguientes principios didácticos: concepción con enfoque sistémico en el que predominan las relaciones de coordinación, con el Telecentro Perlavisión, e instituciones culturales y direcciones administrativas del territorio que tienen incidencia en el trabajo cultural.

Una estructuración a partir de fases o etapas relacionadas con las acciones de diagnóstico, planeación, ejecución y control, por parte de todos los implicados.

El hecho de responder a una contradicción entre el estado actual y el deseado, ya que existen insuficiencias en la comunicación organizacional y se desea perfeccionar la misma en el Telecentro Perlavisión.

Un carácter dialéctico que le viene dado por la búsqueda del cambio cualitativo que se producirá en el objeto (estado real a estado deseado), por las constantes adecuaciones y readecuaciones que puede sufrir su accionar y por la articulación entre los objetivos (metas perseguidas) y la metodología (vías instrumentadas para alcanzarlas), entre otras.

La adopción de una tipología específica que viene condicionada por el elemento que se constituye en objeto de transformación. Esta última categoría resulta esencial a los efectos de seleccionar cuál variante a utilizar dentro de la existente.

Su irrepetibilidad, el carácter casuístico y válido en un momento y contexto específico, teniendo en cuenta que su universo de aplicación es más reducido que el de otros resultados científicos. Por eso una o varias de sus acciones pueden repetirse en otro contexto.

Su carácter de aporte, eminentemente, práctico debido a sus persistentes grados de tangibilidad y utilidad. Ello no niega la existencia de aportes teóricos dentro de su conformación.

Las cuestiones referidas, anteriormente, condicionan la presencia de los siguientes elementos en el diseño de estrategias de comunicación para la gestión institucional:

- ❑ Existencia de insatisfacciones respecto a procesos comunicativos en un contexto o ámbito determinado.
- ❑ Diagnóstico de la situación.
- ❑ Planteamiento de objetivos y metas a alcanzar en determinados plazos de tiempo.
- ❑ Definición de actividades o acciones que respondan a los objetivos trazados y entidades responsables.
- ❑ Planificación de recursos y métodos para viabilizar la ejecución.
- ❑ Evaluación de resultados.

Además, en la organización de las diferentes etapas y acciones que forman parte del diseño de la estrategia, se considera asumir y adaptar a las condiciones concretas de ésta, algunas exigencias metodológicas como:

Carácter contextual: Debe responder a las necesidades y condiciones específicas de los implicados, en estrecha coherencia con la política cultural y educativa trazada, lo que le confiere su singularidad.

Carácter personalizado: Poner en su centro la relación dinámica que se da entre los componentes de la comunicación organizacional, respondiendo a las características individuales y grupales. Poner en el centro de la estrategia a los directivos del Telecentro Perlavisión y la voluntad política y profesional de éstos para hacerla realizable.

Carácter dinámico: Debe ser abierta, flexible, sujeta a cambios o rediseños que vayan indicando el proceso de su puesta en práctica, sobre la base del conocimiento objetivo de la realidad en que se incide; en un acercamiento constante a la realidad para alcanzar los objetivos parciales y generales previstos.

Carácter objetivo: Debe proyectarse, ejecutarse y controlarse sobre la base de las posibilidades reales de materialización, considerar su contextualización, personalización y carácter dinámico.

Carácter operativo: De fácil manejo, asequible a todos los sujetos involucrados en el proceso de comunicación organizacional, factible de ser aplicada y de que responda a las adecuaciones que demanda la realidad, en la misma medida que se considere su carácter objetivo, dinámico, personalizado y contextualizado.

Carácter desarrollador: Debe asegurar las condiciones necesarias para propiciar el desarrollo de la diversidad, al ofrecer los niveles de ayudas necesarios y oportunos dentro del proceso de comunicación organizacional.

Carácter formativo: Que involucre, en su concepción esencial, el desarrollo de conocimientos, hábitos y habilidades, normas de relaciones, valores y rasgos de la actividad creadora, expresados didáctica y metodológicamente en una unidad indisoluble.

Carácter sistemático: Ejecutable y cumplible en un proceso continuo que se desarrolla en etapas con plazos de tiempos comprensibles que aseguran el desarrollo y el alcance consciente de ulteriores resultados y concepciones estratégicas.

Carácter sistémico: Que permita la combinación ordenada, coherente de todos los componentes que se direccionan en el proceso de comunicación organizacional.

1.3 La comunicación como concepto sociocultural

“El acto o proceso de transmisión que, generalmente, se llama comunicación, consiste en la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etc., mediante el empleo de signos y palabras.” (Berelson y Steiner, 1964).

Anteriormente, solía utilizarse el esquema rígido de EMISOR-MENSAJE-RECEPTOR donde el emisor ejercía una imposición o influencia impositiva, hacia el receptor, lo que no se encuentra comprendido dentro de los principales objetivos que persigue la comunicación.

Antonio Pasquali (1978) afirma que *“la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial*

ingrediente estructural, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social". Para Pasquali el término comunicación debe reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia. Luego de un gran esfuerzo de abstracción definitoria concluye considerando a la comunicación como: *"La relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre"*.

Los seres humanos rechazan la idea de seguir siendo receptores pasivos, sienten la necesidad y exigen el derecho de participar, de ser actores y protagonistas, pues es necesario saber escuchar, pero también ser escuchados.

Diversos autores definen la comunicación como: *"el acto de transmitir una información"*, es importante discernir entre comunicación e información. Ricardo Noceda presenta las principales diferencias entre éstas:

- Comunicación es el proceso por el cual un individuo entra en cooperación mental e intercambio con otro hasta que ambos alcancen una conciencia común.
- La información por el contrario es la transmisión unilateral del mensaje de un emisor a un receptor, es decir, de una persona que ofrece la información a una que la recibe.

La información ha sido agotada, divorciada y hasta confundida con el término comunicación, utilizándose con elevada frecuencia en las diferentes entidades e instituciones culturales.

Con ayuda de la comunicación tiene lugar la organización de la interacción adecuada de las personas en el transcurso de la actividad conjunta, de la transmisión de experiencia, de los hábitos de vida, la aparición y satisfacción de necesidades espirituales.

Se trata entonces de reelaborar el concepto donde se determine verdaderamente cuándo nos encontramos en presencia de una comunicación eficaz y eficiente. Ello sucede siempre que exista una fuente emisora que influya al receptor, mediante la transmisión de señales, con un intercambio de ideas, sentimientos, conocimientos, etc. y donde prevalezca la interacción, reciprocidad o retroalimentación entre el receptor y el emisor.

Sigue habiendo un emisor, amo de la comunicación, que envía un mensaje a un receptor, el cual, continúa reducido a un papel secundario, pero ahora aparece una respuesta o reacción del receptor, denominada retroalimentación o, en inglés, feedback, la cual es recogida por el emisor. (Kaplún, 2002)

El modelo se percibe, un tanto más equitativo y participativo, ya que, se le otorga al receptor la posibilidad de reaccionar ante el mensaje recibido y tener así alguna influencia, o peso en la comunicación dentro de la gestión institucional.

1.4 El proceso de comunicación organizacional en los medios de comunicación como expresión de la cultura organizacional

Las organizaciones producto del desarrollo actual, constituyen una forma básica de agrupación social, estas establecen una forma racional de coordinación de un conjunto de personas que intentan alcanzar objetivos comunes, los que se explicitan en la visión, objetivos de la organización en cuestión. La comunicación en la organización facilita el logro de la unidad de la misma y la coordinación de los esfuerzos para la actividad de los integrantes.

La comunicación es el fluido vital de una organización. Es un elemento indispensable para el funcionamiento de la misma. Si de alguna forma se pudieran eliminar los flujos de comunicación de una organización, por supuesto no tendríamos la misma. La comunicación penetra a todas las actividades de una institución, representa una importante herramienta de trabajo, con la cual los individuos entienden su papel en la misma, e integra las subunidades organizacionales. La comunicación proporciona un

medio para tomar y ejecutar decisiones, para obtener retroacción y para corregir los objetivos organizacionales y los procedimientos según la situación lo demande.

Chester I. Bernard reconoció que *“en toda teoría exhaustiva de la organización, la comunicación debería ocupar un lugar central”*.

Según Gary Kreps (1995), la comunicación organizacional *“es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella”*. Para autores como Carlos Ramón Padilla la comunicación organizacional es: *“la esencia, el corazón mismo, el alma y la fuerza dominante dentro de una organización”*.

Algunos autores vinculan la comunicación organizacional con el área del intercambio de información y de la cultura de esta organización. Para ellos la comunicación organizacional es: *“el hecho de enviar y recibir información dentro del marco de una compleja organización”* (Redding y Sanborn, citados en Goldhaber, 2000), o *“es el intercambio de información y la transmisión de mensajes con sentido”* (Katz y Kahn, 1966, citados en Trelles, 2005). O partiendo de un concepto más amplio, se habla de todo proceso comunicativo de la organización, tanto interno como externo, formal o informal. (Golhaber, 1994).

Si se incorpora el enfoque desde la dirección empresarial, hay quienes ubican a la comunicación organizacional en la esfera de la gestión o management, y la definen como vector de competitividad de empresas e instituciones, en algunos casos con énfasis en la planificación al estilo de la mercadotecnia (Noguero, 2000).

La comunicación organizacional dentro de la gestión se entiende también como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos. Estas técnicas y actividades deben partir idealmente de la investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas,

necesidades y áreas de oportunidad en materia de comunicación, (Fernández, 1997).

Es mediante la comunicación que se conforman los procesos colectivos de construcción de significados, de orientación hacia la razón de ser una organización, y de búsqueda de sentido de ésta, mediante la interpretación de símbolos que se construyen en la comunicación con otros miembros.

La importancia de la comunicación organizacional desde la perspectiva de estudio radica en que ésta se encuentra presente en toda actividad institucional y por ser además el proceso que involucra permanentemente a todos los actores. Para los dirigentes es fundamental una comunicación eficaz porque las funciones de planificación, organización y control cobran cuerpo mediante la comunicación organizacional.

Resulta evidente que la comunicación es un elemento esencial para la vida de las organizaciones. Como dice Andrade (1991:30) *"...si la comunicación es consustancial a cualquier forma de relación humana, también será consustancial a la organización. No es posible imaginar una organización sin comunicación"*. Los procesos organizativos requieren, siempre, de procesos comunicativos paralelos. Por eso puede afirmarse que todos los miembros de una organización tienen responsabilidades de comunicación.

Que la comunicación resulte adecuada para el logro de los objetivos de una organización determinada es, entonces, una responsabilidad compartida por todos sus integrantes; o, visto desde otra perspectiva, *"dado que los problemas de comunicación pueden ser creados por casi cualquiera de los miembros de la organización, todos deben participar de la responsabilidad de evitar o limitar ese tipo de problemas"* (Farace et al., 1977, p.248).

Flujo de comunicación en las organizaciones

Es importante conocer el marco en el que se produce la comunicación en una organización. El diseño de toda organización debe permitir la comunicación en las siguientes direcciones (Katz y Kahn, 1990, citados en Trelles, 2005).

□ Comunicación Descendente:

Es la comunicación que fluye desde los niveles más altos de una organización hasta los más bajos. Estas comunicaciones que van del superior al subordinado son básicamente de cinco tipos: instrucciones de trabajo, explicación razonada del trabajo, información sobre procedimientos y prácticas organizacionales, retroalimentación al subordinado respecto a la ejecución, información de carácter ideológico para iniciar la noción de una misión por cumplir.

□ Comunicación Ascendente:

Fluye desde los niveles más bajos de la organización hasta los más altos. Incluye buzones de sugerencias, reuniones de grupo y procedimientos de presentación de quejas.

□ Comunicación Horizontal

Es la comunicación que fluye entre funciones, necesaria para coordinar e integrar los distintos trabajos en una organización.

□ Comunicación Diagonal

Es la que cruza distintas funciones y niveles de una organización y es importante cuando los miembros de la misma no pueden comunicarse por medio de los demás canales de comunicación.

El papel de la perspectiva sociocultural en la gestión institucional

En la época actual es imprescindible conocer que en la cultura organizacional es cada vez más determinante la visión compleja de lo sociocultural, este se ubica en el centro de todo el sistema institucional cubano y forma parte de los lineamientos del Partido Comunista de Cuba, así la perspectiva sociocultural se convierte en una

herramienta de gran poder al incidir en los estudios sobre calidad en las instituciones culturales y de comunicación.

La realidad de la cultura organizacional en el mundo actual cambia permanentemente, exige eficientes diseños orientados a lograr la plena satisfacción de los públicos como elemento clave para el sostenimiento y mejoramiento de la competitividad y su permanencia en el espacio, desde la proyección estratégica dirigida a satisfacer plenamente sus requerimientos desde los estudios de las prácticas culturales de esa propia organización evidenciada en un proceso de gestión donde lo sociocultural es indispensable.

Entre las razones que justifican el empleo de la perspectiva que ofrece a las organizaciones para pensar en términos más ajustados a la realidad de su dinámica operativa, social y cultural se hallan:

- La fundamentación y enfoque metodológico que les permite lograr una gestión integral.
- El renovado criterio con que se orientan los procesos y la solución de sus problemas.
- La posibilidad de la comprensión de códigos culturales de interacción que facilitan la actividad en las mismas.
- El conocimiento de herramientas imprescindibles en la comprensión de los fenómenos internos y externos de la cultura organizacional.

Actualmente, las organizaciones, independientemente de su tamaño, y del sector de actividad, se enfrentan a estrategias de competitividad y la eficiencia de sus actividades y prácticas socioculturales. La gestión institucional desde la perspectiva sociocultural percibe la organización como un sistema interrelacionado de procesos que contribuyen conjuntamente a incrementar la satisfacción de los públicos; es una visión alternativa funcional generadora de valor para estos. La Perspectiva sociocultural permite determinar qué procesos necesitan ser mejorados o rediseñados, establece prioridades y provee de un contexto para iniciar y mantener planes de mejora que permitan alcanzar objetivos establecidos. Hace posible la

comprensión del modo en que están configurados los procesos de sus fortalezas y debilidades.

Otro aspecto a tener en cuenta es lo planteado en las Normas Metodológicas de diferentes tipos para la gestión y para la comunicación tanto nacionales como internacionales, en las cuales se plantea la necesidad de que las organizaciones enfoquen su sistema a la gestión de procesos para lograr de esta manera la mejora de los mismos y un enfoque hacia sus públicos empleando la cultura propia de ella, pues ellos como agentes socioculturales juegan un papel significativo para definir los requisitos de interrelación, de ahí la necesidad de la evaluación de la información relativa a la percepción, pertinencia de los públicos internos y externos y sus comunicaciones.

Desde la perspectiva sociocultural, entonces, es necesario tener en cuenta e identificado cada proceso, detectar oportunidades de mejora en cada uno de ellos, teniendo como centro de análisis lo que desean los públicos tanto internos como externos, dicho de otra forma, la gestión de procesos es la clave para el éxito de la gestión de la calidad como expresión sociocultural.

Esta perspectiva favorece además la visión holística integradora del paradigma sociocultural provee de herramientas teóricas y metodológicas la estrategia de comunicación que es por esencia interinstitucional y permite explicar y proyectar los procesos principales de interacción a partir de las prácticas que representan las acciones principales.

Por tanto, desde esta perspectiva, es imprescindible conocer que el campo sociocultural es significativo para la elaboración de estrategias de comunicación como requisito indispensable (junto a la planeación estratégica y la Dirección por Objetivos) para la gestión institucional y desde esta perspectiva es imprescindible trabajar los siguientes aspectos:

- Diagnóstico de comunicación.
- Posibilidades y limitaciones (a partir de la matriz DAFO)

- Elaboración del banco de problemas (solo aquellos que sean claves y/o solubles de acuerdo con la proyección y objetivos estratégicos de la gestión.
- Implementación (objetivos, acciones, responsables y criterios de evaluación) aprobado por todos los miembros.

Necesidad y surgimiento de los Telecentros en Cuba. Análisis desde la perspectiva sociocultural

Para asumir esta problemática tenemos que partir de las características de la denominada televisión local. Si bien el surgimiento y desarrollo de televisoras en espacios geográficos más estrechos ha ido incrementándose en las últimas dos décadas, los estudios sobre sus características e incluso tipologías han sido, como en otros campos de la comunicación, muy diversos. Para definir las características de estas emisoras tomaremos en cuenta la perspectiva latinoamericana y la europea como referencia a nuestra categoría analítica. Lo que en América Latina conocemos como “televisoras locales” tiene particularidades distintas con respecto a las llamadas “televisoras regionales” en Europa, aunque ambas sean manifestación de la tendencia de la producción televisiva desde las comunidades, localidades, municipios, urbes o regiones.

En el caso de las televisoras locales de América Latina, Mario Gutiérrez en su artículo “La Democracia en la Media” advierte que se involucran nuevas prácticas de producción televisiva, al asumir un régimen de propiedad que puede ser indistintamente comercial, municipal o comunitario, pero que tienen en común el hecho de ser emisoras independientes del Estado o de entidades públicas. Esto genera a su vez diversas formas de administración y diferentes condiciones de costos. La aparente única condición que tienen en común, según el autor, es que trabajan desde una localidad específica, en un territorio delimitado. En este sentido, la insuficiencia del factor geográfico para definir la comunicación local es un elemento que abordaremos más adelante.

Coincidiendo con varios estudiosos, el profesor Alfonso Gumuncio-Dagron en el citado artículo “La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: pálpito” indica que la

televisión comprende cinco condiciones indispensables para su integración en el marco comunitario:

1. Participación comunitaria

Ninguna televisión comunitaria puede ser impuesta sobre la comunidad, sino que es el resultado de una necesidad sentida. En ellas la participación del ciudadano puede realizarse de tres maneras:

- Como sujeto decisorio de la programación-representación, es decir, es participe en todo el proceso de gestión, a través del cual se apropian del instrumento de comunicación para garantizar la sostenibilidad y permanencia en el tiempo.
- Como productor de la narración-expresión, uno de los aspectos que la distingue de la televisión comercial global, es la capacidad de integrar a la comunidad, a modo de portavoz de su expresión cultural y política.
- Como principal asunto de la significación-sentido, generan *“una cultura del protagonismo social para el desarrollo y para la superación de la pobreza, en lugar de una televisión al servicio del protagonismo de los líderes políticos y sociales”* (Fuenzalida, 2001).

2. Contenidos locales

La diferencia más visible entre la televisión comercial y la televisión comunitaria, son los contenidos locales. Aunque no se trata de despojar a la televisión local de contenidos nacionales o internacionales, si una televisión comunitaria llena sus horas de programación con películas o música ajena o deportes internacionales, no cumple una función educativa y formativa en la comunidad.

3. Tecnología apropiada

Muchos proyectos fracasan porque se subdimensionan o se sobredimensionan los aspectos tecnológicos. Una subdimensión consistiría en pretender que una nueva

televisión comunitaria funcione con un equipamiento mínimo, insuficiente y frágil. La sobredimensión, en cambio, consiste en la adquisición de equipos muy sofisticados, que no pueden ser reparados localmente, que dependen de piezas de recambio que solamente se pueden conseguir fuera del país, y que requieren de un personal altamente especializado, en el que hay que invertir mucho tiempo de capacitación.

4. Pertinencia cultural

El gran reto de la televisión comunitaria es desarrollar una propuesta estético-televisiva y cultural que se convierta en uno de los sustentos principales de su legitimidad en el seno de la comunidad, que satisfaga los deseos y expectativas de una audiencia crítica y comprometida con su medio de comunicación.

En Cuba este fenómeno se produce después del triunfo revolucionario de 1959, la estrategia informativa del país fue evolucionando a partir de los intereses políticos, sociales e ideológicos y en función de la disponibilidad tecnológica de la nación. Uno de los primeros pasos supuso la ampliación de los servicios informativos a todo el país. Aunque hubo algunos intentos de crear televisoras provinciales por ejemplo en 1966, no es sino hasta 1968 que se institucionaliza el primer canal fuera de la capital. A partir de esta fecha podemos reconocer tres etapas de fundación de la televisión territorial en Cuba, marcadas por condiciones políticas, sociales, económicas, ideológicas y tecnológicas.

Primeramente, desde la creación de Tele Rebelde en la antigua provincia de Oriente hasta su transformación, a inicios de la década del 80, en canal nacional con el tributo de un sistema de corresponsalías. Luego, la focalización de centros regionales de información en Occidente, Centro y Oriente independizados en telecentros con cobertura informativa regional, desde 1984 hasta 1990. Finalmente, la progresiva extensión de la red nacional de telecentros a las 14 provincias y el municipio especial, culminando en el año 2000 con TV Avileña en Ciego de Ávila.

El 24 de julio de 1968, sale al aire por primera vez Tele Rebelde, en la antigua provincia de Oriente. Se trataba de un canal de televisión, de carácter regional diríamos hoy, porque su área de cobertura incluía las zonas aledañas a Santiago de

Cuba, Granma, Guantánamo, Las Tunas y Holguín. La programación (de 5 horas y media de duración todos los días y 10 horas los domingos) incluía dos noticieros, el primero de 15 minutos a las 7pm y el otro de 12 minutos a las 10:39 pm.

Un año más tarde, se crea una corresponsalía en Holguín, que se encargaba de cubrir las noticias y producir pequeños programas que se transmitían a través de la señal de Tele Rebelde. No es sino hasta el 5 de diciembre de 1976 (después de la nueva división político-administrativa), cuando son lanzadas al aire las primeras señales de televisión producidas en Holguín y con ellas surge Tele Cristal.

En 1981, Tele Rebelde se convierte en un canal nacional, con tres estudios: en la Habana, Santiago de Cuba y Holguín. Según refieren los fundadores, se trataba de una etapa especial, como no existía una matriz central, desde los tres estudios se producían y transmitían las informaciones. Por ejemplo, un programa como *Arte Folklore*, una semana lo hacía Holguín, otra Santiago de Cuba y otra La Habana. No obstante, en Santiago de Cuba pasó a llamársele Tele Turquino al reestructurado telecentro.

A partir del 25 de marzo de 1982 el Noticiero Nacional de Televisión habilita un pequeño espacio para que las principales informaciones del territorio fueran incluidas en su programación desde la misma provincia de Holguín. Podía entonces hablarse de los primeros pasos de una producción territorial que se inserta en el sistema televisivo nacional: los telecentros.

Sin embargo, en 1983 el Canal 2 se transforma en Tele Rebelde con una programación informativa-deportiva (Del Barrio, p.5) y se orienta la creación de las corresponsalías en todas las provincias, siendo la primera el municipio especial Isla de la Juventud, en diciembre de ese año. Además se crean nuevos espacios informativos, entre los que se destaca la *Revista de la Mañana*.

La dirección de Tele Rebelde y la jefatura del nuevo departamento que atendería el servicio de los corresponsales, realizó un amplio recorrido por diferentes zonas del país, donde se realizaron reuniones con el Partido, el Poder Popular y la Dirección de Radio, para organizar este nuevo trabajo. En ellas se analizó la selección del

personal y se propuso un curso de camarógrafos de video-tape, luminotécnicos y técnicos de video, así como la preparación de periodistas para la televisión que procedían de otros medios con sus respectivas características.

A Ciudad de la Habana, La Habana, Pinar del Río, Villa Clara y Camagüey le fueron entregados los equipos, básicamente cámaras y grabadoras, el primer trimestre del año siguiente, y posteriormente al resto de las corresponsalías.

La producción provincial de informaciones fue aumentando progresivamente y el sistema para procesar los trabajos y transportarlos desde las provincias hasta la capital fue haciéndose cada vez más precario. Es por ello que las unidades que existían en Pinar del Río, Villa Clara y Camagüey se transforman en Centros de Información Regional, encargados de recibir lo que hacían las corresponsalías. El proceso de producción estaba marcado por las dificultades tecnológicas: en el caso de Santiago de Cuba, allí se editaban sus propios trabajos, los de Guantánamo y los de Granma; en Holguín editaba además Las Tunas; en Camagüey se trabajaban las informaciones de Ciego de Ávila y en Villa Clara lo hacían Sancti Spíritus y Cienfuegos.

Lo que hemos podido sistematizar como una segunda etapa fundacional de los telecentros en Cuba comienza a partir de 1984 cuando estos centros regionales de información se convierten en unidades presupuestadas estatalmente. Además de enviar las informaciones de las corresponsalías para la Habana, empezaron a hacer programas para sus territorios y a transmitir dos horas diarias entre las 4 y las 6 de la tarde.

Surgen entonces Tele Cubanacán (1984), TV Camagüey y Tele Pinar (1985), Sol Visión de Guantánamo (1986) e Isla Visión de la Isla de la Juventud (1987).

Una tercera etapa de fundación se inicia en 1990 con CHTV como telecentro de la capital (hoy Canal Habana) y progresivamente se fueron creando en cada provincia: CNC Granma (1995), TV Yumurí en Matanzas y Las Tunas (1999), hasta culminar en el 2000 con Perlavisión en Cienfuegos y TV Avileña en Ciego de Ávila.

Objeto social, política de programación y objetivos generales. Las revistas como género televisivo

De momento, la linealidad de las revistas como género en televisión permiten apreciar la información ofrecida como un conjunto de intervenciones sucesivas en el tiempo; en el caso de la televisión se acude a metáforas unidimensionales, como ocurre con la del tren, una serie de vagones de diferente longitud conformarían los temas a tratar, mientras que el presentador o presentadora actuaría de nexo entre los vagones; encabezando la revista informativa, la locomotora de la carátula de presentación, la información destacada o el sumario; en medio los vagones organizados en secciones; al final, el furgón de cola de la despedida y los créditos de cierre.

La estructura de estos espacios característicos de la información audiovisual va volviéndose más compleja a medida que profundizamos en su análisis, pero la metáfora es útil para una primera aproximación; el tren informativo no es infinito ni indeterminado en su contenido ni en su duración, tiene un antes y un después y se inserta en una programación más amplia, en la que cumple una serie de funciones explícitas y otras menos evidentes. En cada una de las piezas se repiten pautas lineales comunes, en particular, si estas piezas tienen cierta duración encontramos *“una entrada o presentación, el cuerpo o desarrollo y el cierre o desenlace”* (Marrero, 2008), estructura que se resiente ahora ante la eclosión de la hipertextualidad. Los hechos pueden modificar las estructuras descritas, así como evaluar su variación en los próximos años mediante estudios diacrónicos, de éste y de otros indicadores, que muestren cómo se conforma el discurso audiovisual informativo en un entorno cambiante.

Las revistas, como género, es uno de los más antiguos de la televisión. Generalmente, su concepción es temática aunque muchas veces tienen un diapasón muy amplio y son variadas en general, informativas o culturales en particular. Tienen uno o varios presentadores, debe lograr fluidez y naturalidad lo que le ofrece credibilidad.

La revista informativa variada tiene una estructura dramática de bloques bien pensados que permiten un margen de improvisación y creatividad, no obstante, deben tener un diseño predeterminado para lograr que la “curva de interés” sea eficaz y atrape al televidente de principio a fin.

Las revistas tienen mayor tiempo de preparación con respecto a los otros programas, exigen un mayor trabajo de investigación y desarrollo de guionistas y presentadores.

Dentro de las características principales se encuentran:

- ❑ Enfoque dinámico.
- ❑ Profundidad estética.
- ❑ Niveles de autenticidad y originalidad de la información.
- ❑ La información de la revista cualquiera que sea debe lograr valdes ideológica, construcción de puntos de vista y progresión, donde la inducción y deducción juegan un papel preponderante.
- ❑ En la revista el presentador/a debe lograr una adecuada libertad de expresión y originalidad.
- ❑ Exige de un guión perfilado y analizado críticamente.
- ❑ La música no tiene un papel protagónico sino incidental, de apertura y cierre o como soporte dramático y de imágenes. Aunque puede utilizarse como complementaria e ilustrativa.
- ❑ Eficacia a la hora de alternar textos, voz e imágenes de apoyo las cuales deben tener adecuados niveles de actualización.
- ❑ La eficacia de lo visual se determina por la acción simbólica que ejerce la televisión, como cuestión clave se establece la identificación del público con los presentadores, dado el nivel de profesionalidad y credibilidad que lleguen a alcanzar.
- ❑ El conjunto de la revista debe expresar agilidad, interés, amenidad y entretenimiento, con eficacia en la utilización de los recursos expresivos inherentes al audiovisual.
- ❑ Utilizar el verbo en presente pues ofrece la sensación de inmediatez y no debe abusarse de adjetivos y metáforas.

Todas estas características se emplean en la elaboración de proyectos creativos audiovisuales, visto el proyecto creativo como un proceso sociocultural donde combinan la investigación con elementos artísticos, con inteligencia analítica y creatividad. Contiene los siguientes aspectos: **idea, objetivo, función, tiempo, destinatario** (público al que va dirigido), **contenido, fundamentación, forma de realización, secciones.** (Ver Anexo 7)

Se materializa en el proyecto que presentan para su aprobación en una ficha técnica que posee los siguientes indicadores: título del programa, dirección, guión, tiempo de transmisión, función, origen, destinatario, objetivos, realización, contenido, forma, segmentos habituales y de la reserva, frecuencia, y características formales.

Capítulo II. Fundamentación metodológica

Título:

Propuesta de estrategia de gestión institucional comunicativa para la Revista “Tardes de Jagua” del Telecentro Perlavisión en Cienfuegos

Problema científico:

¿Cómo contribuir a los procesos de comunicación en la revista informativa variada “Tardes de Jagua” desde la gestión eficiente de la política de programación del Telecentro Perlavisión en Cienfuegos?

Objetivo General:

Elaborar una estrategia de comunicación, desde la perspectiva sociocultural, para la revista informativa variada “Tardes de Jagua” que permita una gestión institucional eficiente en la política de programación del Telecentro Perlavisión en Cienfuegos.

Objetivos específicos:

- Caracterizar el Telecentro Perlavisión, como institución que gestiona la política de programación institucional de la revista como género televisivo.
- Diagnosticar la política de programación de la Revista “Tardes de Jagua” como género y como fundamento para la estrategia de comunicación.
- Analizar el nivel de implementación de la política de programación en función de las necesidades del territorio, dirigidas a las demandas y expectativas de los diferentes públicos en el proceso de comunicación.

Justificación del problema

Para el desarrollo de este trabajo es necesario tener en cuenta que: constituye la primera aproximación de los estudios de las estrategias de un tipo de programa de televisión, desde la perspectiva sociocultural a partir del sistema de interacción que en él se produce de acuerdo con las temáticas, formas de abordajes, contenidos, tipos de

técnicas empleadas en las revistas y el sistema de criterios existentes en los estudios de públicos realizados por el Telecentro Perlavisión sin caer en los referentes.

Para determinar el problema de investigación se desarrolló el estudio de los documentos estratégicos como punto de partida (la planeación estratégica de la organización y el Sistema de Gestión de la Calidad, SGC), además documentos normativos sobre medios de comunicación y específicamente la revista como género televisivo; fueron valorados los estudios realizados en el telecentro para la programación y los debates críticos al respecto, las evaluaciones efectuadas por la comisión asesora, el sistema de opiniones espontáneas al respecto, así como, los guiones y las autoevaluaciones efectuadas a los propios programas y entrevistas a asesores, directores artísticos, productores y personalidades invitadas a los programas, además las Cartas Culturales de Iberoamérica en función del conocimiento de las principales líneas y tendencias de estudios de las estrategias de programas culturales, como forma de la comunicación sociocultural; por último se consultó el sistema de conferencias sobre perspectiva sociocultural del proyecto Luna y Gestcon donde cita el Máster David Soler que existen en la perspectiva sociocultural varios enfoques y estudios:

“...los cuales tiene en la práctica y en la complejidad de la interacción sociocultural una especial distinción, desentrañarla en sus componentes principales, distinciones y sistema de relaciones desde la praxis humana, la influencias en la formación de normas, conductas, imaginarios, mitos familiares y grupales, garantizan una reproducción de prácticas socioculturales que distinguen a las comunidades, en actividades sociales, culturales a partir de un proceso de contextualización sistemática y en un también complejo proceso de comunicación que influyen en el comportamiento de los mismos en la vida sociocultural”.
(Soler, 2005, p.15)

En el diagnóstico efectuado encontramos que son cuantitativamente insuficientes las investigaciones sobre el tema y éste ha estado vinculado, en lo esencial, a la actividad del Telecentro Perlavisión, pero nunca a las estrategias de desarrollo de la revista como género, esto evidencia la importancia y el valor del tema objeto de estudio, pues con él se inicia, desde la perspectiva sociocultural, este tipo de investigación. En las entrevistas, documentos valorados y en especial en las evaluaciones estudiadas y en los análisis de los especialistas, se considera de gran importancia el tema, pues constituye una manifestación social, cultural y de comunicación en un proceso complejo

que desborda sus propios límites, que se extiende a partir de una intensa interacción cultural y social con grandes cantidades de público en un proyecto televisivo de tradición e iniciático de la televisión en Cienfuegos, lo cual le ofrece, a la programación, un valor científico.

De igual manera, se aprecia coincidencia en la necesidad de la búsqueda de una metodología para el análisis de los programas de televisión y proponer estrategias de trabajo que los perfeccione. Por la importancia que requiere para dicho trabajo fue analizada la bibliografía y el sistema de documentación del Telecentro Perlavisión, las normas, procedimientos y resoluciones que organizaron el trabajo de programación televisiva, así como los guiones y el estudio de las evaluaciones de los programas, los trabajos sobre la perspectiva sociocultural y las investigaciones realizadas en la carrera con estos fines.

El problema se presenta novedoso a partir de los siguientes presupuestos:

- Son insuficientes las investigaciones sobre programación y estrategias de comunicación en programas de televisión, específicamente, en el género de revistas, desde la perspectiva sociocultural.
- La revista, como género televisivo, constituye práctica y gestión sociocultural dentro de los procesos de comunicación, por lo que necesitan de una profundización científica en sus significados como manifestación de los procesos de comunicación que se producen en el territorio desde el Telecentro de Perlavisión.
- Los pocos procesos investigativos desarrollados hasta la fecha tienen un valor descriptivo, con carácter exploratorio que discernió elementos de carácter histórico organizacional, estrategias de preferencias públicas de programas y temas televisivos. La novedad se presenta, de igual manera, si tenemos en cuenta que en la actualidad del Telecentro Perlavisión coloca dentro de sus políticas de comunicación los estudios científicos de su programación y la búsqueda de estrategias al respecto con un nivel de sistematicidad y rigor científico.

- Se explica desde un proceso de diagnóstico y estrategia y desde una perspectiva sociocultural el estudio de un programa televisivo con formato de revista informativa variada.

Esta investigación dentro del paradigma cualitativo para el estudio de la revista, como género televisivo, es distintiva de la comunicación cultural, social, ideológica y dentro de las políticas de comunicación, como práctica sociocultural, en la relación individuo-individuo, individuo-grupo-comunidad y sociedad en el alcance territorial determinado por la cobertura:

- Se expresa en un sistema de relaciones a partir de la comunicación, de acuerdo con un proceso de interacción arraigada en los niveles individuales y grupales de la comunidad cienfueguera, en correspondencia con los entornos y contextos socioculturales, económicos, políticos e ideológicos, que influyen en la visión y la perspectiva social de la provincia de Cienfuegos y de su cultura como proceso distintivo.
- La investigación se sustentará, dada las experiencias, de las investigaciones del Proyecto Luna en una perspectiva metodológica que favorece la triangulación de datos, personas, teorías, investigadores e instituciones, para conocer las características de la revista, con género televisivo, su forma de diseño, temáticas, evaluaciones, historia de la organización y de las propias revistas, datos de comunicación, la contrastación de datos e información iconográfica y de los guiones de los programas y las formas de percepción científica del fenómeno estratégico principalmente.

Tipo de estudio: Exploratorio: se asume este tema, pues ha sido poco abordado con anterioridad, permitirá aumentar el grado de familiaridad con las estrategias de la revista, como género, la posibilidad de desarrollar una investigación más completa en un contexto particular y real, así como identificar estrategias de acción que permitan profundizar en el análisis y conocimientos de fenómenos y sugiere afirmaciones y postulados que deben cumplirse sobre todo si se desarrolla a partir de estrategias. Se asumen los estudios exploratorios porque ellos identifican relaciones, permiten

explicar las formas en que interactúan las variables y son flexibles en su metodología, lo que facilita nuestros procesos sistemáticos de interpretación.

Universo: Programación del Telecentro Perlavisión de la provincia de Cienfuegos.

Muestra: Se desarrollará en la revista informativa variada “Tardes de Jagua” y en especial se escogerá por: el tiempo que lleva en el aire, su capacidad de comunicación provincial, capacidad para estudiar su documentación dado la cuantificación de su archivo y en el análisis de ella, la importancia que tiene para la población de Cienfuegos, la necesidad de una reorganización de la revista, por ello será intencional, por tanto el programa genera capacidad, posibilidad, probabilidad de compartir y contrastar información y datos, evaluar las principales tendencias teóricas desarrolladas en el contexto cienfueguero.

Objeto de investigación:

Procesos de comunicación, gestión institucional y programación del Telecentro Perlavisión.

Campo de acción:

Estrategia de comunicación sociocultural para la revista, como género, del Telecentro Perlavisión en Cienfuegos.

Idea a defender:

La elaboración de una propuesta de estrategia de comunicación para la revista informativa variada “Tardes de Jagua”, desde la perspectiva sociocultural, garantizará una gestión institucional eficiente de la política de programación del Telecentro Perlavisión en Cienfuegos.

Justificación metodológica

Consideraciones de índole metodológica

Para la justificación metodológica se estudiaron el conjunto de investigaciones que, sobre perspectivas socioculturales, adviene a los procesos de comunicación y gestión sociocultural como las desarrolladas en las políticas culturales del Centro Provincial del Libro y la Literatura, Centro Provincial de Patrimonio Cultural, así como las tesis sobre estrategias de comunicación desde la perspectiva sociocultural de ETECSA y la ACAA, todas pertenecientes a una de las líneas de estudio del Proyecto Luna. Debido a la eficacia metodológica de estos principios y la facilidad para explicar la complejidad en que se presentan los análisis, se asumen los presupuestos metodológicos que se desarrollan en la actualidad y se emplean en los estudios latinoamericanos y de la cultura, fundamentalmente los vinculados a la gestión sociocultural, por su esencial importancia para la investigación como parte de las ciencias sociales entre los que se pueden mencionar:

1. *Lo real social concreto.*
2. *La representación plena.*
3. *Las determinaciones abstractas.*
4. *La primera totalidad conceptual construida.*
5. *Las categorías explicativas*
6. *La totalidad concreta histórica-social explicada.*
7. *La realidad social:* (Kohan, 2003, p.55)

Por eso, se ha de tener en cuenta que, para desarrollar un adecuado y eficaz estudio, a partir de la perspectiva sociocultural, sobre todo por su valor marxista para el conocimiento de los fenómenos culturales, se debe avanzar en los siguientes criterios metodológicos (Alonso, 2004, p.55) utilizados en las investigaciones científicas relacionadas con las evaluaciones por especialistas, técnicos e intelectuales vinculadas con estos tipos de estudios culturales y comunicacionales.

Estos aspectos permiten el *enfoque dialéctico* que pone énfasis en la noción de interacción en dos sentidos: en sentido amplio es una confrontación dinámica entre investigación y acción o, si queremos, entre el punto de vista ontológico (objeto) y el punto de vista epistemológico (conocimiento); y en el sentido filosófico, basada en la dialéctica marxista. (Soler, 2009)

Atendiendo a los criterios anteriores y al objeto de estudio así como los enunciados por el Proyecto Luna (Alonso, 2004, p.53-58 y Kohan, 2003, p.108-110) presente en el quehacer investigativo comunitario y en los procesos de selección de identidades, se hace necesario definir los pasos enunciados anteriormente.

Énfasis relacional: este consiste en precisar si se pone de manifiesto el carácter relacional del hecho sociocultural, es decir si en las investigaciones revisadas se incluye un tratamiento elaborado de la otredad.

Contextualidad múltiple: esta indica un nivel o más de resolución para el hecho sociocultural el macro, meso y microsocioal.

Operacionalidad: este criterio indica la existencia o no de una potencialidad de traducción empíricas de las conceptualizaciones elaboradas sobre el hecho sociocultural.

Función epistemológica: está dirigida a determinar si existe o no la intención de producir conceptos generales para la investigación de hechos socioculturales.

Dimensión estratégica: está constituida como un sistema de planificación proyectiva (a mediano y largo plazo) que propone procesos de cambio y retroalimentación, mediante un sistema de acciones dirigidas a establecer e impulsar la relación activa entre la población y la cultura, para alcanzar niveles superiores de ambas. Orienta hacia donde nos dirigiremos, debe contemplar el modo, las formas, experiencias, vías y la tradición en la búsqueda de nuestra singularidad y la tendencia que representamos.

Se utilizaron estas dimensiones para:

- Definir el nivel científico,
- Determinar la perspectiva metodológica,
- Establecer el marco conceptual,

- Determinar y responder las interrogantes que promueve el paradigma cualitativo,
- Interpretación de cada uno de estos criterios y permite tener mayor profundidad en el análisis tipológico.

Según el objeto de estudio se asume una epistemología cualitativa donde predomina este tipo de paradigma y de ellos el método fenomenológico por su valor instrumental y que facilita la interpretación de los complejos procesos socioculturales, facilita la versatilidad y flexibilidad metodológica, y permite en el desarrollo del trabajo, conocer y valorar las estrategias metodológicas que proyectarán y determinarán las técnicas e instrumentos de recogida de información y de datos. Al igual como sucede en los métodos son los tipos de interrogantes los que van determinando el tipo de técnica e instrumento de recogida de información a utilizar.

Se empleará el método fenomenológico pues constituye la experiencia vital del desarrollo, planificación y evaluación de las revistas como género en la televisión como medio de comunicación masiva, permite penetrar en el mundo, las visiones y procesos de un programa televisivo, sus consecuencias socioculturales, donde la experiencia no se encuentra conceptualizada aún, características propia de las investigaciones fenomenológicas.

Por otra parte, el método permite la sistematización del conocimiento en la práctica, las reinterpretaciones, la sistematicidad de las valoraciones de especialistas, asesores y directores para acercarnos a lo explícito, facilita la autocrítica e intersubjetivo y es una explicación del significado del ser humano, en este caso, de los actores antes mencionados, es el pensar de la experiencia.

El empleo del método en los programas televisivos, exige una selección de técnicas que respondan, en lo esencial, al problema como interrogación y cuestionamientos principales, entre ellas: la entrevista a profundidad, la encuesta, el análisis documental y la observación, que estará presente durante toda la investigación y en los diversos momentos de ésta.

Otros elementos por lo cual se escoge el método es por la posibilidad que brinda para conocer los puntos de vistas de otras personas describiendo, comprendiendo y comprobando e interpretando

"La experiencia fenomenológica parte del supuesto de que lo subjetivo no sólo puede ser fuente de conocimiento, sino incluso presupuesto metodológico y objeto de la misma ciencia. Es la propia experiencia, a través de la intuición eidética, la principal fuente de conocimiento que utiliza el investigador para tratar de acercarse al estudio, análisis y conocimiento de la realidad". (Quiñónez, 2007)

Por ello, lo social es un medio de sentido y de valoración, como interpretación de las intenciones desde los presupuestos del interaccionismo simbólico, en ella se trata de captar la complejidad de las prácticas discursivas en contextos comunicativos. La objetividad es el resultado de la comunicación y los procesos de intersubjetividad consciente de sí misma que ella produce y de ahí su necesaria estrategia de comunicación, donde se privilegia los procesos de las revistas televisivas como género, los códigos de interacción, los temas de debate y promoción mediante el cual se participa y comunica el mundo de las significaciones. (Soler, 2010, p.21)

Como sistema de comunicación y de interpretación requiere de una metodología particular de análisis social, por ello, se asume la metodología de las estrategias de comunicación del sistema empresarial cubano en las siguientes dimensiones principales:

1. El estudio de los fenómenos desde la perspectiva de los sujetos.
2. La importancia del análisis de la interpretación del mundo por los actores sociales para el cual se comunica.
3. La reconsideración de la experiencia subjetiva como base para el conocimiento social desde el proceso de comunicación.

Esto implica que el sujeto investigador tiene un papel activo en el proceso de conocimiento. La apertura a la subjetividad en la ciencia desemboca en una concepción compleja de la *realidad objetiva* donde el método es flexible y no absoluto como ya fue señalado. (Soler, 2010, p.10)

Así, la investigación, sobre comunicación, presupone una perspectiva interaccionista simbólica, todas las organizaciones, culturas y grupos están constituidos por actores envueltos en un proceso constante de comunicación e interpretación del mundo que les rodea. Aunque estas personas pueden actuar dentro del marco de una organización, cultura o grupo, son sus interpretaciones y definiciones de la situación lo que determina la acción y no normas, valores, roles o metas. Herbert Blumer (De Urrutia y González, 2003) resume, dos principios del enfoque interaccionista simbólico de la perspectiva sociocultural el cual ha de tenerse en cuenta, ellas son:

- Las personas actúan sobre la base del significado que atribuyen a los objetos y situaciones.
- El significado procede de la interacción con otros y este significado se transforma posteriormente a través de un proceso de interpretación durante la interacción social.

Así, desde esta perspectiva, la interacción para los estudios de comunicación presupone significados sociales que se expresan en las siguientes cuestiones:

- 1º. Las personas interactúan con otros sujetos y las cosas sobre la base de sus propios significantes.
- 2º. De modo que las personas no actúan espontáneamente a partir de prescripciones ajenas a sus motivaciones y por estímulos exteriores.
- 3º. El significado determina la acción (Quiñones, 2007, p.12), así, el investigador, desde la perspectiva sociocultural para el objeto de estudio de la comunicación, implica el empleo de los niveles de interpretación que abarque el análisis de los sistemas de relaciones, su coherencia epistemológica y metodológica lo cual facilita la sensibilidad para apreciar el hecho que da sentido “nunca puede darse por supuesto” y que está ligado esencialmente a un contexto. *“...La investigación sociocultural está radicalmente ligada al contexto, la cultura y el momento situacional en el que se producen los fenómenos, considerándose un proceso activo de aprehensión y*

transformación de la realidad desde el contacto directo con el campo objeto de estudio.” (Gil, 2006, p.9)

“...Aquí la práctica sociocultural es expresión evidente de preferencias, gustos, posibilidades económicas, intereses, necesidades, aspiraciones y normas de estos actores, constituyen su fundamento individual, y grupal, basado en el conocimiento, la comprensión de la realidad como praxis, que intenta unir la teoría a la práctica (conocimiento, acción, valores) y orientar el conocimiento a mejorar el entorno, así como, la calidad de vida del hombre”.
(Soler, 2003, p.10)

Para el estudio se siguió los intereses metodológicos del Proyecto Luna y de ellos los que trabaja las políticas culturales y, dentro de ella, los procesos de comunicación cultural a partir de sus aspiraciones y maneras de evaluación comunitarias, las visiones de las políticas regionales, las cuales están dirigidas a una mirada diferente para la valoración de las nuevas exigencias metodológicas, teóricas y políticas que establece la Convención de la UNESCO relacionada con las políticas Culturales, pero sustentada en una interpretación sociocultural que analiza, de manera integradora, los procesos de comunicación como un hecho sociocultural dinámico. De esta manera:

“...esta perspectiva permite mayores niveles de flexibilidad hacia la comprensión de los procesos subjetivos y reconocimiento de determinadas prácticas culturales y modos de comportamientos, arraigados en determinados grupos portadores de una identidad propia, a través de la cual se expresan e interactúan en el contexto donde se insertan, se transmiten y mantienen.” (Soler, 2005, p.1)

La investigación del hecho comunicacional, teniendo en cuenta esta perspectiva, permite mayores niveles de flexibilidad hacia la comprensión de los procesos subjetivos, reconocimiento de determinadas prácticas culturales y modos de comportamientos surgidos de la práctica y la gestión sociocultural.

2.1 Fundamentos Metodológicos para el análisis de los postulados científicos en los estudios de una estrategia de comunicación para las revistas, como género televisivo, del Telecentro Perlavisión en Cienfuegos.

2.1.1 La integración metodológica como estrategia de investigación.

La estrategia de integración constituye el fundamento metodológico, por poseer una acertada experiencia en el campo de la investigación y como estrategia del Proyecto Luna, así como, la manera de trabajo asumida en los programas culturales que facilitan los procesos de interacción institucional, social y cultural en la localidad, además la sistematización del trabajo de campo, la socialización de los resultados obtenidos como consecuencia de las investigaciones.

“...Su complejidad obliga a una reflexión metodológica donde predomina la visión cualitativa para lograr el análisis en una reflexividad fundamentalmente epistemológica que implica la reflexividad de las prácticas discursivas y del sujeto investigador, como parte del objeto observado, artífice del contexto de observación y sometido a la entrevista a profundidad.” (Soler, 2003, p.12)

Las técnicas e instrumentos aplicados captaron una doble relación sujeto- sujeto y sujeto-objeto, la cual permitió una noción clara y clave de reflexividad e interpretación, desde el polo cualitativo y la necesaria integración metodológica que exige el estado actual del debate en las ciencias sociales, en particular de la cultura popular y tradicional, dentro de ellas los estudios sobre políticas culturales en diferentes momentos del desarrollo cultural y sus implicaciones investigativas, por ello:

“...El reto es justamente contribuir a una síntesis en la práctica investigadora con los métodos de análisis cualitativos, proponiendo su intento de integración multidisciplinaria basado en el pluralismo metodológico. Metodología empleada en la actualidad en el campo de las políticas culturales” (Soler, 2006, p.35)

La presencia, en el estudio de enfoques antropológicos, históricos y sociológicos, de la cultura facilita presupuestos metodológicos según los cuales:

“La integración metodológica, según Coclk y Reichardt, (1996) puede mejorar el cumplimiento de objetivos múltiples tanto al nivel del proceso como de los resultados de la investigación. Además, a través de la convergencia metodológica se corrige el sesgo que existe de antemano en los datos, enriqueciendo mutuamente ambos tipos de métodos. Así, el paradigma cualitativo puede enriquecer su perspectiva hermenéutica con el método complementario del paradigma positivista. La integración cuanti-cuali resulta más que pertinente”. (Ochoa, 2005, p.13)

2.2 La triangulación como vía para el estudio

Asumir la triangulación metodológica, permite aspirar a combinar metodologías para el estudio del fenómeno en cuestión. De manera que se puedan contrastar datos y observaciones, obteniendo información aportada en el trabajo de campo y el análisis sistemático de la información.

Esta estrategia metodológica es definida por Denzin (1978) como: *“la combinación de metodologías para el estudio del mismo fenómeno... permite superar los sesgos propios de una determinada metodología”* (De Urrutia, 1989, p.15). Se parte del presupuesto básico de que: *“la debilidad de cada método simple se compensará con el contrapeso de la fuerza de otro”*. El uso de múltiples métodos implica una estrategia que eleva al investigador por encima de sus inclinaciones personalistas, le facilita la comprensión del discurso y la información que recibe.

La estrategia facilita el trabajo en diferentes campos científicos, la accesibilidad a los escenarios con un alto grado de participación, colaboración, cooperación, contrastación, con acercamientos provechosos que facilita el conocimiento de las relaciones y acontecimientos a estudiar.

La triangulación garantiza, por ello, un trabajo integrador de descripción gruesa a cinco niveles diferentes.

Triangulación de los datos. *Es preciso el control de las dimensiones, tiempo, espacio, niveles de comportamientos, reflexiones de los especialistas sobre el nivel analítico en los que se obtiene la información. Se emplea fundamentalmente*

para la caracterización de la institución, el diagnóstico y los análisis que al respecto desarrollan sobre las realidades de las revistas en los telecentros, así como para los datos que proceden en las observaciones y en la validación de las propuestas.

Triangulación del especialista. *El uso de diferentes analistas o codificadores como parte de un equipo multidisciplinario de científicos sociales enriquece la investigación y que han contribuido al desarrollo de un pensamiento al respecto. Se empleará para conocer las valoraciones que poseen al respecto, validar las informaciones y los análisis que se han realizado y las propuestas principales de desarrollo, evaluaciones esenciales, los conocimientos críticos y propuestas de actividades. Facilita la validez y confiabilidad de la información y permite asumir en Sendernerismo con facilidad.*

Así, la investigación se convierte en un proceso reflexivo orientado, no solo, hacia los métodos y técnicas, sino hacia la interpretación dentro de la propia comunidad de especialistas.

Se utiliza, esencialmente, una metodología utilitaria que recoge el conocimiento acumulado sobre: sus formas de expresión, comunicación, relaciones en sus diversas dimensiones y, sobre todo, la práctica sociocultural de las revistas, como género en la televisión, con ello, se logra obtener una mayor información y resultados superiores de comprensión científica que facilitan gestionar estrategias de comunicación.

Resultado de implementación

- Implementación de la estrategia de comunicación para las revistas, como género televisivo, en el Telecentro Perlavisión.

A continuación se exponen dos tablas: la primera relaciona Unidades de análisis, Variables, Dimensiones e Indicadores; la segunda se refiere a los métodos y las técnicas utilizadas.

Definición conceptual:

- ❑ Estrategia de comunicación.
- ❑ Comunicación en televisión: Revista género.
- ❑ Prácticas socioculturales.
- ❑ Interacción sociocultural.

Selección y operacionalización de las variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnicas a emplear
Estrategia de comunicación de la Revista "Tardes de Jagua" como género	Teórica	<ul style="list-style-type: none">• Fuentes teóricas empleadas	Análisis de documentos
	Metodológica	<ul style="list-style-type: none">• Utilización del paradigma sociocultural	Triangulación de datos, de metodologías
	Institucional	<ul style="list-style-type: none">• Nivel de relación con la política institucional.	Análisis de documentos (revisión de la planeación estratégica)
		<ul style="list-style-type: none">• Nivel de relación con objetivo, función, forma, contenido y realización de la revista	Análisis de documentos (revisión de ficha técnica y planes temáticos de la revista)

		<ul style="list-style-type: none"> • Efectividad de los canales de comunicación 	Observación, Entrevista de opiniones, Análisis de documentos
	Inter-institucional	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de implicación de las diferentes instituciones del territorio • Tipos y canales de comunicación establecidos. 	Análisis de documentos (planes de trabajo de las instituciones)
	Poblacional	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación de los públicos. • Adecuación de los objetivos en función de los públicos determinados 	
Comunicación en la televisión (Diagnóstico e Impacto)	Comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de asertividad del flujo de comunicación. 	
		<ul style="list-style-type: none"> • Efectividad de los Canales de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de los diferentes medios de reunión
	Comunicación externa	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de satisfacción del público y las instituciones con la revista como producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Sondeos de opinión al público televidente.

		<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de la revista como producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista a especialistas en productos audiovisuales.
		<ul style="list-style-type: none"> • Resultados y reconocimientos alcanzados por la revista 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel, tipo y alcance de los eventos en que la revista ha participado. • Premios obtenidos • Evaluación técnica de su personal
Práctica sociocultural de la gestión	Sistema de Gestión (aplicada a la revista "Tardes de Jagua")	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de implementación de los procedimientos establecidos para evaluar calidad en función de: <ul style="list-style-type: none"> ✓ El contenido ✓ Presupuestos técnicos ✓ Estética 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de documentos (manual de procedimiento) • Reuniones de incidencias
		<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de eficiencia de la política de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista a especialistas en la evaluación de los procedimientos seleccionados)

	Política de programación	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de correspondencia de la Revista como producto con los objetivos de la política de programación de Perlavisión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de documentos (planeación estratégica del telecentro y ficha técnica de la revista)
Interacción Sociocultural	Relaciones inter-institucionales	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de gestión de la Revista para implementar, como producto, la política de programación establecida por Perlavisión • Balance y representación de los temas de la revista en función de las necesidades de las instituciones del territorio • Capacidad de la Revista para incorporar resultados de investigaciones socioculturales que faciliten su diseño, difusión y evaluación como producto audiovisual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de documentos (archivos de tesis de la facultad de humanidades UCF) (Archivo del centro de investigación del telecentro) • Entrevista a Especialistas (investigador del telecentro)

Capítulo III: Análisis de los resultados

3.1 Caracterización del Canal “Perlavisión” en la provincia de Cienfuegos

3.1.1 Perlavisión. Historia y Desarrollo actual

Mediante entrevistas a especialistas y análisis de documentos tales como: clipper, historia del centro, avales a los premios, entre otros, se pudo constatar que el Telecentro “Perlavisión” se fundó el 5 de septiembre del 2000, a consecuencia del completamiento de las televisoras territoriales y como resultado de los múltiples esfuerzos que venía asumiendo el país para potenciar el Programa de la Batalla de Ideas a nivel nacional.

Se desplegó un esfuerzo constructivo y tecnológico para su apertura. La Empresa de Diseño e Ingeniería Cienfuegos (EDIC) fue la encargada del diseño constructivo, su ejecución estuvo a cargo de la constructora ECOA 37 y la contratista fue la Empresa de Servicios Ingenieros del MICONS.

El inmueble posee un diseño exclusivo, con particularidades únicas que lo diferencian del resto de los proyectos realizados, con anterioridad, para telecentros territoriales; la autoría de dicho proyecto pertenece al arquitecto Yoan Valladares Pino y a la Ingeniera Civil Martha Negrín Cima, ambos miembros de la Unión Nacional de Arquitectos e Ingenieros de la Construcción de Cuba (UNAICC). Le fueron construidos estudios para la edición, videoteca, salón de ensayos, oficinas administrativas, sala de estar, salón de reuniones y una infraestructura con comedor para los trabajadores. Su área principal está integrada por un estudio que posee características excepcionales, ya que permite la utilización simultánea de varios foros o set de programas, además, posibilita, desde la presentación de una Orquesta Sinfónica, hasta de un Circo. Su máster de trasmisión tiene un equipamiento con tecnología de punta de procedencia japonesa con patente canadiense que incluye: climatización, cámaras, luces, audio, escenografías; lo que complementa la realización de productos audiovisuales de alta calidad.

Su organización inicial era: un Director General (Omar Gil Campoamor), un Jefe de programación, un Jefe Informativo, un Jefe de Producción y Técnica, un Jefe Administrativo; así como: periodistas y personal técnico artístico, formados en la localidad por especialistas del Centro de Estudios del ICRT. Esta estructura se ha modificado con el tiempo y en la actualidad posee una mayor complejidad.

Su primera parrilla de programas estuvo constituida por: noticiarios locales y una revista informativa variada. En estos primeros tiempos se fue perfilando la programación que se sistematizaría a partir del 2001, entre ellos se encuentran: una propuesta infantil: "Paramampin", programa de corte histórico: "Semilla Nuestra", un espacio de facilitación social: "Perlas Cotidianas", un espacio para públicos juveniles: "Tiempo Joven" y el espacio musical: "Cienfuegos Canción"; esta programación televisiva se realizaba para una hora de transmisión (de 4:00pm a 5:00pm), una hora antes que el resto de los telecentros, pues debíamos disponer de los transmisores de Tele Cubanacán (Villa Clara) y TV Yurumí (Matanzas) por la ausencia de un transmisor propio, aspecto éste que prevalece hasta nuestros días, aunque se han hecho incontables esfuerzos y adecuaciones por parte de Radio Cuba en la mejora y sostenimiento de la señal que emite hoy Perlavisión.

Como medio masivo de comunicación, este Telecentro se dedica a la realización y transmisión de productos audio-visuales competitivos capaces de satisfacer las necesidades de los diferentes tipos de públicos y reflejar la identidad de los cienfuegueros en correspondencia con la NC-ISO 9001 del 2001 y el cumplimiento de la política para la programación, contando, para ello, con un personal competente, capaz de dominar la tecnología empleada y mediante la mejora continua de todos los procesos integradores en la producción televisiva.

En la actualidad, Perlavisión se encuentra en crecimiento, con una posición dominante en un sector altamente competitivo y atractivo, llevando consigo la necesidad de continuar atendiendo las inversiones, la preparación del factor humano, el desarrollo de un sistema de Gestión de la Calidad, la tecnología y el desarrollo de I+D, con una orientación al marketing, ofreciendo al mercado un valor agregado fundamentalmente en parámetros tales como: imagen, atención al público,

información y desarrollo de una cultura organizacional, por lo que, se hace imprescindible potenciar todos los recursos para mantener y/o desarrollar la variedad de los diferentes programas televisivos. Las proyecciones estratégicas serán formuladas a partir del primer cuadrante para llevar a la organización a un crecimiento real a partir de un proceso de especialización que garantice su fortalecimiento en la competencia, diferenciando el servicio que presta la entidad al público en el territorio de Cienfuegos

El desarrollo comunicacional, tecnológico y artístico del telecentro, lo ha llevado a colocarse en los primeros lugares de estas organizaciones cubanas con innumerables premios, reconocimientos y evaluaciones del Instituto Cubano de Radio y Televisión.

3.1.2 La revista informativa variada “Tardes de Jagua”. Relación con la política y objeto social del Telecentro

Para el desarrollo de este particular, es imprescindible destacar que la autora es: guionista, presentadora y fundadora de la revista que ocupa el centro de atención de esta investigación. Legitimar esta información fue posible mediante el análisis de documentos: guiones, planes temáticos y evaluaciones realizadas a la programación, todo lo cual, se encuentra en el archivo personal de la autora, que también incluye: videos y fotografías. Partiendo de las características de la revista, como género, se hace una valoración de la historia del programa “Tardes de Jagua”, no solo por ser un espacio fundador dentro de la parrilla del telecentro, sino por sus potencialidades para concretar los objetivos del telecentro, debido a su posibilidad de mostrar, de manera inmediata, amena e instructiva, el acontecer sociocultural del territorio.

La revista informativa variada “Tardes de Jagua”, es fundadora de la televisión en Cienfuegos, en la propuesta de programación de este canal, como género televisivo, y responde al objeto social principal de esta televisión. El nombre, busca resaltar la memoria histórica y de la identidad del cienfueguero, de ahí, el empleo de la toponimia “Jagua” dado su simbolismo, significado y significante sociocultural y

“Tardes” por el horario en que se trasmite, por los significados emociones y percepciones que brinda sobre la calidez, amenidad y pureza que recrea de un árbol y el cuidado ambientalista.

Inicialmente, la revista informativa variada disponía de un tiempo televisivo de 43 minutos, en el horario de 4:00 a 4:43 pm, estructurada por una guionista y presentadora que trataba temas relacionados con la inmediatez del acontecer cienfueguero y se vincula a la práctica artísticas, culturales, políticas, y de salud pública entre otras y responde a la política editorial del Partido Comunista de Cuba y a la Política de Programación del Territorio.

La revista “Tardes de Jagua” tiene un diseño que se encuentra en constante variación, pues está en función de la dinámica social del territorio y se modifica, estéticamente, a partir de los contenidos y secciones que en ella se incluyen.

Partiendo de la esencia de la televisión y sus fundamentos: idea, imagen y sonido; la revista posee un diseño estructurado a partir de: una presentadora, invitados, mensajes promocionales, sociales y culturales, composiciones musicales, con artistas locales, reportes periodísticos, secciones de facilitación social, de contenido cultural diverso (promoción de las Artes Escénicas, Artes Plásticas, Literaria, Cinematográfica, del Patrimonio, etc.), reportes de los televidentes e información de carácter general. El programa se sustenta en la personalidad de su presentadora y la imagen que se crea alrededor de su ambiente televisivo, que para el logro de una intimidad se recrea una sala cienfueguera. Se cuida la imagen de la presentadora, su dicción, las formas de comunicación cercana a la cotidianidad y lenguaje coloquial e incidencial de las cotidianidades.

Para el desarrollo de los programas, se emplean los intereses de la política de programación, se diagnóstican, empíricamente, las necesidades sociales, culturales, artísticas, políticas, entre otras, que existen en la población y necesitan de promoción y socialización; se estudia la programación cultural del territorio, sus objetivos y estrategias para su ubicación en el espacio televisivo, se entrevista a personalidades

de la cultura, el arte, la educación, la salud y de la sociedad en general para visualizar sus resultados, su influencia y su impacto en la cultura cienfueguera.

Todo esto se proyecta y desarrolla a partir de un balance temático que se realiza mensualmente y permite la diversidad, la pluralidad de las manifestaciones que se convocan al programa y la accesibilidad y pertinencia de los temas, logro éste de la revista, considerado muy relevante.

La evaluación de la revista es diaria, a través del Sistema de Gestión Institucional de eficiencia de la programación, e incluye una reunión de incidencias al concluir cada emisión cotidiana, colectivos de programas, colectivos de programación y reuniones de producción semanales, con ello el programa responde a la estrategia general del telecentro dirigida a: “desarrollar una estrategia de especialización mediante el mejoramiento continuo de la calidad en los programas televisivos que se ofertan, implementando estrategias de diferenciación que permitan promover la cultura cienfueguera y cubana para el logro de una ventaja competitiva sólida y sostenible que contribuya al fortalecimiento de la identidad nacional.” (Estrategia General, 2011)

En la actualidad la revista informativa variada “Tardes de Jagua” se encuentra en un proceso de perfeccionamiento a partir de la orientación de sistemas de gestión institucional, dadas las transformaciones que, en el orden económico, se han producido en Cuba y en el exterior y la introducción de la Dirección Estratégica como proceso continuo, donde cada cual se mide y evalúa por los resultados concretos que conducen a una organización. Para alcanzar estadios superiores, es que el Telecentro Perlavisión incorpora, a su proyección estratégica, los cambios que se operan en el territorio con respuestas rápidas a las necesidades y exigencias de sus públicos.

En la revista se aprecia el desarrollo profesional, en el comportamiento o conducta real de los trabajadores, tanto en el orden profesional y técnico, como en las relaciones interpersonales que se crean en el proceso de inserción laboral, donde a su vez influye de manera importante el componente ambiental y de gestión de recursos humanos, donde la superación constituye un elemento fundamental.

La calidad del programa en la gestión, hasta la fecha, está determinada por el desarrollo, comprende la pericia técnica y la motivación del personal determinada en la programación por la pericia, la preparación técnico-profesional, a la que se le añade la experiencia acumulada en la proyección y ejecución de sus funciones y en su superación profesional.

Comprende, en su conceptualización, a la competencia profesional, la motivación abarca la actitud del personal durante la ejecución de sus actividades profesionales, así como, la situación de los elementos ambientales, que es lo que el trabajador hace, en realidad, durante el ejercicio de su profesión; todo lo cual se encuentra, directamente, vinculado a las funciones inherentes a su puesto de trabajo.

El desarrollo de la revista “Tardes de Jagua”, se sistematiza en cuatro aspectos: *planeación de los procesos de comunicación, desarrollo de los mismos, participación en el funcionamiento del proceso y participación en la interacción sociocultural.*

Esta concepción de la gestión institucional, unida e integrada a la calidad de los servicios, la dirección la concibe como un proceso continuo de evaluación de la calidad que rompe los marcos puramente académicos y la vincula con la responsabilidad y el compromiso social, como respuesta a las necesidades de los públicos; en un proceso activo y participativo de problematización constante, que dirige las acciones a desarrollar en los procesos permanentes de eficiencia de la gestión.

La evaluación del programa “Tardes de Jagua” se caracteriza por:

- ❑ Cómo se organiza, retiene y utilizan los conocimientos.
- ❑ Cómo organiza e integra el sistema de habilidades en la práctica individual y social.
- ❑ Cómo actúa y se interrelaciona con los diferentes tipos de público.

Todo esto permite penetrar en la perspectiva sociocultural que traza estrategias de comunicación para los medios de comunicación y en especial en las revistas, como género.

3.2 Resultados del diagnóstico efectuado a la política de programación para la elaboración del diseño de la estrategia.

Para el desarrollo de esta labor se emplearon la observación cualitativa, el análisis documental y la entrevista a especialistas.

Para la realización del trabajo se efectuó el estudio documental de la valoración del cumplimiento de la planeación estratégica para el período 2005-2007, la Planeación Estratégica del 2007-2010 del ICRT, las Direcciones de trabajo político-ideológico para el año 2007, sus tareas complementarias, la carta del compañero Esteban Lazo, con RSB-2097 y la Propuesta del Programa Director para el reforzamiento de los valores fundamentales en la sociedad cubana actual.

El diagnóstico realizado, como punto de partida para el diseño de la estrategia y la perspectiva sociocultural, tuvo en cuenta dos elementos indispensables; primero: *la pertinencia de la revista*, como género y segundo: *su impacto*.

La pertinencia es evaluada desde las tres dimensiones que abarca la revista (institucional, interinstitucional y poblacional), mientras que el impacto es evaluado a través de la efectividad de la comunicación desde sus diferentes públicos (internos y externos).

3.2.1 Pertinencia institucional. Nivel de relación con la política institucional y su programación

La revista como género televisivo, se tuvo en cuenta desde los inicios del canal, pues es un espacio que privilegia la figura de la mujer que regresa a su casa después del día de trabajo o el ama de casa que se dispone a preparar el almuerzo o la comida. Al respecto González Castro (1997), argumenta que: *“la revista, como programa, no descansa demasiado en la imagen, pues no se concibe para que las mujeres se sienten a disfrutarlo delante de la pantalla como harían con otro que se transmite a las diez de la noche cuando han terminado sus labores domésticas, han acostado a sus hijos y se disponen a relajarse antes de ir a la cama. Pero a esta hora habrá*

niños y ancianos, estudiantes de secundaria que terminaron sus clases y jubilados, por eso, debe ser de interés general para que quien quiera estar frente al televisor no sea excluido. Su lenguaje debía ser ligero, sin enciclopedismos, sus contenidos generales, de perfil ancho, esencialmente utilitario. Así, pueden darse recetas de cocina fáciles de hacer, instrucciones para reparar cosas en el hogar, elementos de jardinería, fórmulas para preparar bebidas, consejos que sirvan para toda la familia que incluya normas de comportamiento social, de conducta en la mesa, de manipulación de alimentos, etc”.

Teniendo en cuenta estas necesidades y características, es que surge la revista informativa variada “Tardes de Jagua”, pasando a ser uno de los espacios habituales del canal cienfueguero “Perlavisión”. Su primera salida al aire fue el 5 de septiembre del 2000 a las 12.00 m.

3.2.2 Nivel de relación con objetivo, función, forma, contenido y realización de la revista.

El diseño es integral. Supone el esquema completo: los propósitos, la estructura, el público destinatario, la duración, los recursos de producción que necesita, el tiempo de preparación, la estructura de su colectivo, los posibles nombres, el diseño de la tipografía, las características de la música, el diseño de imagen de los presentadores, las propuestas de quiénes lo conducirían, si es en vivo o grabado, si en exteriores o estudio, etc.

El proyecto debe acompañarse de un guión prototipo, similar a los que va a tener el programa, y un análisis de los costos, así como, el estudio de factibilidad para precisar en qué tiempo puede estar listo para lograr ubicarlo en pantalla. Mucho más completo queda el esquema si al hacer el primer prototipo de programa (o programa O) este se evalúa con diferentes públicos semejantes al destinatario, y se toman encuestas de gusto y preferencias. (Ver Anexo Modelo de Proyecto Audiovisual)

Los objetivos de la revista se materializan en los planes temáticos confeccionados a partir de un diagnóstico externo de sus direcciones de acuerdo con los intereses institucionales, personales y sociales más recurrentes que están en función del desarrollo social, cultural, económico e incluso político de la sociedad cienfueguera. Se entrega trimestralmente, acompañado de un banco de temas para el año y esto responde a un estudio o vagabundeo temático que desarrolla el guionista o su directora.

La revista es evaluada sistemáticamente en los consejos editoriales y de dirección, así como, al terminar cada una de las emisiones para, sobre esa base, favorecer el cumplimiento de lo propuesto, validar las asesorías anteriores y conocer las dificultades técnicas, de ejecución y programación, además de incidir en el pago y evaluación de quienes la planifican, proyectan y evalúan.

3.2.3 Canales de comunicación: interna y externa

Comunicación interna

Para la evaluación de ésta fueron empleados el análisis documental, la observación cualitativa y las entrevistas a asesores, lo que llevó a demostrar que los canales de comunicación interna están organizados, en la institución, a partir de la planeación estratégica y el organigrama de flujos de comunicación. Los canales más operativos siguen las siguientes rutas:

1. Entre los miembros del equipo de realización.
2. Del director del programa hacia el equipo de realización de la revista.
3. De Programación hacia el director del programa.
4. Del Director general de la institución hacia el director del programa.

La pertenencia interinstitucional posee varios niveles de implicación con las diferentes instituciones del territorio.

Las relaciones interinstitucionales están motivadas, en lo esencial, por los intereses de la programación del territorio expresada, en primer orden: en las orientaciones

del Partido Comunista para estos fines, las estrategias de comunicación de las instituciones culturales y sociales, la proyección social, la actividad promotora y de gestión del conocimiento de los organismos y organizaciones, los intereses del Telecentro dentro de su actividad programadora, los hitos históricos y culturales y los objetivos de la revista.

El objetivo propuesto en el proyecto de la revista expresa:

- ❑ Promover el acontecer provincial en lo social, económico y político.
- ❑ Ofrecer informaciones de interés general, que alcance nivel de inmediatez.
- ❑ Suscitar el conocimiento y la orientación social.
- ❑ Promueve el rescate y formación de valores en nuestra sociedad.

A partir de él se impone la interacción con todas las instituciones del territorio, con énfasis en las que pertenecen al Ministerio de Cultura, Educación, Salud, CITMA, INDER, UNEAC, AHS, CDR y FMC, pues de ellas provienen los invitados que acuden sistemáticamente al programa para ofrecer sus opiniones, informar y promocionar lo que hacen y lo que consideran útil para el conocimiento colectivo. Estos invitados son, a la vez, actores que juegan el doble papel de proveedores y consumidores del producto televisivo.

Comunicación externa

En la revista se usan varios canales de comunicación externa. Los más usados son:

- ❑ A través de los promotores y relacionistas públicos.
- ❑ A través del guionista y el productor de la revista.
- ❑ A través de las instituciones gubernamentales y el PCC.
- ❑ Por gestión personal del interesado.

Por lo general fluyen bien, pero se pierde en efectividad al no existir una estrategia de comunicación, en ninguna de las partes (ni en el canal, ni en las instituciones) que establezca periodicidad y organicidad al trabajo.

3.2.4 Pertinencia poblacional

Se elaboran, principalmente, a partir de la selección de los públicos, determinados por los rankings de audiencia, por ello, fue preciso analizar los documentos que poseían esta información para su evaluación externa, así como, de los criterios de los televidentes.

Los públicos se pensaron desde el diseño del proyecto, se situaron en el rango de la franja horaria seleccionada, 4:30 de la tarde: amas de casa, mujeres trabajadoras que regresan al hogar, niños y jóvenes que terminaron las clases, jubilados, etc. En general es un público bien heterogéneo y con necesidades muy variadas.

Los estudios de público se utilizan para confirmar la aceptabilidad y el grado de preferencia que alcanza la revista entre los cienfuegueros, que la tienen ubicada como un espacio habitual que los entretiene y representa.

Significativo resulta plantear, que la revista adecua los objetivos de la revista con los intereses de su público y, para ello, emplea los planes temáticos teniendo en cuenta sus objetivos y los públicos a los que va dirigida, utiliza un lenguaje ligero, sin enciclopedismos, sus contenidos abordan temas generales, de perfil ancho, esencialmente, utilitario.

Así, se dan recetas de cocina fáciles de hacer, instrucciones para reparar cosas en el hogar, elementos de jardinería, fórmulas para preparar bebidas, consejos que sirvan para toda la familia de normas de comportamiento social, de conducta en la mesa, de manipulación de alimentos, conductas y normas sociales, consejos familiares, hitos culturales, personales y familiares, programación cultural del territorio, la protección del patrimonio cultural, resultados sobresalientes de las provincia, cobertura de promoción institucionales y artísticas, consejos de salud y del manejo de las políticas en este orden, cultura vial, cultura del ahorro, programas dedicados a la tercera edad, interacción con el público con temas de alta sensibilidad social, reconocimiento de la trayectoria de personalidades del territorio o aquellas que contribuyen a su desarrollo, entre otros.

La materialización en los planes temáticos es la forma en que, documentalmente, se expresa el mismo, su diversidad, pluralidad y formas de expresión para identificar asumir y satisfacer los gustos y necesidades de los públicos. (Ver anexo 8)

3.3 El Impacto. Análisis para la elaboración de la propuesta de estrategia.

Se trabajó con encuestas efectuadas a los públicos en relación al flujo y tipo de los canales, la entrevista a los especialistas, el análisis documental a planes de temáticos, las evaluaciones y las actas de los colectivos de programas.

Este proceso arrojó los siguientes resultados en el comportamiento de los siguientes procesos de comunicación.

3.3.1 Calidad de la revista como producto

Para el desarrollo de este aspecto se empleo el criterio de los especialistas de medios audiovisuales a partir de entrevistas, conversaciones informales, participación en las reuniones de asesorías y el análisis de los documentos, así como, los procedimientos y fórmula establecida para evaluar la calidad en la institución.

La evaluación desde la perspectiva cultural para la gestión institucional

Para el desarrollo de ésta, se tuvieron en cuenta las orientaciones de la política cultural de gestión del Telecentro y la autora desarrolló un análisis documental para asumir la propuesta metodológica más adecuada para la acción.

Desde la perspectiva sociocultural, el Departamento de Programación realizará el cálculo de un Índice Promedio de gestión institucional diario, semanal, mensual, trimestral y anual para cada programa según la expresión siguiente:

Índice Promedio de la gestión institucional: (0,3 Índice de Gusto.) + (0,3 Índice de Audiencia) + (0,4 Índice Calidad Técnica)

Los Índices de Gusto e Índice de Audiencia se describen en el Procedimiento para las Investigaciones Sociales. El Índice de calidad técnica se obtiene del promedio del índice diario según lo explicado en 7.2.4 (Ver Anexo 10)

Finalmente, para considerar satisfactoria la evaluación del programa en el período, el **Índice Promedio de la gestión institucional** no debe ser inferior a 75 puntos y se tendrá en cuenta además el porcentaje de reprocesos que ha tenido en el período analizado, lo cual constituye un indicador de la eficiencia con que se ha obtenido la calidad deseada.

% de reprocesos = programas reprocesados * 100

Total de programas

Esto se evidencio en un reconocimiento social cultural e institucional de la revista evidenciada en los siguientes resultados:

En el año 2008 alcanza el segundo lugar en los Festivales de Telecentros por su trayectoria destacándose los elementos como:

Revista Informática Variada: “Tardes de Jagua”: la fotografía analógica y digital.
Directora Beatriz Peraza Capdevilla.

- Noticia: El Intruso Verde. Periodista Ismary Barcia Leyva.
- Testimonio: La Fábula de la Silla. Periodista Ismary Barcia Leyva.

Además son reconocidas, por los especialistas, condiciones como:

- ❑ La revista informativa variada “Tardes de Jagua” es un eficaz medio de cultura, información y conocimientos.
- ❑ La información en la revista se convierte en elemento básico y vital como medio de comunicación. Tiene el poder de la inmediatez, de la transmisión inmediata desde cualquier lugar.
- ❑ La revista posee un sello distintivo y lenguaje propio.

- La revista informativa variada “Tardes de Jagua” es facilitadora de patrones de conducta en los televidentes. De ahí su enorme importancia en el ámbito social; difunde: arte, cultura, educación, información; pero también es arte en sí misma.

Por último, para lograr validez y confiabilidad de la información obtenida y triangular datos se aplicó la matriz DAFO de la actividad de Comunicación del producto audiovisual revista informativa variada “Tardes de Jagua” obteniendo los siguientes resultados:

Debilidades

- Dificultades en las habilidades comunicacionales tanto en los directivos como en los trabajadores.
- Deficiencias en la comunicación vertical descendente relacionadas directamente con las formas y estilos de dirección de los directivos.
- Dificultades en el proceso de retroalimentación.
- Dificultades en la estructuración de los mensajes que se transmiten.
- La ausencia de estrategias comunicativas conscientes al interior de la institución.
- Carencia de canales o la subutilización de los mismos como consecuencia de las relaciones interinstitucionales.
- Falta de integración en los procesos de socialización de la actividad de creación de productos audiovisuales.
- Insuficiente implicación en los procesos esenciales de la organización.
- Pérdida de confianza en los directivos debido a la falta de conocimiento y habilidades profesionales y la adecuación en la toma de decisiones.
- Detrimento de las buenas relaciones interpersonales.
- Pobre trabajo en equipo.
- Desconfianza entre los trabajadores.
- Insuficientes relaciones entre las áreas o departamentos del telecentro.
- No se ha elaborado aún el Manual de Identidad Visual del Sistema.
- Dualidad de subordinación, en algunos casos, de los comunicadores en la base.

- ❑ No existe una cultura de reconocimiento de la evaluación técnica para el mejoramiento de la actividad y del producto.
- ❑ Poco reconocimiento del personal técnico artístico a las competencias profesionales del departamento de programación para la orientación metodológica en la concepción, ejecución y evaluación de los programas.
- ❑ Poca flexibilidad en los parámetros de evaluación para los programas televisivos en vivo.
- ❑ Carencia de capacitación habilitadora de las competencias profesionales en función de las características específicas de los medios audiovisuales

Amenazas

- ❑ Bloqueo económico, comercial y financiero de los Estados Unidos contra Cuba.
- ❑ Crisis económica mundial.
- ❑ Crisis energética mundial.
- ❑ Situación financiera del país.
- ❑ Limitación de los recursos técnicos, artísticos, económicos y materiales a nuestra disposición.
- ❑ Transformaciones en la política de estimulación material de los telecentros que influye en los niveles de satisfacción y comunicación interpersonal e intrainstitucional de los trabajadores.
- ❑ Pobre desarrollo de la Comunicación Institucional en el país.

Fortalezas

- ❑ Creación del Grupo Gestión de la Comunicación del Telecentro.
- ❑ La permanencia del espacio televisivo “Tardes de Jagua”.
- ❑ La formación y competencia del equipo de realización de la revista “Tardes de Jagua”.
- ❑ Las relaciones interpersonales, profesionales e interinstitucionales de la Revista con las instituciones y personalidades del territorio.
- ❑ Amplia colaboración y vínculos de trabajo con entidades que desarrollan el tema de la comunicación dentro y fuera del país.

- Elaboración del Manual de procedimientos del Sistema de Gestión de Calidad para el Telecentro Perlavisión como parte de la base documental del sistema, exigida por la familia de la NC ISO 9000.
- Jerarquía y empoderamiento del telecentro dentro del territorio.
- Existencia del organigrama de la organización y los flujos de la comunicación a sus diferentes públicos (internos y externos).
- La existencia de la Asociación de Comunicadores y Publicistas en el territorio y la inserción de muchos de los trabajadores del telecentro a la misma.
- Estabilidad en la fuerza laboral de los trabajadores del telecentro.

Oportunidades

- La prioridad que dan los organismos políticos y administrativos del país a los procesos comunicadores que se proyectan desde los telecentros.
- El prestigio y reconocimiento a nivel territorial y nacional de los productos audiovisuales realizados por el telecentro de Cienfuegos.
- Establecimiento de la gestión y comunicación institucional, como un sistema oficial.
- La calidad en la factura artística y técnica de los productos que brinda Perlavisión.

3.4 Presentación de la propuesta de estrategia de comunicación para los diferentes públicos, que garantiza la eficiencia de la gestión institucional, desde la perspectiva sociocultural, de la revista “Tardes de Jagua”

3.4.1 Justificación para la propuesta de estrategia

La estrategia responde a las características del género televisivo definido como: revistas informativas variadas, clasificación general de este tipo de programa informativo. “Tardes de Jagua” constituye una revista, de este tipo, que incluye el acontecer sociocultural del territorio, desde la diversidad de las prácticas y patrones que interactúan en la sociedad cienfueguera.

Teniendo en cuenta el carácter de este género, habitualmente de concepción temática, se realiza desde una conducción fija. En este caso, específico, es escrita y

presentada por Gladys María Calzadilla desde su fundación, quien a partir de un diálogo con el televidente y sus invitados, trasmite las principales ideas temáticas, las cuales deben recorrer el acontecer del territorio.

Partiendo del diagnóstico de comunicación realizado durante el proceso de investigación sociocultural desde el año 2008 hasta el 2009 y avalado por un grupo de especialistas de la organización Perlavisión, se creó un grupo de trabajo para la Gestión de la Comunicación, el cual está integrado por miembros de la organización y del territorio, además guía y esboza la propuesta de la presente estrategia para la revista informativa variada “Tardes de Jagua”.

Dicha estrategia, correspondiente al período 2010- 2011, tiene como finalidad lograr una comunicación efectiva, tanto interna como externa, que favorezca el desarrollo armónico de la programación televisiva de la organización, su integración interna y su adaptación a las cambiantes y exigentes condiciones del mundo actual y que, del mismo modo, fomente una identidad visual fuerte en los públicos externos, por lo que, la imagen que transmita, el organismo, ha de responder a una filosofía concreta, basada en la *misión* y *visión*, lo cual debe ser creíble, tanto en el interior del Telecentro Perlavisión, como en el territorio para que la realidad valide el mensaje.

Para lograr la efectividad de dicha estrategia es necesario partir de los indicadores que determinan la gestión institucional y la eficiencia de la revista, como género, y como producto audiovisual. Estos son:

- ❑ Estructura dramática de bloques bien pensados
- ❑ Adecuada improvisación
- ❑ Curva de interés bien definida
- ❑ Fluidez y naturalidad
- ❑ Credibilidad del mensaje

Públicos objetivos a los cuales va dirigida la estrategia

Los públicos de una organización son aquellos individuos o sistemas sociales que están vinculados en mayor o menor grado a ella dado que la afectan, son afectados por ella, o esta afectación es mutua, en función del logro de los objetivos de ambos.

Los públicos del telecentro son diversos, debido al objeto social y a las funciones de éste. Su alcance rebasa el límite territorial para el cual está diseñado; es por eso que fueron definidos los públicos en función de la revista.

Públicos internos

- Dirigentes: Consejo de Programación. Es quien analiza el cumplimiento de las políticas y programas del telecentro. Principal cadena de mando en la estructura organizativa.
- Mandos intermedios: Departamento Creativo- productivo; Técnico productivo; Departamento de Programación (Personas que ocupan cargos en la estructura organizativa del programa y establecen las orientaciones metodológicas y organizativas, así como las sugerencias particularizadas a los programas y los ajustes de planes que correspondan)
- Trabajadores del telecentro (personal implicado de una u otra forma con la realización de la Revista)

Objetivos generales para los públicos internos

- Lograr que la revista “Tardes de Jagua” se realice y se transmita como un producto audiovisual competitivo, capaz de satisfacer las necesidades de los diferentes públicos y reflejar el acontecer sociocultural de los cienfuegueros, cumpliendo con la política de programación del telecentro Perlavisión; con personal competente y mediante la mejora continua de todos los procesos de la organización.

- Lograr el cumplimiento de las regulaciones y requisitos propios de la revista como género según lo establece la NC ISO 9001:2008 para la realización del producto.
- Estimular la formación y desarrollo de competencias y habilidades comunicacionales en los directivos y trabajadores de la revista y contribuir a elevar la efectividad del desempeño laboral en el telecentro Perlavisión
- Fortalecer los valores éticos, políticos y morales de los trabajadores del Telecentro Perlavisión
- Propiciar la creación de un clima organizacional, que favorezca y estimule el desarrollo de relaciones interpersonales positivas y un efectivo trabajo en equipo, entre otros aspectos fundamentales.
- Fortalecer los canales de retroalimentación entre los diferentes niveles del sistema.
- Incrementar y fortalecer el uso de los canales de comunicación internos.
- Crear mecanismos para evaluar periódicamente el impacto del Sistema de Comunicación en el desarrollo organizacional, en especial en la Revista Tardes de Jagua.
- Lograr una eficaz planificación, realización y evaluación de los programas televisivos del Telecentro Perlavisión

Públicos externos

- Instituciones, Organismos y Organizaciones del territorio. (estructura infraestructural vinculada a la estrategia de desarrollo del territorio)
- La diversidad de públicos receptores de la revista “Tardes de Jagua”.

Objetivo general para los públicos externos

- Propiciar la integración interinstitucional entre la revista y las diferentes instituciones del territorio para lograr de forma equilibrada y conveniente el balance y representación del quehacer sociocultural cienfueguero.

- ❑ Contribuir con el diseño de la revista como producto audiovisual, a la difusión, educación y evaluación del quehacer sociocultural del territorio.
- ❑ Satisfacer, a partir de un producto competente las necesidades de información, didácticas y de instrucción de los diferentes tipos de públicos.
- ❑ Lograr la amenidad desde el dialogo con el televidente para contribuir a su conocimiento, recreación, y satisfacción de información de acuerdo a las particularidades de la revista, como género.
- ❑ Mantener formas originales y creativas de la comunicación que permita las diferentes formas de participación de los públicos.

Eje temático

- ❑ Desarrollo de habilidades comunicacionales en trabajadores y directivos.
- ❑ Fortalecimiento de valores y necesidades como la solidaridad, el trabajo en equipo, el sentido de pertenencia a la organización, necesidad de participar activamente en los procesos de la organización y otros.
- ❑ Exposición de las potencialidades y dimensiones del quehacer sociocultural del territorio.
- ❑ Consolidación de las relaciones institucionales, interinstitucionales y poblacionales de la revista.

Para la elaboración de los planes de acción se tuvieron en cuenta las principales acciones que proponen los elementos de la gestión institucional y las normas y metodologías en el MINCULT y en los medios de comunicación masiva.

Plan de acciones

Organización: Telecentro Perlavisión

Comunicador: revista informativa variada "Tardes de Jagua"

Fecha: 2011-2112

Acciones para el público interno:

1. Lograr que el Sistema de Comunicación de la revista “Tardes de Jagua” cumpla con los requisitos establecidos por el manual de procedimientos del Sistema de Gestión de Calidad del Telecentro.

No	Tareas	Público receptor	Fecha	Responsable
1.	Elaboración de la Estrategia de Comunicación de la revista “Tardes de Jagua”	Miembros de la organización (dirigentes, mandos intermedios y equipo de realización)	Dic. 2010	Equipo de dirección de la revista
1.1	Implementación del Manual de Identidad Visual Corporativo de la revista.	Mandos intermedios	2do Semestre 2010.	Departamento de Programación.
1.2	Elaboración del Manual de Comunicación de la revista “Tardes de Jagua”	Miembros de la organización (dirigentes, mandos intermedios y equipo de realización)	Nov. 2010	Equipo de dirección de la revista
1.3	Aplicación del Manual de Comunicación de la revista al organigrama de la	A todos los miembros de la organización	A partir de Dic. 2010	Consejo de Programación.

	organización.			
1.4	Realización de visitas de ayuda y auditorías internas como acciones de control y evaluación de la actividad.	Equipo de realización	A partir de marzo 2011.	Comité de control interno
1.5	Realización de un Taller en el telecentro encaminado a la orientación y balance de las actividades realizadas por el manual de comunicación.	Todos los miembros de la organización	Julio 2011 y Dic. 2011	Grupo de comunicación del telecentro

2. Estimular la formación y desarrollo de competencias y habilidades comunicacionales con el objetivo de elevar la efectividad del desempeño laboral.

No	Tareas	Público receptor	Fecha	Responsable
2.1	Planificación de las acciones de capacitación y entrega al grupo para su valoración según resultados del diagnóstico para la estrategia	Miembros de la organización (dirigentes, mandos intermedios y equipo de realización)	Oct. 2010 Marzo 2011 Sept. 2011 Dic. 2011	Grupo de comunicación

	en la entidad.			
2.2	Realización de acciones de capacitación y habilitación interna sobre los temas relacionados con los medios audiovisuales.	Directivos y departamento de programación	Dic. 2010- Dic. 2011	Capacitador del telecentro
2.3	Control del cumplimiento de las acciones planificadas.	Equipo de realización de la revista	Corte evaluativo cada seis meses.	Capacitador
2.4	Participación y realización en eventos de capacitación sobre estrategias de comunicación para productos audiovisuales.	Público interno y externo seleccionado.	Por definir fecha de realización.	Departamento de Programación
2.5	Participación en cursos auspiciados por la ACCS, y otras entidades.	Equipo de realización	Por definir fechas de realización.	Capacitador
2.6	Fortalecer las relaciones	Todos los miembros de la	Permanente	Dirección

	interpersonales y éticas así como la estimulación moral de los miembros de la organización.	organización		
2.7	Medición del impacto de las acciones a través de un estudio inter- diagnóstico aplicado con este objetivo.	Todos los miembros de la organización	Dic. 2011.	Departamento de programación

3. Propiciar la creación de un clima organizacional, que favorezca y estimule el desarrollo de relaciones interpersonales positivas y un efectivo trabajo en equipo, entre otros aspectos fundamentales.

No	Tareas	Público receptor	Fecha	Responsable
3.1	Realización de acciones que propicien el desarrollo horizontal de la comunicación como: encuentros técnicos, talleres debates, encuentros metodológicos, emulación inter áreas, realización de	Todos los miembros de la organización	Durante todo el año.	Departamento de programación y equipo de realización

	concursos internos, seminarios sobre temas seleccionados donde participen representantes de todas las áreas; otras.			
3.2	Creación del Manual de acogida a nuevos trabajadores.	Trabajadores de nuevo ingreso.	Permanente	Departamento de recursos humanos
3.3	Fomento de actividades informales fuera del marco laboral.	Todos los miembros de la organización	Durante todo el año	Dirección

4. Fortalecer los canales de retroalimentación entre los diferentes niveles de la organización.

No	Tareas	Público receptor	Fecha	Responsable
4.1	Establecimiento y fortalecimiento de mecanismos de retroalimentación en cada entidad como: encuestas, reuniones o encuentros entre	Trabajadores y directivos.	Todo el año	JGGC

	grupos, áreas para debatir determinado tema, participación en foro electrónico y otros.			
--	---	--	--	--

5. Incrementar y fortalecer el uso de los canales de comunicación internos.

No	Tareas	Público receptor	Fecha	Responsable
5.1	Realización, al menos dos veces al año, encuestas dirigidas al diagnóstico del funcionamiento de los canales de comunicación internos.	Todos los miembros de la organización	Julio-diciembre	Departamento de Programación
5.2	Elaboración de planes de medidas para erradicar las carencias que se detecten en este sentido.	Equipo de realización	Julio-diciembre	Departamento de Programación

Acciones para el público externo:

1. Incrementar el intercambio de la revista informativa variada "Tardes de Jagua" y los diferentes públicos, instituciones, organizaciones y organismos del territorio, para promover de forma equilibrada y conveniente.

No	Tareas	Público receptor	Fecha	Responsable
1.1	Ejecución de programas de atención sistemática diferentes públicos, instituciones, organizaciones y organismos del territorio.	Diferentes públicos, instituciones, organizaciones y organismos	Durante el año	Departamento de Programación
1.2	Desarrollo de actividades que propicien el intercambio y la cooperación mutua Perlavisión y en especial el programa revista "Tardes de Jagua" diferentes públicos, instituciones, organizaciones y organismos del territorio con prácticas	Diferentes públicos, instituciones, organizaciones y organismos	Durante el año	JGGC

	socioculturales del territorio.			
1.3	Ampliación de intercambios profesionales con otras instituciones: participación eventos, participación en cursos, talleres de la ACCS y de entidades que trabajan el tema de los productos audiovisuales.	ACCS, PDVSA, Facultad de Comunicación, y otros centros.	Durante el año	Equipo de realización
1.4	Desarrollo de acciones comunicacionales como: talleres comunitarios, acciones culturales, intervenciones públicas, atención a los eventos de los organismos, organizaciones e institucionales, aplicación de técnicas participativas efemérides significativas, etc.	Diferentes públicos, instituciones, organizaciones y organismos	Durante el año	Departamento de Programación.

	entre otras para recopilar Información referida a las acciones que se ejecutan y forma de perfeccionarlas.			
--	---	--	--	--

Conclusiones

- Para el logro de un adecuado proceso de comunicación en la revista informativa variada “Tardes de Jagua” fue necesario el análisis de los públicos internos y externos, dada la importancia que ello tiene para la ejecución de los programas televisivos y los procesos de comunicación.
- La revista informativa variada “Tardes de Jagua” diagnóstica empíricamente las necesidades sociales, culturales, artísticas, políticas y la programación cultural del territorio, pero no logra atender todas las necesidades informativas que existen en la población y necesitan de promoción y socialización.
- Las principales dificultades en la política de programación están centradas en los siguientes aspectos: insuficientes habilidades comunicacionales, tanto en los directivos como en la comunicación vertical descendente, con débil proceso de retroalimentación; carencia de canales o la subutilización; falta de integración en los procesos de socialización; poca flexibilidad en los parámetros de evaluación; insuficiente relación entre las áreas o departamentos y dualidad de subordinación; no existe una cultura de reconocimiento de la evaluación técnica personal, técnico-artístico, a las competencias profesionales.
- La propuesta de estrategia de comunicación, desde la perspectiva sociocultural, para la revista informativa variada “Tardes de Jagua”, se sustentó en las teorías y metodologías más actuales de gestión institucional para la programación de los telecentros y se asumió la visión cubana de este accionar en los siguientes pasos: caracterización de la entidad u organización, diagnóstico a los diferentes tipos de públicos, determinación de las necesidades, elaboración de objetivos a los cuales va dirigida la estrategia, tanto a los públicos internos como externos, objetivos generales, eje temático y plan de acciones para cada tipo de público.

Recomendaciones

- Solicitar al Telecentro Perlavisión la implementación de esta propuesta dentro de sus procesos de dirección, de modo que permita la gestión institucional eficiente vinculada a la comunicación organizacional, lo que facilitará el desarrollo eficiente de su programación.
- Emplear este trabajo para las clases de Sociología de la Cultura y Teoría de la Comunicación en sus contenidos, pues se carece de bibliografía y estudios de este aspecto desde la perspectiva sociocultural.
- Proponer el trabajo para los estudios y análisis que se realizan en campo de la cultura; el arte y las comunicaciones en el perfeccionamiento organizacional que exige las transformaciones actuales y su ubicación en el Centro de estudios del ICRT.

Bibliografía consultada

Almansa Martínez, A. (falta año). Estrategias de comunicación institucional en sistemas democráticos. Actas del Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación, España: Universidad de Málaga.

Alonso, Asael (2004). Estudios de los procesos investigativos de la identidad y el mar en Cienfuegos: Su eficacia y eficiencia y posible desarrollo. Tesis de Licenciatura no publicada, UFC Carlos Rafael Rodríguez, Cienfuegos.

Ang, Ien (1994). Cultura y comunicación: por una crítica etnográfica del consumo de medios en el sistema mediático transnacional. *Causas y Azares*, 1, 52-65.

Arribas Urrutia, Amaia (2000). Comunicación en la empresa. La importancia de la información interna en la empresa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 27. Extraído el 5 de febrero de 2011 desde <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000tma/127amaia.html>.

Asamblea Provincial del Poder Popular (2010). *Informe final del ejercicio de la Contraloría General de la República de Cuba*, Cienfuegos: Autor.

Baccin, C. (2000) *Comunicación institucional en Argentina: organizaciones gravitantes y opciones para el campo de conocimiento*. Argentina: Facultad de Ciencias Sociales.

Baptista Lucio, Pilar; Fernández Collado, Carlos y Hernández Sampieri, Roberto (2000). *Metodología de la Investigación*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

Barrios, Leoncio (1992). El análisis cualitativo de la audiencia. *Comunicación*, 77-78, 12-18.

Bourdieu, Pierre (1990). *Sociología y Cultura*. México: Grijalbo.

- Conferencia Mundial sobre la Cultura para el Siglo XXI. Un nuevo compromiso. (1999). *Declaración de Budapest sobre la ciencia y el uso del saber científico*, UNESCO – JCSU, Budapest, Hungría, 26 de junio-1ro de julio.
- Costa, Joan (1999). *La comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de la gestión en instituciones de la cultura y la comunicación*, Barcelona: Paidós.
- Cuesta Santos, Armando (2002). *Gestión del conocimiento, análisis y proyección de los recursos humanos*, La Habana: Editorial Academia.
- De Urrutia Torres, Lourdes (1989). *Metodología de la Investigación Social I: Selección de Lecturas*. La Habana: Félix Varela.
- De Urrutia Torres, Lourdes y González Olredo, Graciela (2003). *Metodología, métodos y técnicas de la investigación social III. Selección de Lecturas*. La Habana: Félix Varela.
- Díaz, M. (2008). *Estrategia de Capacitación*. Tesis de Maestría no publicada, ISP Conrado Benítez, Cienfuegos.
- Engels, Federico (1973). *Educación para una conciencia crítica*. New York: Seabury.
- Fernández Collado, C. (1997). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Trillas.
- Fonsi, M.A. (1998). *La comunicación en la empresa como función estratégica*. España.
- Fuenzalida, Valerio (1981) *Estudios sobre la televisión chilena*. Santiago de Chile.
- Fuenzalida, Valerio (1989) El reinado de la televisión. Evolución de la comunicación de masas. *TELOS*, 19, 27-35.
- Fuenzalida, Valerio (1992). La ética cotidiana de la teleficción. *Chasqui*, 41, 22-24.
- Fuenzalida, Valerio (2001). Hacia la reforma de la TV pública en América Latina. *INFODAC*, Suplemento Especial N° 8, Directores Argentinos Cinematográficos.

- Fuenzalida, Valerio y Hermosilla, María E. (1989). *Evaluación de la experiencia de CENECA en recepción Activa de TV*. UNESCO/CENECA, Santiago de Chile.
- Fuenzalida, Valerio y Hermosilla, María E. (1991). *El televidente activo. Manual para la recepción de televisión*. Santiago de Chile.
- García Canclini, Néstor (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. La Habana: Casa de las Américas.
- García Canclini, Néstor (1987). Ni folclórico ni masivo, ¿qué es lo popular? *Diálogos de la comunicación*, 17.
- García Canclini, Néstor (1989). Culturas híbridas. El espacio comunicacional como problema multidisciplinario. *TELOS*, 19, 13-20.
- García Canclini, Néstor (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- García Canclini, Néstor (1991). El consumo sirve para pensar. *Diálogos de la comunicación*, 30, 6-9.
- Gil, Mónica (2006). La música Coral de Cienfuegos. Tesis de Licenciatura no publicada, UFC, Cienfuegos.
- Goldhaber, Gerald M. (1994). *Comunicación Organizacional*. UPEC, La Habana: Pablo de la Torriente.
- González Castro, V. (1995). *Profesión: comunicador*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Kaplún, M. (1993). Del educando oyente al educando hablante. Perspectivas de la comunicación educativa en tiempos de Eclipse. *Diálogos de la comunicación*.
- Katz, D. y Kahn, R. L. (1996). *Psicología social de las organizaciones*. México: Trillas.

- Katz, D. y Kahn, R. L. (2001). La educación como proceso de interacción y comunicación La América como civilización emergente. La Habana: Juan Marinello.
- Kohan, Nestor (2003). Marx en su tercer mundo: Hacia un socialismo no colonizado. La Habana: Juan Marinello.
- La Porte, José María (2005). *Introducción a la Comunicación Institucional*, Santa Cruz: Pontifica Universita Della Santa Croce.
- Landaburo, María I. (2004). *Política Cultural y desarrollo humano*, La Habana.
- Landaburo, María I. (2010). *Gestión institucional de la Cultura y la Comunicación. Obstáculos y desarrollo en Cuba*, La Habana.
- Martín Barbero, Jesús (1978). *Comunicación masiva, discurso y poder*. Intiyán, CIESPAL.
- Martín Barbero, Jesús (1989). Comunicación y Cultura: unas relaciones complejas. *TELOS*, 19, 21-26.
- Martín Serrano, Manuel (1994). *La Producción Social de Comunicación en Revistas Culturales*, México.
- Marx, Carlos y Engels, Federico (1975). *Obras Escogidas*. Progreso, Moscú.
- Más Basnuevo, Anays y Fornet Hernández, Elena (2004). Vinculación de la gestión de información, el conocimiento y la tecnología con la planeación estratégica de la organización. *Ciencias de la Información*, abril.
- Ministerio de Cultura (2003). *Escudo y Espada*. Rendición de cuentas del Ministerio de Cultura ante la Asamblea Nacional del Poder Popular, Cuba: Autor.
- Ministerio de Cultura (2009). *Proyectos Socio-Culturales*, Cienfuegos: Autor

- Ministerio de Educación Superior (2000). *Indicaciones metodológicas para la elaboración de la estrategia preliminar de Comunicación Social*, La Habana: Autor.
- Muñoz Cruz, Valle (1998). *El papel del gestor de la información en las organizaciones a las puertas del siglo XXI*. Extraído el 22 febrero de 2011 desde http://fesabid98.florida-uni.es/Comunicaciones/v_munyo.htm.
- Niño, Teresa del Pilar (2007). La Comunicación y gestión organizacional. Simposio Latinoamericano. Extraído el 30 de Enero de 2011 desde <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/.htm>.
- Ochoa, Helen (2005). Conferencias sobre Sociología de la Cultura. UFC, Cienfuegos.
- Organización Internacional del trabajo (2008, abril 13). *Estrategia de comunicación: una herramienta para la gestión de políticas de formación y equidad*, Montevideo: Autor. Extraído el 23 de Enero de 2011 desde <http://www.PublicacionesCinterfor-OIT.htm>.
- Orozco Gómez, Guillermo (1990). Notas metodológicas para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva. *Diálogos de la Comunicación*, 2.
- Orozco Gómez, Guillermo (1997). *La investigación en comunicación y la gestión institucional de la cultura desde la perspectiva cualitativa*. México: Guadalajara.
- Orozco Silva, Eduardo y Carro Suárez, Juan R. (2002). Propuesta de estrategia para la introducción de la gestión de la Información y la gestión del conocimiento en las organizaciones cubanas. *Ciencias de la Información*, abril.
- Pestano Rodríguez, José (2008). Tendencias actuales en la estructura y contenidos de los informativos de televisión. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 453-462. Extraído el 25 de Enero de 2011 desde <http://www.revistalatinacs.org>

/08/38_795_60_TV/Jose_Pestano_Rodriguez.html DOI: 10.4185/RLCS-63-2008-795-453-462.

Ponjuán Dante, Gloria (2003). Gestión documental, de Información y del conocimiento. Puntos de contacto y diferencias. *Ciencias de la Información*, diciembre.

Ponjuán Dante, Gloria (2005). Principios para el mejoramiento y la gestión organizacional. La Habana.

Quiñones, Sergio (2007). La fiesta de Nuestra Señora de los Ángeles de Jagua. Tesis de Licenciatura no publicada, UCF, Cienfuegos.

Rizo, Marta (2008). El papel de la comunicación en la construcción de identidades. Apuntes teóricos y reflexividad metodológica. Extraído el 7 febrero de 2011 desde http://www.infoamerica.org/articulos/r/rizo_marta.htm.

Soler Marchán, David (2003). Fundamentación del Proyecto Luna. Cienfuegos.

Soler Marchán, Salvador (2005). Las comidas y bebidas en las comunidades costeras de Cienfuegos. Cienfuegos.

Soler Marchán, David (2005). La perspectiva sociocultural. Aproximaciones epistemológicas. Proyecto GESTCO no publicado, CPPC, Cienfuegos.

Soler Marchán, David (2006). La Museología, interacción entre ciencia, cultura y sociedad. Tesis de Maestría, UH, La Habana.

Soler Marchán, David (2009). Fundamentación al inventario del Patrimonio Inmaterial de la Provincia de Cienfuegos. CPPC, Cienfuegos.

Soler Marchán, David. La perspectiva sociocultural en el Patrimonio Inmaterial. Acercamientos epistemológicos. Taller Internacional y consulta de la UNESCO, La Habana.

Telecentro Perlavisión (2008-2010). *Dirección por Objetivos y Diagnóstico Estratégico*, Cienfuegos: Autor.

Telecentro Perlavisión (2008-2010). *Planificación Estratégica*, Cienfuegos: Autor.

Telecentro Perlavisión (2008-2010). *Programa de desarrollo cultural*, Cienfuegos: Autor.

Telecentro Perlavisión (2011). *Estrategia General. Manual de Gestión de la Calidad*. Cienfuegos: Autor.

Trelles, I. y Rodríguez, M. (2005). *La Comunicación de la Ciencia y la Tecnología. Una visión Universitaria*, Ciudad de la Habana: Pablo de la Torriente.

Trelles Rodríguez, Irene (Comp.). (2006). *Comunicación Organizacional (Selección de lecturas)*. La Habana: Félix Varela.

Valdés Petitón, Lilia M. (2006). *La Globalización en la Cultura*. Tesis de Investigación no publicada, CSC, Cienfuegos.

Anexos

Anexo 1

Guía de observación

Para los programas, los consejos de dirección, consejos técnicos asesores y las reuniones de análisis de la programación.

Objetivo: Constatar la calidad con que se analiza el tratamiento a la comunicación gestión institucional en el telecentro Perlavisión a partir de los indicadores y variables seleccionadas así como la importancia que ella ofrece en el proceso de dirección administrativa y técnico y el tratamiento de los actores internos y externos de la organización y a las revistas particulares.

Fecha: _____

Lugar: _____

Tipo de actividad: _____

Actividad auspiciada por: _____

Personal de apoyo: _____

Actividad a observar _____

Hora de comienzo: _____

Hora de terminación: _____

Actores empelados: _____

Participantes por grupos de edades: _____

Invitados: _____

Caracterización de la actividad:

Locación: _____

Nivel de participación de los directivos, asesores y técnicos:

Tratamiento que se les ofrece a los públicos internos y externos:

Opiniones de los participantes: _____

Otros aspectos de interés: _____

Evaluación general: _____

Análisis de los resultados: _____

Anexo 2

Guía del análisis de documentos

Objetivos:

1. Revisar los documentos oficiales y de trabajo de gestión institucional del Telecentro Perlavisión para conocer el tratamiento que se le ofrece a la comunicación y a la gestión organizacional cultural y en especial a las revistas culturales e informativas.
2. Buscar y recoger la documentación.

Documentos analizados:

Actas de consejos de dirección y consejos técnicos, expedientes, parrilla de programación, dictámenes asesores, videos de programas, dirección por objetivos, documentos metodológicos y normativos de la acción planificadora del telecentro, estudios de gestión de la calidad, manual de procedimiento de la institución, estrategia institucional del telecentro planes de capacitación, estudios de población efectuado, metodologías de las revistas culturales, informativas, históricas de la institución.

Aspectos a tener en cuenta.

Breve reseña del documento:

Crítica de documentos:

Registros de datos de los documentos:

Análisis crítico de la información:

Redacción de las informaciones.

Anexo 3

Entrevista a directivos del Telecentro Perlavisión

Objetivo: Evaluar qué preparación poseen los directivos y asesores de Perlavisión para estimular y desarrollar la gestión institucional y su comunicación.

Objeto: Valoración sobre la preparación de los directivos, y asesores de Perlavisión para estimular y desarrollar la gestión institucional y su comunicación.

Estimado colega:

A continuación te ofrecemos algunos indicadores para que usted se autovalore.

Necesitamos de su sinceridad y colaboración para la realización de nuestra investigación sobre la gestión institucional y los procesos de comunicación en la organización Perlavisión para las revistas informativas.

1. Facilitas el intercambio entre los planificadores, implementadores de las revistas informativas.
2. Te muestras interesado en colaborar cuando te solicitan apoyo para una actividad de las revistas informativas.
3. Estimulas los resultados de los programas, productores, directores, guionistas, entre otros.
4. Sientes orgullo por la comunicación que estableces dentro del proceso que diriges.
5. Participas en las actividades que desarrollan los productores de revistas. Cómo y porqué.
6. Existe en la programación y planificación de la organización estrategias para la gestión institucional de las revistas informativas. En caso negativo, por qué , en caso positivo que consideración tiene Ud. de ellas.
7. Te autosuperas para que evolucione positivamente tu competencia para el desarrollo de la gestión institucional en las revistas informativas.
8. Como Ud. evalúa las revistas informativas variadas en cuanto a contenido, alcance e impacto. Por qué.

9. Se trabaja en la organización con los públicos internos y externos. En caso negativo explique el por qué en caso positivo descríbalos.
10. Considera Ud. que se trabaja con la cultura en la organización para el diseño de la estrategia. Por qué.
11. Considera Ud. que los procedimientos empleados para los procesos de gestión son eficientes. Mencionalos y jerarquícelos.
12. En su opinión cuales son los más efectivos

¡Muchas gracias!

Anexo 4

Entrevista a público interno

Objetivo: Contrastar las opiniones de los públicos internos y externos sobre la gestión institucional y su comunicación de Perlavisión.

Objeto: Valoración sobre la preparación de los directivos, asesores de Perlavisión para estimular y desarrollar la gestión institucional y su comunicación.

Estimado colega:

A continuación te ofrecemos algunos criterios para que usted se autovalore.

Necesitamos de su sinceridad y colaboración para la realización de nuestra investigación sobre la gestión institucional y los procesos de comunicación en la organización Perlavisión para las revistas informativas.

1. Facilitas el intercambio entre los planificadores, implementadores de las revistas informativas variadas.
2. Te muestras interesado en colaborar cuando te solicitan apoyo para una actividad de las revistas informativas variadas.
3. Estimulas los resultados de los programas, productores, directores, guionistas, entre otros.
4. Sientes orgullo por la comunicación que estableces dentro del proceso que diriges.
5. Participas en las actividades que desarrollan los productores de revistas. Cómo y porqué.
6. Existe en la programación y planificación de la organización estrategias para la gestión institucional de las revistas informativas variadas. En caso negativo porqué, en caso positivo que consideraciones tiene Ud. de ellas.
7. Te autosuperas para que evolucione positivamente tu competencia para el desarrollo de la gestión institucional en las revistas informativas variadas.
8. Como Ud. evalúa las revistas informativas variadas en cuanto a contenido, alcance e impacto. Porqué.

9. Se trabaja en la organización con los públicos internos y externos. En caso negativo explique el porqué en caso positivo descríbalos.
10. Considera Ud. que se trabaja con la cultura de la organización para el diseño de la estrategia. Porqué.
11. Considera Ud. que los procedimientos empleados para los procesos de gestión son eficientes. Mencionalos y jerarquícelos.
12. En su opinión cuales son los más efectivos.

¡Muchas gracias!

Anexo 5

Entrevista a directores, guionistas y productores del Telecentro Perlavisión

Objetivo: Evaluar los criterios que poseen Directores, guionistas, productores de las revistas informativas variadas de “Perlavisión”.

Estimado colega:

Necesitamos hacerte algunas preguntas que serán de mucha utilidad en la investigación que estamos realizando. Contamos con tu colaboración y le agradecemos su aporte, pues sus informaciones permitirán perfeccionar el trabajo de gestión institucional y comunicación organizacional de Perlavisión.

Preguntas:

1. ¿Cómo te sientes trabajando en el Telecentro Perlavisión? Fundamenta.
2. ¿Cuáles son las acciones que más te gustan realizar y cuáles no? ¿Por qué?
3. ¿Cómo consideras que se planifica, organiza, controla y evalúa el trabajo por parte de tus directivos, y asesores para las revistas informativas variadas?
4. ¿Cuentas con los recursos financieros, materiales y tecnológicos necesarios para el desarrollo de tu actividad en las revistas informativas variadas?. En caso negativo porqué.
5. ¿Considera que los recursos materiales y tecnológicos se emplean de forma adecuada en las revistas informativas variadas?
6. ¿Se facilita por parte de tus directivos las condiciones y apoyo de otros factores para la realización de tu trabajo? Jerarquícelas
7. ¿Cómo son las relaciones personales e institucionales que estableces con tus directivos?
8. ¿Tienes libertad para emitir criterios? ¿Qué sucede cuando dices algo de gran valor? ¿Qué sucede cuando te equivocas? Fundamenta.
9. ¿Cómo evalúas la preparación de tus directivos para establecer una adecuada estrategia institucional y de comunicación? ¿Por qué?

10. ¿Conoces a profundidad sobre la gestión institucional y comunicación organizacional? ¿Por qué?
11. ¿Se contó con tu participación para la elaboración del manual de procedimientos, los indicadores de calidad, el objeto social y las misiones de la institución?. Fundamente.
12. ¿Participas en las evaluaciones de los indicadores de gestión institucional frecuentemente?. ¿Por qué?
13. ¿Participas en los procesos de perfeccionamiento institucional de la gestión y la comunicación?. ¿Por qué?.
14. ¿Considera Ud. que se trabaja con los públicos y actores externos del telecentro?. Fundamente.
15. ¿Qué opina Ud. de la entrevista y si lo deseas puedes agregar otras consideraciones al respecto?

Anexo 6

Metodología empleada en los talleres para el trabajo de grupo con públicos externos e internos.

Estimado/a técnico, especialista, asesor y directivo del Perlavisión le invitamos el próximo ____ de _____ de a participar en un encuentro de trabajo que realizaremos en _____ a las _____.

Sus aportes son imprescindibles... ¡Le esperamos!

El objetivo de este encuentro es intercambiar opiniones, criterios y puntos de vista acerca de la gestión institucional y comunicación que existe en nuestra organización Perlavisión, principales obstáculos, dificultades y bondades, las cuáles caracterizan e inciden en la eficacia de la misma.

Su participación es de vital importancia para el éxito de este encuentro, podrán aportar las experiencias de mayores resultados y las valoraciones serán muy beneficiosas a la investigación.

Es recomendable que en los procesos de comunicación dialógica se escuche atentamente a los demás, se respete y no se interrumpan las intervenciones.

Aspectos en los que debe auto prepararse:

1. ¿Conoce Ud. qué es la gestión institucional y la comunicación organizacional y sus principales características y tendencias?
2. ¿Cuáles han sido las vías principales que utiliza para conocerla? Específicamente para la organización y para las revistas informativas variadas.
3. ¿Usted ejecuta estrategias y acciones de gestión institucional y comunicación organizacional para las revistas informativas variadas? ¿Cuáles?
4. Emita su opinión sobre gestión institucional y comunicación en los siguientes aspectos.
 - Ajuste a las necesidades de la organización.
 - Participación de los actores internos y externos.

- Calidad de las mismas.
- Preparación que realiza.
- Participación de los todos los integrantes en la gestión.

¿Poseen los directivos, asesores y técnicos los conocimientos necesarios para desarrollar una adecuada gestión institucional y comunicación organizacional para la revistas informativas variadas.

Si___ No___ ¿Qué necesitan?

¿Considera que se puede mejorar la gestión institucional y la comunicación organizacional para la revistas Informativas Variadas. Mencione vías para ello.

¿Cómo pueden los actores internos y externos contribuir al mejoramiento de la gestión institucional de comunicación organizacional?

¿Cómo considera Ud. puede Perlavisión perfeccionar la labor de comunicación interna y externa con los actores sociales para las revistas Informativas variadas?

¿Existe en otras instituciones culturales, científicas o académicas estrategias de capacitación para el desarrollo de conocimientos y habilidades en comunicación organizacional?

Si _____ No _____ ¿Por qué?

¿Cómo Ud. proyectaría la gestión institucional para la Revista Informativa Variada Tardes de Jagua? ¿Por qué?

¿Para quiénes y cómo Ud. proyectaría las acciones de la gestión institucional para la Revista Tardes de Jagua?

¿Cómo Ud. desarrollaría la labor con los públicos internos y externos de la revista Informativa Variada Tardes de Jagua?

Indicaciones metodológicas para el desarrollo del plan del grupo de discusión.

Propósito:

Intercambiar opiniones y/o criterios sobre cómo se ha desarrollado la comunicación entre: los técnicos, especialistas, asesores y directivos.

Plantear sugerencias para elevar y perfeccionar esta labor.

Participantes:

Técnicos, especialistas, asesores y directivos.

Componentes del grupo:

En cada grupo de discusión participaron aproximadamente 6 participantes según la muestra seleccionada.

Fases:

I.- PREPARACIÓN

Contacto anterior con los participantes y propuesta de convocatoria. Envío de invitación con orientaciones a cada uno de los participantes, informándoles sobre el tema a tratar, los objetivos a alcanzar y posibilidades de participación. Los exhortamos a prepararse para este intercambio y se les destaca la importancia de su aporte para el presente y futuro de su labor. Mediante esta fase garantizamos una acertada preparación de los participantes y del coordinador o facilitador que en este caso será la directora de la Revista Informativa Variada “Tardes de Jagua” y su guionista.

II.- DESARROLLO

Etapas inicial:

Presentación de los participantes, destacando sus logros, potencialidades y formas de comunicación. Se incluye el coordinador y los observadores de la sesión.

Presentación del tema y los objetivos del grupo de discusión por el coordinador de forma breve y precisa. El coordinador debe estar bien preparado en el tema en cuestión, especialmente en los aspectos que suscitarán el debate y la discusión; pero permitiendo la libre expresión de los participantes y facilitando que se llegue a un consenso.

Explicación de las pautas para el funcionamiento de la discusión como: duración, características de las intervenciones, tiempo de duración, comportamiento a asumir, entre otros aspectos. Se recuerdan las reglas para una discusión efectiva en grupo.

Etapas intermedia:

Cada participante expondrá sus experiencias, opiniones y/o valoraciones sobre cada uno de los tópicos previstos en función del tema. El equipo coordinador tomará nota de las opiniones encontradas o que puedan ser objeto de una discusión en profundidad y las comentará públicamente para estimular la adopción de posiciones al respecto entre los participantes.

En la medida que el ritmo de la discusión lo permita ir incorporando nuevas cuestiones de interés para la investigación y se irá registrando el cómo y las sugerencias aportadas para el tratamiento de la comunicación organizacional.

Etapas final:

Resumir finalmente por parte del equipo coordinador los resultados del intercambio realizado en cuanto a:

- Aspectos coincidentes
- Puntos de enfrentamiento abierto y a los cuales no se llegó a un consenso.
- Acuerdos asumidos y/o consensuados entre todos.

III.- Procesamiento de la información

Transcribir todo lo grabado.

Arribar a conclusiones según lo discutido y organizarla por aspectos.

Ideas claves sobre las cuales desarrollar el grupo de discusión:

Se tendrán en cuenta cuatro ideas claves, alrededor de los cuales se realizarán los grupos de discusión:

- No existe una adecuada gestión institucional en las revistas culturales e informativas en el telecentro y en especial para “Tardes de Jagua”.
- Cómo desarrollar la gestión institucional y comunicación organizacional entre directivos, técnicos, especialistas, y asesores.
- El papel de los actores internos y externos para las revistas culturales e informativas y en especial para “Tardes de Jagua”.
- Requerimientos para el diseño de estrategias de gestión institucional para la revista “Tardes de Jagua”.

Lugar donde se desarrollarán los talleres:

Anexo 7

Ejemplo de Proyecto creativo de la Revista Informativa Variada “Tardes de Jagua”

TELECENTRO: PERLAVISIÓN

Proyecto de programa

Título del Programa: “Tardes de Jagua”

Dirección: Beatriz Peraza Capdevila y Lisbet Pérez Veitía.

Guión: Gladys María Calzadilla Solves.

Tiempo de Transmisión: 27 minutos.

Función: Informativo, Instructivo, didáctico, orientador y recreativo.

Origen: Se trabajará básicamente en estudio un 70% del tiempo televisivo y un 30% en exteriores.

Destinatario: La Familia cienfueguera, como fortaleza esencial, por la gran influencia que ejerce en la vida cotidiana y en todas las realidades y condiciones en las que esta transcurre.

Objetivos:

Promover el acontecer provincial en lo social, económico y político; ofrecer informaciones de interés general que alcancen niveles de inmediatez; se suscita el conocimiento y la orientación social; aborda con empeño las tradiciones del territorio y promueve la reivindicación y formación de valores en nuestra sociedad. El programa abordará disímiles temas de interés general para la familia cienfueguera, entre los que destacan: identificación y fomento de los valores en nuestra sociedad, defensa de la identidad cultural como único modo de legitimación social, labor y socialización de los proyectos socioculturales comunitarios, opciones recreativas, etc.

en sentido general aspiramos ha que la familia se sienta reflejada en cada propuesta televisiva.

Realización: El programa se desarrollará básicamente en estudio, y desde éste lugar se dará paso a los segmentos o secciones que serian grabadas –previamente- en exteriores y en el propio estudio. Pretendemos en el orden de realización presentar cada día una propuesta dinámica, informativa, orientadora, entretenida, e instructiva.

Contenido: Informar, instruir, orientar, entretener y recrear a la familia cienfueguera -que en su mayoría- disfruta de vacaciones en este período estival.

Forma: Tendremos un conductor guía en estudio, y locutores de apoyo tanto en estudio como en exteriores. El programa tendrá un sello coloquial y fresco de manera que la propuesta que llevemos al televidente atrape su interés y sea de su preferencia.

Características formales:

Abordaremos cada día variados temas a través de la presencia en vivo de entrevistados en el estudio; los segmentos se irán insertando de modo coherente al discurso y diseño del programa, complementan la propuesta momentos musicales, spot, mensajes promocionales, reportajes, etc. Respetando siempre el diseño estructural del espacio y la dramaturgia para éste tipo de emisión televisiva.

Frecuencia: Lunes, Martes, Jueves y Viernes

A continuación se describen los segmentos habituales y de la reserva que conformarán la estructura estética de Tardes de Jagua.

Día de la Semana	SEGMENTOS	Frecuencia
Lunes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Música en Vivo ➤ Luís en Casa ➤ La Tarde tiene su Opinión 	Semanal Quincenal Quincenal
Martes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El Video Clip Cubano ➤ La Música en Imágenes (1er martes del mes) ➤ En busca de talentos... (2do martes del mes) ➤ ¡Desde los Jardines...! (3er martes del mes) ➤ Cubano de Cienfuegos (4to martes del mes) 	Semanal Mensual Mensual Mensual Mensual
Jueves	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Música en vivo ➤ Espacio Vital ➤ ¡Qué lo diga Cienfuegos...! 	Semanal Quincenal Quincenal
Viernes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El Video Clip Cubano ➤ Hablando de Cine ➤ Escena abierta 	Semanal Semanal Semanal

Descripción de cada uno de los segmentos tanto los habituales como los de la reserva:

- **LUIS EN CASA:** habitual
Espacio de facilitación social, con sugerentes temas e instructivas propuestas.
- **LA TARDE TIENE SU OPINIÓN:** habitual
Espacio de opinión que aborda disímiles temas de la cotidianidad cienfueguera, a través de la crítica responsable.
- **ESPACIO VITAL:** habitual
Segmento que promueve la obra creativa de los Artistas de la Plástica del territorio.
- **HABLANDO DE CINE:** habitual
Sección de promoción cinematográfica que incluye cartelera provincial.
- **LA MÚSICA EN IMÁGENES:** habitual
Se promueve la producción discográfica y audiovisual cubana a través de ARTEX.
- **MUSEO EN CASA:** habitual
- **EN BUSCA DE TALENTO:** (nueva) habitual
Un conductor en exteriores estará interactuando con el pueblo cienfueguero, buscado en la sabiduría popular ése artista que todos los cubanos llevamos dentro.
- **¡DESDE LOS JARDINE!:** (nueva) habitual
Promoción de las Peñas habituales que se desarrollan en los Jardines de la UNEAC, con breves intercambios con algunos de sus protagonistas.
- **¡ESCENA ABIERTA!:** (nueva) habitual
Promoción de toda la programación que se genera tanto en la escena del Teatro Tomás Terry como en su Café Teatro cada fin de semana.
- **CUBANO DE CIENFUEGOS:** (nueva) habitual

Representantes de la sociedad cienfueguera ofrecerán de forma exacta, precisa y breve su criterio acerca de lo que significa para ellos Cienfuegos... (Pueden ser varias personas)

➤ **¡QUÉ LO DIGA CIENFUEGOS!:** habitual

Segmento que nos permitirá la interacción directa con el público cienfueguero a través de su opinión sobre diversos temas de interés general, donde el discernimiento y la reflexión oportuna hallarán oficio.

➤ **¡TOME NOTA!:** (nueva) reserva

Una voz en off brindará de forma sintetizada y rápida interesantes informaciones que enriquecerán instructivamente a nuestros televidentes...

➤ **CONEXIÓN DIRECTA:** (nueva) reserva

Las corresponsalías municipales tendrán la posibilidad de tributar a la revista materiales didácticos, reseñas, reportajes, crónicas, etc. relacionado con hechos cotidianos de su localidad.

➤ **NOTI-JOVEN:** (nueva) reserva

Nos permitiría promover sistemáticamente el accionar de la Unión de Jóvenes Comunistas, a través del quehacer de la FEU, FEEM, OPJM, Brigada de Instructores de Arte José Martí, etc.

➤ **LA TARDE SE MUEVE:** (nueva) reserva

Segmento que propiciará un acercamiento o intercambio al objeto social de sectores que forman parte de la realidad cienfueguera: centros laborales, espacios recreativos, culturales y de toda índole.

➤ **MUSEO EN CASA:** (nueva) reserva

Segmento que propiciará una aproximación al conocimiento de nuestro Patrimonio cultural y natural, poniendo a disposición de los televidentes una valiosa información cultural devenida en conocimientos auténticos acerca de nuestra identidad.

Autora: Gladys María Calzadilla Solves.

FICHA TÉCNICA

TELECENTRO: Perlavisión.

PROGRAMA: TARDES DE JAGUA.

FRECUENCIA: LUNES, MARTES, JUEVES Y VIERNES.

TIEMPO: 27 Minutos.

DESTINATARIO: Población en General.

FUNCIÓN: Informativa, Instructiva, didáctica, orientadora, divulgadora y recreativa.

FORMA: Revista informativa variada en vivo, en la que una conductora guía el desarrollo de entrevistas y presenta los diversos segmentos y secciones que se integran al diseño estético-dramatúrgico del espacio televisivo.

OBJETIVOS: Promover el acontecer provincial en lo social, económico y político; ofrecer informaciones de interés general que alcancen niveles de inmediatez; se suscita el conocimiento y la orientación social; aborda con empeño las tradiciones del territorio y promueve la salvaguarda, el rescate y formación de valores en nuestra sociedad.

CONTENIDO: Recorrido por el quehacer social, económico, político y cultural de la provincia, con presencia de invitados que abordan temas de utilidad colectiva; soporte de imágenes, se incluyen segmentos y secciones entre los que se destacan: de facilitación social, la opinión responsable, la orientación, la cultura general integral, la presentación de músicos del territorio y del nivel nacional, reportajes periodísticos, etc.

DESCRIPCIÓN DE LOS SEGMENTOS Y SECCIONES:

- **TODO CLIP:** Segmento musical que promueve los videos clip de producción nacional e internacional. (lunes y jueves alternos)
- **CITA CON ASÍ SON:** Segmento musical dedicado a la Trova y a la canción como géneros. (jueves alternos)
- **ESTAR AL TANTO:** Segmento para promover a los músicos cienfuegueros. (martes y viernes)
- **LUIS EN CASA:** Segmento de facilitación social.
- **LA TARDE TIENE SU OPINIÓN:** Espacio de opinión que aborda disímiles temas de la cotidianidad cienfueguera, a través de la crítica responsable.
- **ANDARES:** Sección didáctica e histórica que nos permite conocer sobre el patrimonio material e inmaterial de la provincial. (martes alternos)
- **¿QUÉ HAY DE NUEVO?:** Sección que promueve temas de interés, curiosidades, hechos insólitos o acontecimientos que forman parte de nuestra cotidianidad. (martes alternos)
- **VÍA A LA VIDA:** Sección que promueve temas relacionados con la cultura vial y que tiene el auspicio de la Dirección Provincial de Transito. (jueves alternos)
- **ESPACIO VITAL:** Segmento que promueve la obra creativa de los Artistas de la Plástica del territorio. (jueves alternos)
- **¡QUE LO DIGA CIENFUEGOS!:** Segmento que propicia la interacción directa con el público cienfueguero, para requerir su opinión sobre diversos temas. (viernes alternos)
- **HABLANDO DE CINE:** Sección de promoción cinematográfica que incluye cartelera provincial. (todos los viernes)
- **DE TARDE CON AMANDA:** Sección Infantil, para promover a los creadores cienfuegueros que trabajan para los niños y niñas; incluye cartelera. (todos los viernes)

Anexo 8

Ejemplo de planes temáticos trimestral y anual de la Revista Informativa Variada “Tardes de Jagua”

Telecentro: **Perlavisión**

Plan Temático Trimestral

Guionista: **Gladys María Calzadilla**

Programa: Revista Informativa Variada: **Tardes de Jagua.**

Trimestre: **Octubre-Noviembre-Diciembre**

Año: **2009**

Salida al aire	Tema principal	Secciones	INVITADOS	Institución que Respalda	Valores
Octubre	Octubre	Octubre	Octubre	Octubre	Octubre
JUEVES: 1 / 10 / 2009	3 de Octubre, Día del Trabajador Agropecuario. ¿Cómo los agropecuarios cienfuegueros celebrarán su efeméride, y ratificarán sus compromisos en la producción de alimentos para el pueblo?.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Espacio Vital 	Dos representantes del sector agropecuario.	Sindicato Provincial Agropecuario.	Corporales, sociales, morales, ecológicos y políticos
VIERNES: 2 / 10 / 2009	II TEMAS: 1.- Cienfuegos es sede cada año <en el mes de octubre> de una Temporada de Danza que promueven de conjunto el Consejo Provincial de las Artes Escénicas y el Teatro Tomás Terry. Propuestas para éste 2009...2.- Cobertura para la promoción de eventos o sucesos culturales que acontezcan el fin de semana.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Hablando de Cine 	Dos especialistas del Consejo Provincial de las Artes Escénicas o del Teatro Tomás Terry.	Consejo Provincial de las Artes Escénicas.	Intelectuales, estéticos, sociales y morales
LUNES: 5 / 10 / 2009	El Comité Provincial de Unión de Jóvenes Comunistas (UJC) en Cienfuegos, promueve programa de actividades que dedicará nuestro territorio a la tradicional Jornada Ideológica Camilo-Ché del 8 al 28 de octubre.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ La Tarde tiene su opinión ➤ Luis en Casa 	Dos representantes del Comité Provincial de la UJC.	Comité Provincial de la UJC.	Morales, sociales y políticos
MARTES: 6 / 10 / 2009	7 de Octubre, Día del Innovador. El movimiento de innovadores y racionalizadores en Cienfuegos contrae nuevos compromisos para revitalizar los forum de ciencia y técnica en todas las entidades sureñas.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ ¡Qué lo diga Cienfuegos...! 	Dos representantes de la ANIR en la provincia.	ANIR Provincial.	Intelectuales, morales, sociales y políticos.

JUEVES: 8 / 10 / 2009	La Dirección Provincial de Cultura en Cienfuegos promueve programa de acciones culturales que desarrollará el territorio, en saludo a la Jornada por la Cultura Cubana del 10 al 20 de Octubre.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Prevención, una vida X delante 	Dos especialistas de la Dirección Provincial de Cultura en Cienfuegos.	Dirección Provincial de Cultura.	Intelectuales, estéticos, morales, sociales y políticos
VIERNES: 9 / 10 / 2009	II TEMAS: 1.- Promoción de la Jornada de la Cultura en el Municipio de Aguada de Pasajeros; lo mejor de sus tradiciones reflejo de la comunidad. 2.- 10 de Octubre, Día Mundial de la Salud Mental. ¿Cómo se estructura y organiza la atención médica de esta especialidad en nuestro territorio?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Hablando de Cine 	Un invitado por cada tema	Dirección Provincial de Cultura y Dirección Provincial de Salud	Corporales, Intelectuales, estéticos, morales, sociales y políticos
LUNES: 12 / 10 / 2009	La Comisión Provincial del Sistema de Prevención y Atención Social en Cienfuegos promueve temas de alto interés para el enfrentamiento de las principales problemáticas que se dan en nuestra sociedad. ¿Cómo se promueve la ubicación laboral de los reclusos y de las personas sancionadas a medidas no privativas de libertad?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip La Tarde tiene su opinión ➤ Luis en Casa 	Dos representantes del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (Se coordina con Isabel en el teléfono 510361)	Comisión Provincial del Sistema de Prevención y Atención Social en Cienfuegos	Sociales, morales y políticos.
MARTES: 13 / 10 / 2009	Cienfuegos será la sede del Acto Central Nacional que tendrá lugar el día 14, pues Octubre es el "Mes de la Calidad". Principales acciones que promueve la Oficina Territorial de Normalización, para honrar la memoria del Ché. (Se coordina con Norma Ortega en el teléfono 511085)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip Cubano ➤ ¡Qué lo diga Cienfuegos...! 	Dos representantes de la Oficina Territorial de Normalización en Cienfuegos	Oficina Territorial de Normalización en Cienfuegos	Sociales, morales y políticos.
JUEVES: 15 / 10 / 2009	"Impronta de la Oficina del Conservador de la Ciudad" . Accionar de una de sus dependencias.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Espacio Vital 	Dos representantes de la Oficina del Conservador de la Ciudad.	Asamblea Provincial del Poder Popular	Sociales, morales y políticos.
VIERNES: 16 / 10 / 2009	II TEMAS: 1.- Destacadas Personalidades de la Cultura son homenajeadas en Cienfuegos como parte de los festejos por el día de la Cultura Cubana. 2.- Cobertura para la promoción de eventos o sucesos culturales que acontezcan el fin de semana.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip Hablando de Cine 	Dos Personalidades de la Cultura en Cienfuegos	Dirección Provincial de Cultura	Intelectuales, estéticos, sociales, morales y políticos.
LUNES: 19 / 10 / 2009	XIII Feria de Arte Popular, en saludo al Día de la Cultura Cubana, organizada por el Centro Provincial de Casas de Cultura, constituye el evento más representativo del sistema de Casas de Cultura que refleja los resultados de trabajo en función de revitalizar y rescatar los valores identitarios.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ La Tarde tiene su opinión ➤ Luis en Casa 	Dos representantes del Centro Provincial de Casas de Cultura	Centro Provincial de Casas de Cultura	Intelectuales, estéticos, sociales, morales y políticos.
MARTES:	20 de Octubre, Día de la Cultura Cubana. En Cuba la Cultura no es parte del proceso revolucionario, es la revolución misma. "Una Revolución solo puede ser hija de la cultura y de las ideas, puesto que sin cultura no hay libertad ni soberanía posibles"; como dijera	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ ¡Qué lo diga Cienfuegos...! 	Dos Miembros de Unión Nacional Escritores y	Comité Provincial de la UNEAC	Estéticos. Intelectuales, sociales, morales y

20 / 10 / 2009	Fidel. Intelectuales cienfuegueros reflexionan sobre el 20 de octubre, autentica jornada de cubanía.		Artistas de Cuba.		políticos
JUEVES: 24 / 10 / 2009	Este año la Editorial Mecenas arriba a su Aniversario XVIII. Quienes hoy son responsables y protagonistas de su objeto social cuentan que ha significado para Cienfuegos contar con ésta Casa editorial.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Prevención, una vida X delante 	Dos representantes de la Editorial Mecenas.	Centro Provincial del Libro y la Literatura	Estéticos. Intelectuales, sociales, morales y políticos
VIERNES: 23 / 10 / 2009	II TEMAS: 1.- Acercamiento a la impronta innovadora de un proyecto teatral que ha tenido como máximo inspirador a un reconocido dramaturgo cienfueguero, que supo transmitir con atinado criterio todo su arsenal de conocimientos respecto al teatro y el modo de echar andar la fórmula conocida como: Teatro de la Fortaleza vs. Atilio Caballero. 2.- Cobertura para la promoción de eventos o sucesos culturales que acontezcan el fin de semana.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Hablando de Cine 	Dos representantes del Grupo de Teatro La Fortaleza, preferentemente Atilio Caballero y otro integrante.	Consejo Provincial de las Artes Escénicas	Intelectuales, estéticos, sociales y morales.
LUNES: 26 / 10 / 2009	“Por una Cultura de Ahorro”. Especialistas de la Organización Básica Eléctrica (OBE) en Cienfuegos abordan temas relacionados con el Uso racional de la energía eléctrica en el territorio y sobre la continuidad del Programa de la Revolución energética y de la actual contingencia que vive el país.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ La Tarde tiene su opinión ➤ Luís en Casa 	Dos Especialistas de la Organización Básica Eléctrica (OBE)	Dirección Provincial de la OBE	Sociales, morales y políticos.
MARTES: 27 / 10 / 2009	Prepara la Asociación Cubana de Artesanos Artistas nueva edición del Festival Provincial “Hecho a Mano” 2009.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ ¡Qué lo diga Cienfuegos...! 	Dos representantes de la Asociación Cubana de Artesanos artistas	Filial Provincial de la ACAA	Intelectuales, estéticos, sociales y morales.
JUEVES: 29 / 10 / 2009	La Cátedra de Estudios Comunitarios Paulo Freire del Centro Provincial de Superación para la Cultura, prepara el V Encuentro Internacional: Presencia de Paulo Freire. El evento que perpetúa su legado tiene carácter bianual y tiene entre sus ejes temáticos: “los procesos educativos comunitarios actuales”.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Espacio Vital 	Dos representantes de la Cátedra de Estudios Comunitarios Paulo Freire (Se coordina con el Dr. Mariano Isla Guerra en el teléfono: 519745)	Centro Provincial de Superación para la Cultura	Intelectuales, estéticos, sociales, morales y políticos.
VIERNES: 30 / 10 / 2009	II TEMAS: 1.-Promueve el Consejo Provincial de las Artes Escénicas la VI Edición de la Bial de Teatro en la Montaña. 2.- Cobertura para la promoción de eventos o sucesos culturales que acontezcan el fin de semana.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Hablando de Cine 	Dos especialistas del Consejo Provincial de las Artes Escénicas	Consejo Provincial de las Artes Escénicas	Intelectuales, estéticos, sociales, morales.
Noviembre	Noviembre	Noviembre	Noviembre	Noviembre	Noviembre
LUNES: 2 / 11 / 2009	¿Existirá alguna formula <verdaderamente efectiva>, para que los cubanos “cuidemos mejor nuestro idioma y hasta nuestra ortografía”...? Quizás no encontremos todas las respuestas o formulaciones para dejar despejadas este par de interrogantes, pero sí existe en Cienfuegos una persona que se ocupa y preocupa por transmitir algunas recomendaciones puntuales sobre estos temas cada semana... tiene un vínculo cercano	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ La Tarde tiene su opinión ➤ Luís en Casa 	Un invitado el periodista Octavio Pérez Valladares	Emisora Provincial Radio Ciudad del Mar	Intelectuales, estéticos, sociales y morales

	con un importante medio de comunicación: la radio y su nombre es Octavio Pérez Valladares, periodista.				
MARTES: 3 / 11 / 2009	En la Escuela Fernando Pérez Guardarrama existe un Proyecto Medio ambiental que tiene como objetivo primordial promover la formación de valores en las nuevas generaciones. "Planetarios al rescate", nombre de dicho proyecto ha recibido múltiples premios y reconocimientos del CITMA y otras instituciones de la provincia; su creadora es la Profesora María del Carmen Broche Esquirol, comparte las experiencias que ha vivido con sus planetarios...	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ ¡Qué lo diga Cienfuegos...! 	Dos invitados la Profesora María del Carmen Broche y un miembro del proyecto. (Se coordina con la profe en los teléfonos: 524142 escuela y en su casa en el 512856)	Escuela Fernando Pérez Guardarrama	Corporales, sociales, mortales y ecológicos
JUEVES: 5 / 11 / 2009	La Universidad del Adulto Mayor constituye uno de los programas educativos más nobles de la revolución; quienes cursan hoy la tercera edad tienen la posibilidad de continuar ampliando su universo de conocimientos...El Museo Hermanas Giral sirve de sede al programa y muestra significativas experiencias... (Este tema de coordinará con Zoraida Riva en el teléfono: 516813)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Prevención, una vida X delante 	Dos representantes de la Universidad del Adulto Mayor del Museo Hermanas Giral	Museo Hermanas Giral	Corporales, intelectuales, sociales, morales y políticos
VIERNES: 6 / 11 / 2009	II TEMAS: 1.- ¿Qué significación tiene la Fotografía para Omar Valenti?; tras los derroteros estéticos de un artista cienfueguero. 2.- Cobertura para la promoción de eventos o sucesos culturales que acontezcan el fin de semana.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Hablando de Cine 	Invitado Omar Valenti	Consejo Provincial de las Artes Plásticas	Intelectuales, estéticos, sociales y morales
LUNES: 9 / 11 / 2009	Promueve nueva Jornada de la Cultura el municipio de Rodas. Afanados en continuar orientando y consolidando la cultura en función de sus tradiciones, la Dirección Municipal de Cultura ha dispuesto para éste 2009 un variado programa de actividades.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ La Tarde tiene su opinión ➤ Luis en Casa 	Dos especialistas de la Dirección Municipal de Cultura en Rodas.	Dirección Provincial de Cultura.	Intelectuales, Estéticos, sociales y Morales.
MARTES: 10 / 11 / 2009	El más importante evento de las Artes Plásticas y el audiovisual que auspicia el Comité Provincial de la UNEAC en Cienfuegos es el VISUARTE se convoca con carácter bianual y pueden participar creadores de todo el país. Promueve el Comité Organizador detalles del certamen que se desarrollará en éste mes de noviembre. (Se coordina con Daribel López en el teléfono: 516117)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ ¡Qué lo diga Cienfuegos...! 	Dos representantes del Comité Organizador del VISUARTE	Comité Provincial de la UNEAC	Intelectuales, estéticos, sociales, morales.
JUEVES: 12 / 11 / 2009	Cienfuegos cuenta con un Centro especializado para la atención a personas que padecen de diabetes mellitus y que es conocida como la "Casita del Diabético"; proponemos un acercamiento a su objeto social, pues la Organización Mundial de la Salud, instauró el 14 de noviembre, como Día Mundial del diabético.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Espacio Vital 	Dos especialistas del Centro de atención al diabético.	Dirección Provincial de Salud	Corporales, sociales, morales y políticos
VIERNES:	II Temas: 1.- Un acercamiento a la Compañía de Teatro Infantil Arlequín, que dirige hace más de 20 años, la profesora Fifi Cosme. 2.- Cobertura para la promoción de eventos o	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Hablando de Cine 	Dos invitados la Profesora Fifi Cosme y un integrante	Centro Provincial de Casas de Cultura	Intelectuales, estéticos, sociales,

13 / 11 / 2009	sucesos culturales que acontezcan el fin de semana.		de la Compañía Arlequín		morales.
LUNES: 16 / 11 / 2009	17 de Noviembre, Día Internacional de la Juventud. Los jóvenes cienfuegueros tienen sobradas razones para festejar la fecha, pues siguen siendo la arcilla fundamental de nuestra revolución. Protagonistas de su tiempo impulsan múltiples proyectos en beneficio de toda la sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ La Tarde tiene su opinión ➤ Luís en Casa 	Dos Jóvenes cienfuegueros con un destacado desempeño.	Comité Provincial de la UJC.	Intelectuales, sociales, morales y políticos.
MARTES: 17 / 11 / 2009	La Comisión Provincial del Sistema de Prevención y Atención Social en Cienfuegos promueve temas de alto interés para el enfrentamiento de las principales problemáticas que se dan en nuestra sociedad. Papel de la CTC en la labor de reinserción social con los reclusos y las personas sancionadas a medidas no privativas de libertad (trabajo político-ideológico con estos)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ ¡Qué lo diga Cienfuegos...! 	Dos representantes de la Central de Trabajadores de Cuba (CTC) (Se coordina con Isabel en el teléfono 510361)	Comisión Provincial del Sistema de Prevención y Atención Social en Cienfuegos	Sociales, morales y políticos.
JUEVES: 19 / 11 / 2009	II Temas: 1.- 19 de Noviembre, Día de la Cultura Física y el Deporte. La provincia de Cienfuegos muestra un desarrollo integrador de la Cultura Física y el Deporte. 2.- 21 de noviembre, Día del Farmacéutico la Unidad Provincial de Farmacias y Ópticas en Cienfuegos significa generalidades de su objeto social. (Este tema se coordina con Arci Vicedirector de la Unidad Prov. de Farmacias y Ópticas en el teléfono 521655)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Prevención, una vida X delante 	Un invitado por cada tema	Dirección Provincial del INDER y Unidad Provincial de Farmacias y Ópticas	Corporales, sociales, morales y políticos.
VIERNES: 20 / 11 / 2009	II TEMAS: 1.- Encuentro Nacional de Poesía Joven, Reina del Mar Editores. Cada año en el mes de noviembre la Asociación Hermanos Saiz de Cienfuegos asume la impronta de la joven vanguardia artística de todo el país porque al decir del maestro: "A las poesías del alma nadie podrá cortar las alas". 2.- Cobertura para la promoción de eventos o sucesos culturales que acontezcan el fin de semana.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Hablando de Cine 	Dos representantes de la AHS	Filial Provincial de la AHS.	Intelectuales, Estéticos, sociales y morales.
LUNES: 23 / 11 / 2009	Aniversario 26 del Museo Provincial de Cienfuegos. Institución cultural que atesora obras patrimoniales de indiscutible valor para nuestra cultura, identidad y tradición. Entidad que combina además, su empeño comunitario con otras expresiones artísticas.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ La Tarde tiene su opinión ➤ Luís en Casa 	Dos Especialistas del Museo Provincial.	Centro Provincial de Patrimonio.	Intelectuales, Estéticos, sociales y morales.
MARTES: 24 / 11 / 2009	La Cátedra de Estudios Comunitarios Paulo Freire del Centro Provincial de Superación para la Cultura, prepara el V Encuentro Internacional: Presencia de Paulo Freire. El evento tiene carácter bianual y tiene entre sus ejes temáticos: la promoción de técnicas participativas que enriquezcan los procesos educativos de creación.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ ¡Qué lo diga Cienfuegos...! 	Dos representantes de la Cátedra de Estudios Comunitarios Paulo Freire (Se coordina con el Dr. Mariano Isla Guerra en el teléfono: 519745)	Centro Provincial de Superación para la Cultura	Intelectuales, estéticos, sociales, morales y políticos.
JUEVES: 26 / 11 / 2009	26 de Noviembre, Día del Economista. Retos y perspectivas que rigen las actuales líneas de trabajos de los economistas y contadores cienfuegueros.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Espacio Vital 	Dos representantes ANEC	ANEC Provincial	Intelectuales, sociales, morales y políticos.
VIERNES:	II Temas: 1.- II Aniversario de fundada la Oficina del Conservador de la Ciudad. Desafíos y perspectivas de los especialistas que la integran. 2.- Promueve la Filial Provincial de la	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Hablando de Cine 	Arquitecto Irán Millán Director de la Oficina del	Asamblea Provincial del	Intelectuales, Estéticos, sociales,

27 / 11 / 2009	ACAA presencia cienfueguera en FIART 2009.		Conservador de la Ciudad. Un representante de la Filial Provincial de la ACAA	Poder Popular. Filial Provincial de la ACAA.	morales y políticos.
LUNES: 30 / 11 / 2009	“ Por una Cultura de Ahorro ”. Especialistas de la Organización Básica Eléctrica (OBE) en Cienfuegos abordan temas relacionados con el Uso racional de la energía eléctrica en el territorio y sobre la continuidad del Programa de la Revolución energética y de la actual contingencia que vive el país.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ La Tarde tiene su opinión ➤ Luís en Casa 	Dos especialistas de la Organización Básica Eléctrica (OBE)	Dirección Provincial de la OBE	Sociales, morales y políticos.
Diciembre	Diciembre	Diciembre	Diciembre	Diciembre	Diciembre
MARTES: 1 / 12 / 2009	II Temas: 1.- 1ro. de Diciembre, Día del Locutor en Cuba, importancia de ésta especialidad artística y compromiso profesional. 2.- 3 de Diciembre, Día del Trabajador de la Salud. Los trabajadores de la salud cubana andan multiplicados por el mundo llevando un mensaje de paz, de solidaridad y de entrega absoluta a su profesión.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ ¡Qué lo diga Cienfuegos...! 	Un invitado por cada tema	ICRT y Sindicato Provincial de la Salud	Intelectuales, estéticos, corporales, sociales, morales y políticos.
JUEVES: 3 / 12 / 2009	5 de Diciembre, Día del Trabajador de la Construcción. Nuevos conceptos tecnológicos se incorporan a la labor incansable de los constructores cienfuegueros. Retos y compromisos de quienes integran el sector.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Prevención, una vida X delante 	Dos representantes del sector de la Construcción	Sindicato Provincial de la Construcción.	Sociales, Morales y Políticos.
VIERNES: 4 / 12 / 2009	II Temas: 1.- Promoción del Hispanarte, evento que auspicia la Academia de baile Flamenco de Joel Zamora en el marco del XIII Aniversario de fundada la academia y el VIII (octavo) cumpleaños de su compañía. El evento tiene carácter nacional y se convoca cada año en el mes de diciembre. 2.- Cobertura para la promoción de eventos o sucesos culturales que acontezcan el fin de semana.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip Hablando de Cine 	Joel Zamora y un miembro de su Compañía.	Dirección Provincial de Cultura.	Intelectuales, estéticos, sociales y morales.
LUNES: 7 / 12 / 2009	Promueve el Centro Provincial de Cine en Cienfuegos las incidencias que tendrá la XXXI Edición del Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano en nuestro territorio.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ La Tarde tiene su opinión ➤ Luís en Casa 	Dos especialistas del Centro Provincial de Cine	Dirección Provincial de Cultura.	Corporales, Intelectuales, estéticos, sociales, morales y políticos.
MARTES: 8 / 12 / 2009	Promoción de la XII Edición del Salón de Arte Naíf, auspiciado por Centro Provincial de Arte, evento que ha devenido en un espacio donde lo real maravilloso se ha convertido en privilegio de un nutrido grupo de creadores que desde su inocencia de corazón salvaguardan nuestra identidad.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ ¡Qué lo diga Cienfuegos...! 	Dos especialistas del Centro Provincial de Arte.	Consejo Provincial de las Artes Plásticas	Corporales, Intelectuales, estéticos, sociales, morales y políticos.
JUEVES: 10 / 12 / 2009	Promoción de la Edición XXXI de la Jornada de la Cultura en el municipio de Cruces, espacio que se dedica a además, al Aniversario 114 de la Batalla de Maltiempo, el más importante hecho histórico de la localidad.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Espacio Vital 	Dos especialistas de la cultura del municipio de Cruces.	Dirección Provincial de Cultura.	Corporales, Intelectuales, estéticos, sociales, morales y políticos.

VIERNES: 11 / 12 / 2009	14 de Diciembre, Día del Trabajador de la Cultura. Corresponde a los artistas cubanos el compromiso y hasta la perspectiva concebida mediante la cual el arte, entre tantas de sus funciones, enseña a pensar, muestra contradicciones de la realidad y sugiere una actitud ante ella.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Hablando de Cine 	Dos representantes destacados de la Cultura en Cienfuegos.	Sindicato Provincial de la Cultura.	Intelectuales, estéticos, sociales, morales y políticos.
LUNES: 14 / 12 / 2009	Aniversario 25 de la Unión Nacional de Arquitectos e Ingenieros de la Construcción de Cuba (UNAIC). Importantes resultados de trabajo exhiben los profesionales cienfuegueros que integran esta organización.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ La Tarde tiene su opinión ➤ Luís en Casa 	Dos representantes de la UNAIC en Cienfuegos.	UNAIC Provincial	Intelectuales, sociales, morales y políticos.
MARTES: 15 / 12 / 2009	Especialistas de la Organización Básica Eléctrica (OBE) en Cienfuegos comparten consejos prácticos con la familia cienfueguera, en el empeño de continuar la batalla por el ahorro de energía eléctrica, y mejorar el consumo de éste indicador.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ ¡Que lo diga Cienfuegos...! 	Dos Especialistas de la OBE y del PAEC	Dirección Provincial de la OBE y del PAEC.	Sociales, morales y políticos.
JUEVES: 17 / 12 / 2009	El programa Tardes de Jagua en coordinación con la Asociación Culinaria de Cienfuegos, convoca al Concurso "Platos típicos de la cocina cienfueguera", podrán participar todos los televidentes que conozcan sobre la tradición culinaria que nos define como región; quienes resulten ganadores serán invitados a la programación de Fin de año que ya prepara el programa Tardes de Jagua y que se dedicará al Aniversario 51 del Triunfo de la Revolución.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Prevención, una vida X delante 	Dos representantes de la Asociación Culinaria	Asociación Culinaria de Cienfuegos	Corporales, Sociales, Morales y Políticos.
VIERNES: 18 / 12 / 2009	II Temas: 1.- El Comité Provincial de la UNEAC en Cienfuegos celebra éste 20 de diciembre su Aniversario XXII. Estrategias que presiden actualmente la huella transformadora de la vanguardia artística cienfueguera. 2.- Cobertura para la promoción de eventos o sucesos culturales que acontezcan el fin de semana.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Hablando de Cine 	Dos Miembros de la UNEAC	Comité Provincial de la UNEAC.	Intelectuales, estéticos, sociales, morales y políticos.
LUNES: 21 / 12 / 2009	La Comisión Provincial del Sistema de Prevención y Atención Social en Cienfuegos promueve temas de alto interés para el enfrentamiento de las principales problemáticas que se dan en nuestra sociedad. Reflejar el papel que desempeña el INDER en la Comisión de Prevención.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ La Tarde tiene su opinión ➤ Luís en Casa 	Dos representantes del INDER. (Se coordina con Isabel en el teléfono 510361)	Comisión Provincial del Sistema de Prevención y Atención Social en Cienfuegos	Sociales, morales y políticos.
MARTES: 22 / 12 / 2009	22 de Diciembre, Día del Trabajador de Educación. El proceso educacional cubano se moderniza y transforma, gracias al protagonismo de sus docentes y a las garantías constitucionales de la revolución.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ ¡Qué lo diga Cienfuegos...! 	Dos trabajadores del sector de la Educación	Sindicato Provincial de la Educación.	Intelectuales, estéticos, sociales, morales y políticos.
JUEVES: 24 / 12 / 2009	Promueve el Comité Provincial de la UJC en Cienfuegos, programa de actividades conmemorativas por el Aniversario 50 del Triunfo Revolucionario y el advenimiento del año 2009.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Espacio Vital 	Dos representantes del Comité Provincial de la UJC.	Comité Provincial de la UJC.	Intelectuales, sociales, morales y políticos.
VIERNES: 25 / 12 / 2009	La Dirección Provincial de Comercio, Gastronomía y los Servicios en Cienfuegos, da a conocer las opciones que tendrá la familia cienfueguera éste fin de año, para celebrar el Aniversario 50 del Triunfo Revolucionario y el advenimiento del año 2009.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ Hablando de Cine 	Dos representantes de la Dirección Provincial de Comercio, Gastronomía y	Dirección Provincial de Comercio, Gastronomía y los Servicios.	Corporales, sociales, morales y políticos.

			los Servicios		
LUNES: 28 / 12 / 2009	En éste año se desarrolló el XIII Congreso Nacional de Enfermería bajo el lema "Gestión del Cuidado para alcanzar la excelencia en salud". Cienfuegos estuvo representado en el conclave por nueve delegados; cuando ésta por concluir el 2009, ¿cómo ha logrado la Sociedad de Enfermería en nuestra provincia implementar los acuerdos adoptados en dicho congreso?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip ➤ La Tarde tiene su opinión ➤ Luís en Casa 	Dos representantes de la Sociedad de Enfermería	Dirección Provincial de Salud	Corporales, intelectuales, sociales, morales y políticos.
MARTES: 29 / 12 / 2009	Fiesta de Tradiciones: Con David Soler y Teresita Chepe, ambos especialistas en temas de identidad y tradiciones... ¿de donde venimos, cómo somos, y qué caracteriza al cienfueguero?... Este día estaremos <además> premiando a los ganadores del Concurso auspiciado por Tardes de Jagua y la Asociación Culinaria de Cienfuegos, "Platos Típicos de la cocina cienfueguera"...	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todo Clip 	Dos invitados: David Soler y Teresita Chepe	Centro Provincial de Patrimonio	Intelectuales, estéticos, sociales, morales y políticos.
JUEVES: 31 / 12 / 2009	Tardes de Jagua sugiere una Revista bien Musical en el último día del año con músicos cienfuegueros "Descargando en Familia". Entre las propuestas estarán: Lázaro García (quien cumple año éste día), el Trío Los Bohemios (que surgieron en ésta fecha hace 50 años), Ingrid Rodríguez, Nelson Valdés, el Dúo Así Son, Nelson Ramírez, y se pudieran considerar otras proposiciones.	Solo descarga	Músicos Cienfuegueros	Centro Provincial de la Música Rafael Lay	Intelectuales, estéticos, sociales, morales

Entrega:

Recibe:

Guionista: Gladys María Calzadilla Solves. Firma: _____ Departamento de Programación.

Directora del programa. Beatriz Peraza Capdevila: Firma: _____

Asesora: Esperanza Díaz

Productora: Maite Paret

Descripción de los **segmentos habituales** que conforman la estructura estética de Revista Informativa Variada: **Tardes de Jagua.**

Día de la Semana	SEGMENTOS	Frecuencia
Lunes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Música en Vivo ➤ Luís en Casa ➤ La Tarde tiene su Opinión 	Semanal Quincenal Quincenal
Martes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El Video Clip Cubano ➤ La Música en Imágenes (1er martes del mes) ➤ ¡Qué lo diga Cienfuegos...! (2do martes del mes) ➤ Cubano de Cienfuegos (3er martes del mes) ➤ Vía a la Vida (4to martes del mes) 	Semanal Mensual Mensual Mensual Mensual
Jueves	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El Video Clip Cubano ➤ Espacio Vital (1er jueves del mes) ➤ Museo en Casa (2do jueves del mes) 	Semanal Mensual

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sígueme (3er jueves del mes) ➤ La Tarde se mueve (4to martes del mes) 	<p>Mensual</p> <p>Mensual</p> <p>Mensual</p>
Viernes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Música en Vivo ➤ Hablando de Cine ➤ Escena abierta 	<p>Semanal</p> <p>Semanal</p> <p>Semanal</p>

Descripción de las secciones en formaran parte de la estructura estética de la Revista Tardes de Jagua a partir del mes de julio del 2009:

- Las secciones ya habituales, se rediseñaran estética y conceptualmente:
 - ✓ Luis en Casa
 - ✓ La Tarde tiene su opinión
 - ✓ Espacio Vital
 - ✓ Hablando de Cine
 - ✓ La música en Imágenes

Nuevas secciones:

- **¡Tome nota...!** (nueva) Una voz en off brindará de forma sintetizada y rápida interesantes informaciones que enriquecerán culturalmente a nuestros televidentes...
- **Conexión directa** (nueva) Las corresponsalías municipales tendrán la posibilidad de tributar a la revista reportajes, crónicas, etc. Relacionadas con hechos cotidianos y tradiciones de su localidad.
- **En busca de talentos...** (nueva) Un conductor en exteriores estará interactuando con el pueblo cienfueguero, buscado en la sabiduría popular ése artista que todos los cubanos llevamos dentro.
- **¡Desde los Jardines...!** (nueva) Promoción de las Peñas habituales que se desarrollan en los Jardines de la UNEAC, con breves intercambios con algunos de sus protagonistas.
- **¡Escena abierta!** (nueva) Promoción de toda la programación que se genera en la escena del Teatro Tomás Terry cada fin de semana.
- **Cubano de Cienfuegos** (nueva) Personalidades de la sociedad cienfueguera ofrecerán de forma concisa y breve su criterio acerca de lo que significa para ellos Cienfuegos...
- **NOTI-JOVEN. (nueva) Reserva**
Nos permitiría promover sistemáticamente el accionar de la Unión de Jóvenes Comunistas, a través del quehacer de la FEU, FEEM, OPJM, Brigada de Instructores de Arte José Martí, etc.
- **LA TARDE SE MUEVE: (nueva) Reserva**
Segmento que propiciará un acercamiento o intercambio al objeto social de sectores que forman parte de la realidad cienfueguera: centros laborales, espacios recreativos, culturales y de toda índole.
- **MUSEO EN CASA: Reserva**

Segmento que propiciará una aproximación al conocimiento de nuestro Patrimonio cultural y natural, poniendo a disposición de los televidentes una valiosa información cultural devenida en conocimientos auténticos acerca de nuestra identidad.

➤ **SÍGUEME: (nueva) Reserva**

Segmento que tratará temas de gran interés entre los jóvenes.

➤ **60 y más... (mensual)**

Promovemos, orientamos, atendemos y sugerimos temas relacionados con la tercera edad.

➤ **MENUDA TARDE:**

Segmento que nos permitirá promover el talento infantil.

➤ **EVOCACIÓN: (nueva) Reserva**

Segmento que nos permitirá evocar momentos trascendentales de la vida sociocultural de la provincia a través de la experiencia vivencial de sus protagonistas.

➤ **REMEMBRANZA: (nueva) Reserva**

Segmento que nos permitirá enseñar a interpretar nuestro Patrimonio Cultural y Natural a la familia cienfueguera.

➤ **SUGERENTE: (nueva) Reserva**

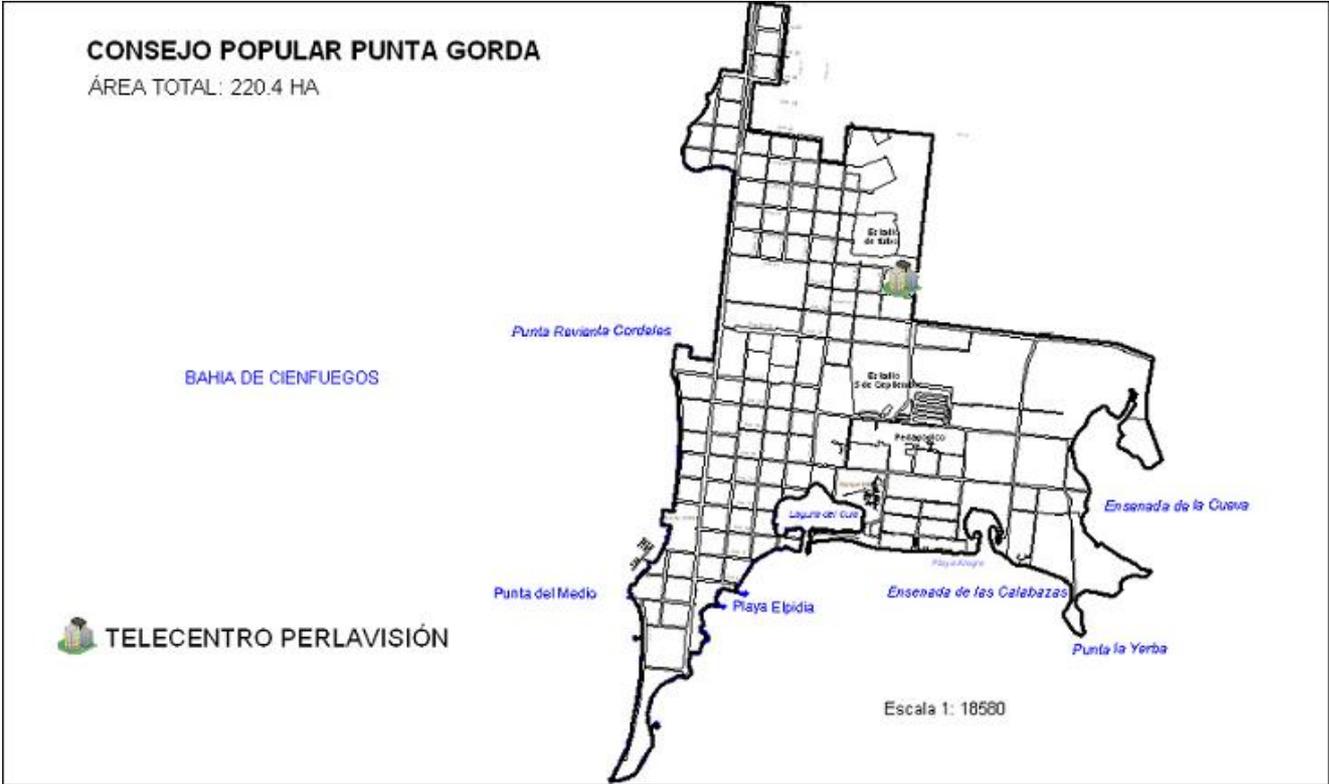
Segmento que nos permitirá ofrecer informaciones desde la facilitación social.

Guionista: Gladys María Calzadilla

Directora: Beatriz Peraza Capdevila

Anexo 9

Mapa para ubicar dónde se encuentra el Telecentro Perlavisión de Cienfuegos



Anexo 10

Evaluaciones del equipo de gestión de la calidad:

	INSTITUTO CUBANO DE RADIO Y TELEVISIÓN TELECENRO PERLAVISION	Revisión: 00
	PROCEDIMIENTO PARA LA ESTRUCTURA, PLANIFICACIÓN Y MEJORA DE LA PROGRAMACIÓN	Fecha: Página 135 de 141

7.2.4

Los resultados del visionaje y la evaluación se registran en el **Registro de Evaluación de la Calidad de los Programas**

7.2.4 Análisis diario de la Programación Emitida

El Dpto. de Programación realiza una evaluación diaria de la programación emitida tomando como aspectos a evaluar los contemplados en las siguientes dimensiones:

- **Dimensión Técnica**

Incluye los siguientes indicadores a medir:

- Calidad de la imagen
- Calidad del sonido
- Luces
- Montaje de escenografía
- VT
- Tiempo televisivo

- **Dimensión Estética**

Incluye los siguientes indicadores a medir:

- Diseño gráfico y escenográfico
- Infografía
- Musicalización
- Porte y apariencia de conductores y actores
- Creatividad
- Comunicación y uso del lenguaje

- **Dimensión Didáctica o de Contenido**

Incluye los siguientes indicadores a medir:

- Cumplimiento de temas, objetivos y políticas
- Valores implícitos y explícitos
- Calidad de la conducción/actuación
- Cumplimiento del guión aprobado

Cada una de las dimensiones se evaluará en una escala de 5 puntos, siendo:

- 5: Cumple de forma excelente (sin fallos en los indicadores)
- 4: Cumple parcialmente (con fallos leves que no trascienden al televidente)
- 3: Cumple parcialmente (con fallos graves que no trascienden al televidente)
- 0: No cumple (con fallos que trascienden al televidente)

Anexo 11

Fotos de la Revista Informativa Variada "Tardes de Jagua".









