

POLÍTICA PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: ENCUENTROS Y DESENCUENTROS

Autora: Idania Rego Espinosa
Institución: Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas

"Todo Estado es, evidentemente, una asociación, y toda asociación no se forma sino en vista de algún bien, puesto que los hombres, cualesquiera que ellos sean, nunca hacen nada sino en vista de lo que les parece bueno."

Aristóteles, en "*La política*"

Sin lugar a dudas, en el mundo moderno los medios de comunicación masiva (MCM) constituyen importantes agentes socializadores. Si bien disímiles teorías le adjudican una mayor o menor preponderancia, existe consenso si se afirma que no es posible hablar de la configuración y reconfiguración de la subjetividad, ya sea individual o colectiva, sin tenerlos en cuenta.

Los medios influyen en la construcción de las identidades, tanto individuales como colectivas; en reforzar o introducir prácticas cotidianas, en las formas en que los jóvenes se socializan, en la creación de modelos que sirven de referente ya sea en la forma de vestir, hablar o actuar, entre otras posibles influencias.

Por ello, un punto de partida importante al plantearse estudiar el papel socializador de los MCM, es el estudio de la política que regula su trabajo. En la sociedad cubana, los MCM pertenecen al Estado y se rigen por una política de comunicación común, la cual tiene objetivos específicos, entre los que se encuentran los dirigidos a la socialización de niños/as y jóvenes, en correspondencia con el sistema de valores instituido y reconocido oficialmente.

En el presente trabajo se analiza la política trazada para los MCM en su función socializadora de niños/as, adolescentes y jóvenes, a partir de los principios que pautan la labor de los MCM, sus funciones, los temas a tratar, las características a potenciar en el público al que van dirigidos y los valores a socializar.

Si bien el documento que traza las principales líneas para el tratamiento de los valores por parte de las instituciones, las organizaciones y los medios de comunicación masiva es el *Programa Director para el reforzamiento de valores fundamentales en la sociedad cubana actual*¹, y cuyo objetivo esencial es "contribuir, mediante su aplicación práctica, a reforzar la formación de un grupo de valores, considerados fundamentales por todos los factores involucrados en

¹Aprobado en octubre de 2006 por el Buró Político del Partido Comunista de Cuba (PCC)

este propósito y que tienen dentro de su encargo social, tan alta misión" (PCC, 2006: 5), otros documentos del PCC –anteriores y posteriores a dicho Programa – marcan pautas importantes y trazan la Política para el trabajo de los MCM, así como otros más específicos que adecuan directrices generales a las características propias de la televisión y la prensa.

Para este análisis de los documentos rectores del PCC y el Estado se tuvo en cuenta, la evolución histórica del tratamiento dado al tema por los principales documentos del PCC aprobados en sus Congresos, las resoluciones relativas a los MCM, la Política de Programación para la Radio y la Televisión cubanas, orientaciones sobre la política informativa, el *Programa Director para el reforzamiento de valores fundamentales en la sociedad cubana actual*, aprobado por el Buró Político del Partido y otros documentos directamente vinculados al trabajo de socialización en valores².

Asimismo, se realizaron entrevistas a expertos, escogidos en función de sus vínculos con los temas de Juventud y MCM, así como grupos focales con adolescentes y jóvenes³, con la intención de contrastar y complementar lo establecido por la política con valoraciones sobre su materialización.

En diálogo con la Política para los MCM

Los documentos evidencian que en la Política definida para los MCM, resulta significativa la estrecha interconexión entre las direcciones y acciones encaminadas a la formación político ideológica, con aquellas que pautan los objetivos y tareas de los medios, incluido el tratamiento de los valores, por lo que no es posible analizar esos documentos normativos sin llevar al unísono el análisis de aquellos que rectoran la labor político - ideológica. En la Plataforma Programática del Partido Comunista de Cuba, considerada el documento rector para el trabajo del Partido y de la Revolución, la última de las tareas de la lucha ideológica llamaba a concentrar los esfuerzos y unidad de acción de los órganos

² Los documentos analizados fueron: Informe Central al I Congreso del PCC, Resolución sobre los Medios de Difusión Masiva del I Congreso del PCC, Plataforma Programática del Partido Comunista de Cuba. Tesis y Resolución, II Congreso del PCC. Documentos y discursos, Informe Central al III Congreso del PCC, Llamamiento al IV Congreso del PCC, El Partido de la unidad, la democracia y los derechos humanos que defendemos, del V Congreso del PCC, Política de Programación para la Radio y la Televisión cubanas, libro Congresos de periodistas cubanos, de Juan Marrero, que abarca todos los congresos de periodistas y plenos de la Unión de Periodistas de Cuba celebrados hasta marzo de 2003, donde se reflejan las agendas, discusiones, resoluciones, acuerdos e incidencias; Programa Director para el reforzamiento de valores fundamentales en la sociedad cubana actual, RSB 480, 26/10/2006; Orientaciones del Buró Político del Comité Central del PCC para incrementar la eficacia informativa de los medios de comunicación masiva del país, RSB 232, 12/02/2007; Paquete informativo destinado a la cobertura periodística del VIII Congreso de la UPEC, del Centro de Información para la Prensa, Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución, del VI Congreso del PCC, Objetivos de trabajo aprobados por la I Conferencia Nacional del PCC, Directrices contenidas en el discurso pronunciado por el General de Ejército Raúl Castro Ruz en la clausura de la I Conferencia Nacional del PCC, 29 de enero de 2012; Acciones de resistencia frente a la colonización cultural y en defensa de la identidad nacional y de nuestros valores, documento conjunto Ministerio de Cultura – Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT).

³ Se realizaron siete grupos focales en varios municipios de la capital (Centro Habana, Plaza de la Revolución, Guanabacoa y Mariano)

de difusión masiva⁴ en las direcciones de la lucha ideológica allí recogidas (PCC, 1976a), lo cual marca el camino a recorrer.

El primer elemento importante a destacar parte de la propia misión encomendada a los medios. En este sentido, tanto los documentos partidistas como los de los propios MCM y la UPEC, abordan dicha misión resaltando la necesidad de servir y defender los intereses de la Revolución, responder a los intereses del poder político de la clase obrera, y actuar como vehículos, herramientas, instrumentos, del Partido, la Unión de Jóvenes Comunistas (UJC), el Estado, y las organizaciones de masas y sociales, con lo cual hay un reconocimiento explícito del papel que juegan los medios en la socialización en valores en general, y de la contribución que deben hacer para formar en los valores institucionalizados y reconocidos por la sociedad, en particular.

A manera de ejemplo, ya en el I Congreso de la UPEC, celebrado en 1963, se aprobó una Declaración de Principios que enfatizaba en que los periodistas debían luchar por la construcción y educación socialista y hacer una prensa útil, reflexiva y creadora, que sirviera como instrumento de unificación, orientación, educación y organización, mientras que en el Informe Central al I Congreso del PCC se expresa que el Instituto Cubano de Radiodifusión⁵ es el "... *encargado de centralizar estos medios para servir a los intereses de la Revolución.*" (PCC, 1978: 131), y en la Resolución sobre los Medios de Difusión Masiva aprobada en dicho Congreso se enfatiza que: "*Con la victoria de la Revolución Socialista, surge la necesidad social de la transformación cualitativa de la prensa escrita, la radio, la televisión y del cine, [...] y de la aparición de órganos que responden a los intereses del poder político de la clase obrera, a la función rectora de su Partido y al papel protagónico de las masas*" (PCC, 1976: 306).

En todos los documentos analizados se reiteran, en diferentes momentos, estas dos visiones: la de ser poderosos instrumentos del poder político, la de servir y defender al pueblo y a la Revolución, que significa a su vez defender el socialismo, pues en el discurso político ambos se igualan. De forma explícita, en la clausura del VI Congreso de la UPEC realizada por el Comandante en Jefe, Fidel Castro, se plantea que "... *la prensa [...] tiene la misión primordial de defender la revolución. Defender la revolución es defender el socialismo.*" (Marrero, 2005: 88).

Otro elemento a tener en cuenta son las funciones atribuidas a los medios, entre las que destaca ante todo la educativa, vista en diferentes aristas, de las cuales la más potenciada es la político - ideológica, seguida de la cultural, la estética, la económica y la moral. También se reconocen entre sus funciones habituales la de informar, la de entretener, así como la de movilizar a la

⁴ Cuando se hace referencia a documentos concretos, se ha respetado la forma utilizada en ellos para referirse a los medios, por lo que pueden aparecer como medios u órganos de difusión masiva o medios de comunicación masiva.

⁵ Creado en 1962 por la Ley N° 1030, para encargarse de la programación radial y televisiva del país; integró en redes todas las emisoras de radio y televisión nacionalizadas y otras nuevas. Pasó posteriormente a llamarse Instituto Cubano de Radio y Televisión.

población para el cumplimiento de tareas de diferente naturaleza (sociales, políticas, económicas). Al respecto, en la Resolución sobre los Medios de Difusión Masiva del I Congreso del PCC se plantea que "... *los medios de difusión masiva pasan a formar parte orgánica del complejo de instituciones responsabilizadas con la educación político – ideológica, moral y estética de la población*" (PCC, 1976: 306), en tanto en la Política de Programación de la Radio y la Televisión cubanas se señala que debe estar dirigida a lograr los objetivos que determinan su función ideológica y educativo cultural, a partir de sus posibilidades para influir en la formación y orientación político - ideológica de la población; participar en el proceso de superación educacional, histórica, científico – técnica y cultural de la población; intervenir en la formación de hábitos y gustos de elevado rigor estético; promover el arte, la literatura y la cultura universal; contribuir a la generalización de los elementos de la educación formal, así como propiciar formas sanas de promover el deporte, la recreación y el esparcimiento (ICRT, 1998).

Con la entrada en los años ochenta del pasado siglo, se comienza a dedicar especial atención a la educación de niños/as y jóvenes a través de los medios. El Buró Político aprobó una Resolución sobre la Política de la programación radial y televisiva, en la que se establecían, entre otros aspectos, los principios para confeccionar los programas dedicados a estos públicos; se crearon nuevas emisoras de radio en zonas con alta densidad demográfica juvenil, se impulsó la programación para niños/as y jóvenes y se crearon nuevos programas en la radio y en la televisión. Se estructuró un sistema de publicaciones juveniles para dar mejor respuesta a los intereses e inquietudes de la niñez y la juventud, considerado parte del trabajo político - ideológico hacia estos grupos y se enfatizó en el papel de la prensa como auxiliar fundamental en la tarea de educación de las nuevas generaciones. A partir de entonces, estos aspectos se han mantenido como parte de la Política para los medios de comunicación.

Recientemente, en la I Conferencia Nacional se incorporaron como objetivos de trabajo del PCC, la educación jurídica, tributaria y medioambiental de la población, mientras su objetivo 46 se propone incentivar la participación real y efectiva de la población en la toma de decisiones, para superar los propósitos expresados en documentos anteriores de lograr la movilización en el cumplimiento de tareas, aun cuando se hablara de participación consciente y protagónica en algunos de ellos. Todo esto debe encontrar su reflejo en las funciones a desarrollar por los medios, y son expresión de la necesidad de adecuarlas a las exigencias de la realidad que vive el país.

En cuanto a los temas a tratar, en el recorrido por los documentos se evidencia la influencia del contexto, tanto nacional como internacional, al definir las prioridades, lo cual habla de la adecuación de esas directrices generales según el momento histórico concreto. Dentro de esa diversidad, aparecen en primer lugar, como denominador común, los temas nacionales, con énfasis en la obra de la Revolución, la realidad del país, las tradiciones históricas y de lucha del pueblo cubano, así como la participación del pueblo en la vida de la nación;

también la divulgación de los fundamentos de la Política del Partido. Se insiste en que no existen temas tabúes, puede abordarse cualquier tópico, con responsabilidad política y profesionalidad, solo cuidando aquella información que sea clasificada.

Con el inicio del Proceso de Rectificación de Errores⁶ en 1986, un tema importante a destacar fue precisamente rectificar los errores y perfeccionar el Socialismo, así como informar al pueblo no sólo de la obra de la Revolución, también de las dificultades y problemas en su ejecución. Varios años más tarde, a partir del 2000, se inicia un período encaminado a la Batalla de Ideas⁷, en el que la formación de una cultura general integral en la que se combinara la adquisición de conocimientos con una escala de valores éticos, culturales y políticos, gana preponderancia.

Entre los temas internacionales, hasta finales de los años ochenta, los tópicos priorizados fueron la vida en los países socialistas, las luchas de los movimientos de liberación nacional y la solidaridad con las causas liberadoras y populares; la lucha del movimiento obrero de los países capitalistas, la batalla por el no pago de la deuda externa por los países pobres, la crisis económica y social del mundo, el cese de la carrera armamentista. A partir de los años noventa, se privilegiaron las denuncias al bloqueo de EE.UU., la agresión radial y televisiva contra el país y la política del imperialismo norteamericano, la globalización neoliberal, las campañas de apoyo a la Revolución cubana por parte de diferentes pueblos del mundo, así como la contribución de Cuba en múltiples lugares y en diversas esferas. Con la entrada de los años 2000, los temas relacionados con América Latina y el Caribe, la lucha contra el ALCA (Acuerdo de Libre Comercio de las Américas) y los procesos de integración de la región –en particular el ALBA⁸- ganaron protagonismo.

Al orientar la forma en que deben tratarse los contenidos, se señala con fuerza la necesidad de ejercer la crítica, la cual debe reflejar tanto los aciertos como las deficiencias. También la necesidad de cuidar el carácter diferenciado de los mensajes, según los públicos a los que vayan dirigidos, así como adecuar las directrices generales a las características de cada medio y órgano. Para la radio esto se ha traducido en el reforzamiento de la programación de las emisoras y mayor precisión de sus perfiles, en tanto las orientaciones para la prensa escrita han sido que sus contenidos respondan a los objetivos de sus perfiles editoriales.

Asimismo, se aboga por la utilización de un lenguaje ameno, superar el estilo de campaña, desarrollar la creatividad y el sentido de la oportunidad que permita

⁶ Proceso encabezado por el PCC, dirigido a rectificar deformaciones en la economía, la institucionalización estatal, la esfera social, ante el exceso de burocratismo, métodos y estilos de trabajo incorrectos, criterios economicistas, entre otros. Este proceso no pudo desarrollar todas sus potencialidades ante el derrumbe del campo socialista y la URSS, y la entrada del país en el Período Especial.

⁷ Proceso iniciado a finales de 1999, dirigido primero a reclamar el regreso del niño Elián González, y posteriormente al logro de una cultura general integral.

⁸ Alternativa Bolivariana para las Américas

ejercer mayor influencia en la vida nacional, a partir de su correspondencia con las necesidades del momento.

Precisamente, el objetivo de trabajo 67 de la I Conferencia Nacional del PCC plantea la necesidad de enfrentar las manifestaciones de formalismo, falta de creatividad y criterios obsoletos en la labor de comunicación social, aunque este reclamo está presente desde mucho antes en los documentos partidistas y de los propios medios que se están analizando, con lo cual puede asegurarse que aún es una meta a lograr.

En general, los valores que más se potencian son el patriotismo y la solidaridad, si bien de ésta la arista que más se resalta es el internacionalismo; en segundo lugar aparece ser revolucionario y en tercero la laboriosidad, lo cual guarda estrecha relación con las prioridades concedidas a las funciones de los medios.

El *Programa Director para el reforzamiento de valores fundamentales en la sociedad cubana actual*, define cuáles son los valores fundamentales para la sociedad cubana. La elaboración de este documento fue una decisión resultante de la investigación multifactorial sobre las principales causas y consecuencias de la corrupción administrativa en Cuba y por la necesidad de desarrollar acciones coordinadas para su erradicación. La investigación referida identificaba dos grandes grupos de causas y consecuencias: uno más vinculado a elementos de naturaleza objetiva, y otro a factores de carácter subjetivo, y es en esta dirección que se encamina el Programa Director, tal como se indica en la carta que acompaña al documento, firmada por Esteban Lazo, Miembro del Buró Político del CC PCC, al plantear que es "*...para potenciar de manera coherente los factores subjetivos que contribuyan al fortalecimiento y formación de los valores de laboriosidad, honestidad, honradez, responsabilidad, solidaridad e internacionalismo, patriotismo, justicia, humanismo y colectivismo*".

Dentro del plan de acciones estratégicas que se proponen en dicho Programa, se enfatiza en que los MCM deben hacer más efectiva su labor informativa, educativa y cultural en la formación de valores morales, jurídicos y políticos, teniendo en cuenta los intereses y gustos de los diferentes sectores de la población, al tiempo que deben dar prioridad a los valores que se reconocen como fundamentales.

Un recorrido por los documentos antes mencionados permite, de manera general, apreciar un conjunto de fortalezas y debilidades presentes en ellos. Por una parte, la intencionalidad manifiesta de formar en valores, de verlo no como un fenómeno aislado sino como parte de la formación ideológica en general; la necesidad de un enfoque sistémico, en el que intervienen disímiles agentes que deben complementarse en sus influencias educativas; el reconocimiento del papel de la historia, las tradiciones y la cultura nacional como anclaje imprescindible para realizar el trabajo, y la importancia de la historia y tradiciones locales, en el entendido de que es en esos espacios comunitarios donde transcurre la vida cotidiana de las personas; la demanda de desarrollar

esa labor de manera creativa, diferenciada y continua, son algunas de las fortalezas presentes.

Ellas coexisten con debilidades, entre las que destaca la indefinición de cuáles son los valores claves para la sociedad cubana y cómo se actualizan esos contenidos según el momento concreto y el contexto en que se vive. Indistintamente se habla de valores de la Revolución, valores del Socialismo, valores de nuestra sociedad, valores fundamentales, mientras otras veces se alude a valores políticos, éticos, ideológicos, estéticos, universales, lo cual tampoco ilustra mucho sobre cuáles valores considerar en cada una de esas subdivisiones. En este sentido, en la convocatoria del CITMA para el Programa Territorial de Ciencias Sociales *“Los procesos de socialización para el desarrollo de valores en la Ciudad de La Habana”*, se alertaba sobre la necesidad de repensar el paradigma de individuo que requiere la sociedad y con él las metas para la formación en valores, de acuerdo a las nuevas exigencias del contexto nacional e internacional (CITMA, 2009).

Ha persistido la tendencia a pautar más en términos de resultados (valores que se quieren formar, alcanzar), que de la forma en que se realiza el proceso, y aunque se reconoce que es una labor continua, enfocarlo de esta manera pudiera hacer creer que una vez “formado”, el valor ya es inamovible, y no una permanente construcción y reconstrucción que hacen los sujetos. Asimismo, las acciones encaminadas en esa dirección implícitamente no tienen suficientemente en cuenta el carácter activo de los sujetos en dicho proceso, en tanto en ocasiones aluden a forjar, robustecer, afianzar, inculcar, es decir, a mejorar desde afuera algo débil, inseguro, al parecer incapaz de lograrse por sí mismo. Por solo citar un ejemplo, en la Política de Programación de la Radio y la Televisión cubanas se plantea, al referirse a la programación para niños/as *“... inculcarles rasgos de carácter, convicciones y moral comunista”*. (ICRT, 1998: 38). Esta combinación de paternalismo y autoritarismo lastra la concepción del proceso mismo de socialización en valores, la participación y el compromiso de los sujetos sociales para hacer suyas esas metas y objetivos.

Algunas consideraciones sobre la Política de Programación de la Radio y la Televisión y la Política informativa para la prensa

Si bien los diferentes medios de comunicación cubanos poseen comunidad de intereses, así como identidad en sus objetivos políticos e ideológicos, y se rigen en lo fundamental por principios comunes refrendados en la Política, proponemos detenernos en aspectos reflejados en distintos documentos que regulan el trabajo en particular para la radio, la televisión y la prensa, a partir de los objetivos de esta investigación.

La Política de Programación de la Radio y la Televisión cubanas establece, junto a lineamientos generales a seguir por todos los tipos de programaciones, otros

particulares según la división de que se trate. Entre los que deben ser tenidos en cuenta para cualquier programación se encuentran:

- Reflejar la realidad del país.
- Propiciar credibilidad del mensaje.
- Favorecer el desarrollo de actitudes, gustos, conceptos, que respondan a principios, valores y lenguaje de los modelos que necesita la sociedad.
- Incrementar contenidos históricos en la programación.
- Respeto al tratamiento de los símbolos patrios y destacar actividades de defensa de la patria.
- Difundir principales logros de la ciencia y la técnica en Cuba y a nivel internacional.
- Contribuir con objetividad al debate cultural.
- Propiciar creación de espacios de opinión.
- Presentar con rigor los conflictos de los diversos sectores sociales.
- Difundir las mejores producciones de los centros territoriales.
- Evitar la exaltación de la violencia y las manifestaciones favorables al tabaquismo o alcoholismo.

Las principales cualidades y valores destacados en estos lineamientos son los relacionados en primer lugar con la identidad nacional y los valores político - ideológicos, en segundo los éticos y estéticos, y en tercero el patriotismo y la justicia social; valores como la solidaridad, la honestidad y la laboriosidad aparecen con poca fuerza.

Por otra parte, al analizar los lineamientos por tipos de programación llama la atención que existen unos para la programación para niños/as y otros que regulan la programación para jóvenes, no así para adolescentes; estos sólo son mencionados al hablar de los horarios y en un punto de la programación infantil dirigido a difundir la temática de lo cubano presente en la literatura afín. Si desde la Política concebida se invisibiliza a ese grupo, ello puede hacer aún más difícil lograr productos que tengan en cuenta sus intereses y necesidades, así como la mejor manera de hacer llegar esos mensajes.

Se reconoce la relación que existe entre ambas programaciones; en el caso de la infantil se resalta la utilización de modelos idóneos de lenguaje, educarlos en la concepción científica del mundo y el ansia de saber, evitar referentes a la suerte como medio para alcanzar los propósitos, ya sean individuales o colectivos, mientras que se plantea que la dedicada a los jóvenes está dirigida a formar y afianzar valores políticos, morales, culturales y filosóficos, conforme a los intereses de la sociedad que se construye, y debe tener en cuenta la proyección y diseño de espacios acordes con sus intereses y necesidades, con carácter diferenciado según las zonas y las edades.

Entre los contenidos importantes de los programas y mensajes destinados a la juventud se encuentran destacar los valores de los jóvenes y los propósitos y tareas de sus organizaciones; la igualdad de derechos de hombres y mujeres;

divulgar los principios de la concepción marxista leninista del mundo y la sociedad. Se propone contribuir a elevar la capacidad de análisis de los jóvenes en torno a problemas tales como la política, la moral, la economía, la cultura y la sociedad.

En ambas políticas de programación se aprecian elementos comunes, como enfatizar en el patriotismo, la justicia social y la importancia de formar valores estéticos. En el caso de la infantil aparece con más fuerza el respeto, la educación en el amor a lo nacional, apoyándose para ello en las diferentes manifestaciones artísticas, y se incluyen el amor a la familia, el estudio y el cuidado a la naturaleza, mientras en la juvenil se resalta el protagonismo juvenil, los valores culturales y la laboriosidad, así como también se llama a combatir el egoísmo, la ostentación, la inmodestia, el acomodamiento, la indolencia y el individualismo, único aspecto este último que se menciona en la programación para la niñez.

Todos estos objetivos deben lograrse preservando el carácter recreativo de las propuestas, la calidad artística y el disfrute estético de los destinatarios.

Teniendo en cuenta que la Política de programación vigente data de 1998, entre los objetivos de trabajo de la I Conferencia del PCC se señala la necesidad de su actualización, partiendo del uso racional de los recursos, la calidad de la producción nacional y la rigurosidad al seleccionar la producción extranjera a transmitir.

La Política informativa para la prensa, por otra parte, si bien tiene elementos comunes con los otros medios de comunicación masiva, tales como su misión, funciones, contenidos, también posee elementos distintivos. El primero es considerarla como el medio más idóneo para el ejercicio de la crítica de la gestión económica, administrativa o de servicios, para lo cual debe garantizar que los datos sean exactos y hacer análisis objetivos. A ello se une la necesidad de que la prensa sea ágil, veraz, analítica, inteligente; hacer un periodismo de opinión, profundo y crítico, que informe y al mismo tiempo estimule la reflexión y el análisis.

Un seguimiento a estos aspectos a través de los documentos del PCC y los Congresos de la UPEC posibilitan identificar diferentes momentos importantes que permiten hacer precisiones a la Política. En el IV Congreso de la UPEC (1980), se reconocía que la prensa no era suficientemente crítica y existían insatisfacciones por los asuntos que no eran tratados por este medio, se apuntaba que debía evaluarse el grado de eficiencia con que se habían materializado los acuerdos del I Congreso del PCC sobre los medios de difusión masiva, priorizando las relaciones fuentes – periodistas para dar información.

En el V Congreso de esa organización (1986) se planteó la falta de una sistemática política de divulgación de los principales asuntos y acuerdos en gestión legislativa y ejecutiva del Estado que debían ser informados al pueblo,

así como la necesidad de una política informativa sostenida que diera cuenta sobre los movimientos de cuadros, y una participación más frecuente de los dirigentes de organismos e instituciones en espacios radiales y televisivos para intercambiar con periodistas. Se anunció el inicio de una nueva etapa de comunicación entre periodistas y dirigentes del Estado y el PCC, en función de abrir las fuentes de información.

En el Llamamiento al IV Congreso del PCC se insistía en auspiciar un clima de apertura que reflejara la riqueza del pensamiento social y propiciara el conocimiento y participación del pueblo en los distintos frentes de la Revolución, mientras en el VII Congreso de la UPEC (1999) el documento sobre Política informativa insistía en extender, sistematizar y profundizar los espacios de opinión y atención a la población, confrontar el ejercicio profesional con el criterio de los receptores, eliminar los silencios y demoras en la información, así como profundizar en la búsqueda de un modelo de prensa como experiencia propia o alternativa a la amenaza neoliberal.

Entre los lineamientos del Buró Político vigentes para la prensa se destaca que los cuadros administrativos y políticos deben brindar información a la misma cuando se le solicite, sin aborazar la información que sea clasificada y asumir una actitud militante ante la crítica que realiza este medio, garantizar el rápido acceso de los periodistas a las fuentes y fortalecer la relación de la prensa con el pueblo (PCC, 2007), en tanto en la I Conferencia del PCC se reitera la exigencia a la prensa y a las fuentes de información, el cumplimiento de sus respectivas responsabilidades para garantizar un periodismo más noticioso, objetivo y de investigación.

Valoración crítica de la Política para los medios: algunas consideraciones sobre su implementación

Las consideraciones que a continuación se exponen, son resultado por un lado del propio análisis de la Política, y por otro de informaciones aportadas por los expertos entrevistados, elaboraciones construidas por los grupos focales y las investigaciones consultadas, que van dando pistas sobre la implementación de esa Política.

La primera tiene que ver con la reiterada declaración de la intencionalidad ideológica y política de las funciones de los medios. Los mensajes que se transmiten siempre tienen una intencionalidad ideológica –se declare explícitamente o no-, por lo que el reconocimiento que se hace de ello en los documentos deja clara desde la Política la posición de partida y el papel que se le atribuye a los medios como una de las instituciones paradigmáticas que ejercen el poder simbólico. Sin embargo, la reiteración de ese propósito desde lo normativo pudiera estar marcando no sólo el objetivo final y los contenidos, sino también las formas de hacer, y con ello limitando su eficacia, pues puede restar flexibilidad y creatividad a la hora de presentar el producto mediático. Una de las investigaciones consultadas del Centro de Investigaciones Sociales

(CIS) del ICRT apunta que los jóvenes le atribuyen a la televisión funciones educativa, de orientación, cultural, de entretenimiento y político - ideológica, y tienden a valorar positivamente las tres primeras y de forma negativa las dos últimas (entretenimiento y político – ideológica), identifican la función informativa tradicional que ha tenido la televisión sólo como política ideológica, y critican el exceso y reiteración de los contenidos referidos a estos temas (Arce y Fraga, 2001).

Asimismo, una de las expertas consultadas aseveró que los usos fundamentales que los adolescentes le dan a los programas de televisión son aprender, orientarse, además de entretenerse y divertirse; desean una televisión más alegre, con materiales audiovisuales de una estructura simple, que apelen más a los sentimientos, lo cual guarda relación con las características propias de esa edad, pero muchas veces se sobrepone la carga conceptual a lo que debe ser el audiovisual, el cual ha de ser sugerente, y esto genera rechazo por ese tipo de materiales. Uno de los retos identificados por los expertos está en lograr mayor calidad artística para que el impacto sea más adecuado, así como poder constatar cuánto y en qué sentido impacta determinada temática.

En los grupos focales realizados, al valorar qué les gusta y qué no les gusta de los medios, como positivo señalan la posibilidad de adquirir información, en particular de programas culturales, así como el tener en cuenta los gustos de las personas para hacer programas; no obstante, la tendencia es a considerar que no tienen en cuenta al receptor y la excesiva repetición de programas como películas, novelas y noticias.

Por otra parte, el énfasis al resaltar a los medios como herramientas para el trabajo del Partido, del Estado y las organizaciones, pudiera estar potenciando su utilización instrumental y una visión verticalista, que limita el carácter humanista, emancipador y participativo que debe caracterizarlos en una sociedad socialista.

Las modificaciones e incorporaciones de temas a divulgar por los medios según las coyunturas parecerían indicar que desde la Política se van dando pautas flexibles para asimilar los cambios. Sin embargo, en la investigación del CIS antes mencionada, los jóvenes tuvieron una valoración crítica hacia aspectos relacionados con el ámbito contextual de los programas y mensajes, en particular hacia la forma en que la televisión refleja la realidad, mientras que resultados de otros estudios sobre la prensa señalan "*...la tendencia a la rigidez e impermeabilidad en sus perfiles actuales, asociada a la situación externa de extrema presión [...], y la dificultad que se percibe hasta aquí para reestructurar en las nuevas condiciones políticas un modelo de prensa cubano y socialista que tome experiencias positivas de la prensa alternativa y de izquierda en otros países, no solo en lenguaje, contenidos y formas, sino también en estructuras, organización y gestión*" (García, 2004: 106). Ello apunta a la necesidad de readecuar no sólo los contenidos, sino también las formas de hacer de los

medios, potenciar la creatividad y ser más osados y críticos en el tratamiento de los temas.

Entre los expertos del ICRT entrevistados se aprecia cierta confusión para identificar los documentos rectores y la aplicación de sus pautas. Si bien se reconoce que existe el Programa Director de Valores, los lineamientos generales para la programación, una Política de programación que se renueva según las necesidades, un documento del Partido que rige la programación y la Política informativa, así como otros documentos complementarios que se han elaborado de manera conjunta entre el ICRT y otros organismos, hay poca claridad sobre cuándo, cómo y quiénes modifican dichas Políticas, que vienen “de arriba”, lo cual evidencia limitaciones acerca del modo en que se concibe, al no ser suficientemente participativo, y esto puede reflejarse en insatisfacciones, incomprendimientos y falta de compromiso a la hora de implementarlas.

Otro aspecto abordado por estos expertos es el tratamiento que la programación le da a los valores. A su juicio, al estar definidos de manera muy específica, a partir de la centralidad que poseen los documentos rectores en el diseño de la programación, el público tiende a rechazarlos, cuando son valores importantes y universales, y consideran que aunque este documento puede servir de rector, no debe ser lo único que rija el trabajo. A nuestro juicio, el cuestionamiento no debe dirigirse solo al Programa Director de valores y a los otros documentos, también debe hacerse a la interpretación que se hace de lo pautado y la calidad de los productos que se presentan al público.

Según los expertos del ICRT consultados, aunque existen políticas de programación establecidas, a la hora de trabajar hay determinados desfases o desencuentros, a partir de la propia estructura del ICRT: la televisión tiene Divisiones encargadas de producir determinados programas, tales como la musical, la dramatizada, la infantil, la programación variada. En ocasiones las políticas entre cada una de ellas no concuerdan, con lo cual los mensajes de programas de Divisiones diferentes pueden entrar en contradicción, y en el caso de los públicos es más complicado, en tanto las distintas Divisiones no tienen a su cargo todos los programas que se transmiten para los públicos específicos. Un paso importante referido a la adecuación de la Política, es que en el año 2008 se logró el reconocimiento de que la programación infantil no es un tipo de programación en sí, sino para un tipo de público, y se colocó como parte de los lineamientos generales; ello significa que al hacer cualquier tipo de programa para ese segmento poblacional, es necesario tener en cuenta lo que allí se establece, lo que debe permitir mayor coherencia en el trabajo, al normarse la manera en que deben transmitirse los mensajes y los contenidos a priorizar y una mayor articulación entre las Divisiones.

Asimismo, señalan que existe mayor conocimiento de las preferencias de adolescentes y jóvenes hasta alrededor de los 20 años, y la División de programación juvenil e infantil no contempla con suficiente intencionalidad a los jóvenes de 25-30 años, lo cual constituye una debilidad en la Política de diseño

de la programación juvenil. Consideran que las investigaciones sobre el universo juvenil siguen siendo insuficientes, aunque ello contrasta con la realidad pues existen numerosos estudios sobre el tema, por lo que más que el déficit de producciones científicas al respecto esos criterios hablan de la insuficiente articulación entre este sector y el de la radio y la televisión y de la posibilidad de convertir ese vínculo en una oportunidad para potenciar el trabajo de los medios en función de la socialización en valores de los niños/as, adolescentes y jóvenes.

Una de las expertas del ICRT señaló que los adolescentes tienen la percepción de que faltan productos pensados para sus necesidades, para sus intereses, lo cual constituye una de las causas del alto consumo que hacen de la programación destinada a los adultos. Asimismo, cuestionan la calidad en el tratamiento de las temáticas que les interesa ver reflejadas en la pantalla.

Como se aprecia, existen fortalezas y debilidades en la implementación de la Política para los medios. Entre las primeras, la fundamental es la existencia de objetivos comunes y el consenso acerca de la importancia de formar en valores, reconociendo el vínculo que este proceso tiene con la formación político - ideológica. Sin embargo, tanto el trabajo político - ideológico como la educación en valores no pueden realizarse en abstracto, porque sería desconocer el funcionamiento sistémico de la sociedad; ellos se materializan en el día a día de las personas a través de sus prácticas cotidianas, de las relaciones que establecen, de sus experiencias vitales, pues no basta con definir que algo es bueno, también hay que sentirlo y desearlo para actuar en consecuencia, convirtiéndolo en brújula del comportamiento. Por lo tanto, en esa socialización en valores es insuficiente la declaración del objetivo si no se transforman también las formas en que se debe actuar para alcanzarlo.

Para una mayor efectividad de la Política para los MCM se hace entonces imprescindible, entre otros elementos, integrar desde su concepción la mirada adolescente y juvenil, con sus necesidades, intereses, aspiraciones, de modo tal que los jóvenes sean no sólo objeto, sino ante todo sujetos de esa política, capaces de tener voz propia e influir en las decisiones que les competen, en una sociedad que se repiensa a sí misma y se transforma, por lo que las políticas han de andar con los tiempos.

Bibliografía referenciada

- Arce, Yasmín y Fraga, Mayra, 2001, La Radio y la Televisión: Una mirada desde el receptor joven, CIS ICRT, La Habana.
- García, Julio, 2004, La regulación de la prensa en Cuba: referentes morales y deontológicos, Tesis presentada en opción al grado de Doctor en Ciencias de la Comunicación, La Habana.

- Linares, Cecilia et. al., 2010, El consumo cultural y sus prácticas en Cuba, Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello, La Habana.
- Marrero, Juan, 2005, Congresos de periodistas cubanos, en *Paquete informativo destinado a la cobertura periodística del VIII Congreso de la UPEC*, Centro de Información para la Prensa, 2008.
- MINED (2012), Multimedias Educativas. Recuperado de <http://www.CubaEduca.cu>.
- Morduchowicz, Roxana, 2008, La relación de los jóvenes y las pantallas, en Morduchowicz, Roxana (coord.), 2008, *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*, Editorial Gedisa S.A., Barcelona.
- ONE (2010) Anuario Estadístico de Cuba 2009. Sitio de la Oficina Nacional de Estadística de la República de Cuba [en línea]. Recuperado de <http://www.one.cu/>
- ONE (2011) Anuario Estadístico de Cuba 2010. Sitio de la Oficina Nacional de Estadística de la República de Cuba [en línea]. Recuperado de <http://www.one.cu/>
- PCC, 1976, Resolución sobre los Medios de Difusión Masiva del I Congreso del PCC, en *Memorias Primer Congreso del Partido Comunista de Cuba*, DOR CC PCC, La Habana.
- PCC, 1976a, Plataforma Programática del Partido Comunista de Cuba. Tesis y Resolución, DOR CC PCC, La Habana.
- PCC, 1978, Informe Central al I Congreso del PCC, Editorial de Ciencias Sociales, La Habana.
- PCC, 1998, Política de Programación para la Radio y la Televisión cubanas, folleto.
- PCC, 2006, Programa Director para el reforzamiento de valores fundamentales en la sociedad cubana actual, RSB 480, 26/10/2006.
- PCC, 2007, Orientaciones del Buró Político del Comité Central del PCC para incrementar la eficacia informativa de los medios de comunicación masiva del país, RSB 232, 12/02/2007.