

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 33, año 2025. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-07-2

Medios, servicio público y políticas de comunicación en América Latina, España y Portugal (2025)

Aurora Labio-Bernal; Carlos del-Valle-Rojas (editores)

Separata

Capítulo 6

Título del Capítulo

«Producción, participación y acceso en la radio pública en Cuba. Una aproximación desde las condicionantes regulatorias y estructurales-organizativas»

Autoría

Luis Alain de-la-Noval-Bautista

Cómo citar este Capítulo

De-la-Noval-Bautista, L.A. (2025): «Producción, participación y acceso en la radio pública en Cuba. Una aproximación desde las condicionantes regulatorias y estructurales-organizativas». En Labio-Bernal, A.; Del-Valle-Rojas, C. (eds.), *Medios, servicio público y políticas de comunicación en América Latina, España y Portugal*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-10176-07-2

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c6.emcs.33.p112>



El libro *Medios, servicio público y políticas de comunicación en América Latina, España y Portugal* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Este libro analiza cómo la transformación tecnológica y la existencia de un ecosistema mediático híbrido exigen una revisión del concepto de servicio público en el sector de la comunicación. A través de un estudio comparativo entre España, Portugal y varios países de América Latina, se abordan aspectos clave como el papel del Estado en los medios, la accesibilidad a la información y el impacto del periodismo de datos en la democracia. Además, se examinan las políticas de comunicación y el papel de los servicios públicos de radiotelevisión en la promoción del pluralismo social y político, con un enfoque en la gobernanza, la independencia y la lucha contra la desinformación.

El volumen se organiza en tres bloques temáticos. El primero actualiza el concepto de servicio público mediático, con estudios sobre España, Portugal y Chile. El segundo se centra en la calidad de la información y el acceso a la radiodifusión pública en España, Portugal y Cuba, incluyendo estudios sobre el periodismo de datos y la accesibilidad audiovisual. El tercer bloque analiza las políticas de comunicación en Brasil, Bolivia y Argentina, destacando la influencia de los gobiernos en la regulación mediática y el acceso a la información, con especial atención a la lucha contra la desinformación y la comunicación como herramienta de identidad y resistencia ciudadana.

Este libro representa la primera parte de un proyecto de investigación sobre servicios públicos y pluralismo mediático en el ámbito ibero-latinoamericano. Frente a la hegemonía de modelos mediáticos anglosajones y nórdicos, los autores proponen una visión crítica desde el Sur, basada en narrativas propias que reivindican la identidad y autonomía de los sistemas de comunicación en Iberoamérica.

Sumario

Introducción	11
---------------------	-----------

BLOQUE I

Servicio público. Una mirada ibero-latinoamericana

1. Repensar la noción de servicio público en España, <i>por Aurora Labio-Bernal; Mohamed Assif;</i> <i>Jaime Romero Ruiz de Castro</i>	19
Introducción	19
Preguntas de investigación, objetivos y metodología	20
Las radiotelevisiónes autonómicas. Recortes y politización	21
El caso de RTVE	23
Repensar la idea de servicio público	26
Discusión y conclusiones	34
Referencias	37
2. Portugal: procurando la sostenibilidad de los <i>Public Service Media</i>, <i>por Francisco Rui Cádima</i>	41
Introducción	41
Hipótesis de investigación	42
Objetivos y metodología	44
Discusión de los resultados	48
Conclusiones	56
Referencias	58

3. El ecosistema de los medios de comunicación en Chile: Los desafíos del servicio público	63
<i>por Carlos del Valle-Rojas</i>	
Introducción	63
Preguntas de investigación, objetivos y metodología	63
La polarización de los argumentos y la enemización de las posiciones	64
Sobre la calidad de la información y la libertad de expresión	65
Contexto. Estado, mercado y marco normativo	67
Estado, mercado y pluralismo	68
Los medios de comunicación, el mercado y el servicio público	70
El ecosistema de medios de comunicación en Chile	71
Análisis y resultados	74
Medios, pluralidad y pluralismo	74
Medios, gobernanza y financiamiento	75
Los medios y los desafíos interculturales	76
Discusión y conclusiones	78
Información y derechos	78
Libertad de expresión y derecho a la información	79
La necesidad de aperturas	80
Algunos desafíos urgentes	80
Futuras líneas de investigación	81
Referencias	81

BLOQUE II

Servicio público. Información de calidad y acceso

4. Información de calidad y periodismo de datos abiertos en la radiotelevisión pública española. Estudio de caso de DatosRTVE	85
<i>por Lorena R. Romero-Domínguez</i>	
Introducción	85
Preguntas de investigación y objetivos	86
Información de servicio público, periodismo de datos y calidad	87
Metodología	93
Resultados	95
Propiedades de las historias	95

Datos	97
Transparencia	98
Experimentación	99
Participación	99
Discusión de resultados y conclusiones	101
Futuras líneas de investigación	105
Referencias	106
5. Pluralismo cultural y accesibilidad audiovisual en el contexto ibérico. Estudio de las televisiones públicas TVE y RTP	
<i>por Victoria García-Prieto</i>	109
Introducción	109
Marco teórico. Pluralismo cultural y accesibilidad audiovisual	110
Televisión pública en España y Portugal	113
Objetivos y metodología	114
Resultados	115
Evolución de la accesibilidad en TVE y RTP	118
Accesibilidad de los formatos informativos	125
Discusión y conclusiones	126
Referencias	128
6. Producción, participación y acceso en la radio pública en Cuba. Una aproximación desde las condicionantes regulatorias y estructurales-organizativas	
<i>por Luis Alain de la Noval-Bautista</i>	131
Introducción	131
Premisa de investigación, objetivos y metodología	132
La radio como sistema de producción comunicativa	133
Regulación-autorregulación, control y modelos de las organizaciones mediáticas	135
Estructura del Sistema de la Radio Cubana	146
Infraestructura y financiamiento	147
Producción comunicativa en la Radio Cubana	148
Conclusiones	150
Referencias	152

BLOQUE III

Políticas de comunicación. Estudio de casos

7. Políticas de comunicación en Brasil: un panorama de los gobiernos Bolsonaro y Lula	
<i>por Fernando Oliveira Paulino; Jonas C.L. Valente; Liziane Soares Guazina; Marcos Urupá; Mariana Martins de Carvalho</i>	157
Introducción	157
Premisas de investigación, objetivos y método	158
El gobierno Lula y su relación con los medios de comunicación	159
Radiodifusión pública y radiodifusión comunitaria	160
Telecomunicaciones e Internet	162
El poder ejecutivo y el poder judicial	166
Lula 3-Regular las plataformas digitales	176
Apuntes comparativos	181
Referencias	184
8. Políticas comunicacionales en Bolivia en el gobierno de Evo Morales Ayma (2006-2019)	
<i>por José Armando Guidi-Gutiérrez</i>	189
Introducción	189
Hipótesis y objetivos	190
Metodología	191
Resultados	192
El reconocimiento de los derechos y deberes comunicacionales en la Constitución de 2009	193
Un nuevo ministerio para controlar la Comunicación	197
Fortalecimiento de los medios estatales	198
Creación del periódico <i>Cambio</i>	198
Las radios comunitarias	199
La publicidad estatal	200
La compra de medios privados	202
Discusión de los resultados y conclusiones	203
Referencias	205

9. Políticas públicas de comunicación, concentraciones mediáticas y prácticas culturales en Argentina (2010-2024)	
<i>por Leonardo González; Silvina Pauloni</i>	209
Introducción	209
Objetivos y metodología	210
Contexto. Entre la teoría y la práctica	211
Recorrido de Políticas Públicas de comunicación.	
Nuevos escenarios mediáticos	214
Paka paka, ejemplo de convergencias e interpelación ciudadana	219
Discusión de resultados y conclusiones	222
Referencias	224
Autores	227

Producción, participación y acceso en la radio pública en Cuba. Una aproximación desde las condicionantes regulatorias y estructurales-organizativas

Luis Alain de la Noval-Bautista
Universidad Rey Juan Carlos

Introducción

El Sistema de la Radio Cubana es «una entidad estatal que responde al Instituto de Información y Comunicación Social (ICS), como Organismo de la Administración Central del Estado, para fiscalizar, controlar, analizar y organizar el proceso creativo y de desarrollo de la radio nacional» (Portal de la Radio Cubana, 2024). Dispone actualmente de 1 productora de dramatizados y 100 emisoras, de las cuales 7 son de alcance nacional, 1 internacional, 19 provinciales y 73 municipales. Define como su principal objetivo «garantizar que la programación transmitida por sus emisoras esté al servicio de los conocimientos, la cultura, la recreación y la defensa de la nación y de todos sus ciudadanos» (ICRT, 1998).

La radio cubana contribuye a la construcción de la realidad nacional e internacional, al establecimiento de la agenda económica, política y socio-cultural, y a la configuración de valores, actitudes, hábitos, comportamientos y estilos de vida. Los medios de comunicación en Cuba son un elemento del sistema político, de titularidad estatal exclusiva. Por tal razón, existe una interrelación medios-sociedad y sociedad-medios. Esta interrelación es directamente funcional a la ideología hegemónica.

En el año 2016, el Partido Comunista de Cuba (PCC) analizó y aprobó el Proyecto «Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social hasta 2030: Propuesta de Visión de la Nación, Ejes y Sectores Estratégicos». En este documento se fundamenta, con una visión de futuro, las características y bases teóricas

esenciales del modelo socialista cubano; sin embargo, su implementación ha sido lenta, con profundas distorsiones que han conllevado a una profunda crisis económica, política y social agudizada por el recrudescimiento del Bloqueo Económico de los EEUU, la pandemia generada por la COVID-19 y una ineficiente gestión gubernamental que se expresa en el aumento de la pobreza y las desigualdades sociales.

En este contexto, se hace necesario una articulación entre el Sistema Social y el Sistema de Comunicación que permita la búsqueda de consenso de la sociedad en la actualización del modelo económico, político y social cubano que conduzca hacia la justicia ecológico-social y un mayor desarrollo democrático. La voluntad política y gubernamental en favor de una gestión y producción comunicativa con un enfoque participativo están declaradas a nivel discursivo; sin embargo, prevalecen modelos lineales, verticales y autocráticos de carácter mayoritariamente informativo. El texto que a continuación se expone analiza el proceso de producción comunicativa en el sistema de la radio en Cuba, a partir de sus condicionantes regulatorias y estructurales organizativas.

Premisa de investigación, objetivos y metodología

Para la realización de la investigación que sustenta los resultados que se exponen en este texto se definieron los siguientes objetivos:

Objetivo general: Diagnosticar el proceso de producción comunicativa en las emisoras del sistema radial cubano.

Objetivos Específicos:

- Sistematizar los fundamentos teóricos-metodológicos sobre sistemas de producción comunicativa para organizaciones mediáticas como la radio.
- Analizar críticamente los mecanismos de regulación, internos y externos, de la Dirección Nacional de la Radio Cubana que determinan los procesos de producción radiofónica.
- Determinar los principales componentes estructurales-organizativos, que conforman el sistema de la Radio Cubana.
- Describir el proceso de producción sonora en el sistema de la radio en Cuba.

Para ello partimos de la siguiente premisa de investigación:

Las políticas y estrategias que regulan y organizan los procesos de conceptualización, producción, distribución y evaluación de los productos radiales y la propia programación de la radio cubana deben ser repensadas a partir de las nuevas exigencias y cambios tecnológicos, estructurales, económicos, políticos y sociales que se llevan a cabo en Cuba, en función de garantizar un mayor acceso a la información y una comunicación más participativa, plural e inclusiva.

La investigación, de corte comunicológico, se inscribe en el estudio de emisores, es empírica y aplicada. La perspectiva metodológica es cualitativa y tiene un enfoque holístico. En la investigación se empleó como método el enfoque sistémico estructural. Se utilizaron como técnicas de investigación la revisión bibliográfica, el análisis documental, la entrevista en profundidad, 9 grupos focales y 1 grupo nominal.

La Unidad de Observación de la presente investigación la constituye el Sistema de la Radio Cubana integrado por 100 emisoras y los Documentos Institucionales. La muestra seleccionada de las emisoras fue intencional por criterios atendiendo a: variedad en cuanto a su perfil; alcance; representación por región y entorno geográfico. De ahí que la muestra quedó conformada por: Radio Rebelde, Radio Progreso y Radio Taíno (nacionales); Radio Artemisa, CMHW y Radio Angulo (provinciales) y Radio Ariguanabo, Radio Caibarién y Radio Holguín (municipales). En cada una de estas emisoras se estudiaron: 44 directivos y especialistas del Sistema de la Radio Cubana, 59 especialistas y actores técnicos profesionales que no ocupan ningún cargo de dirección, con más de 15 años de experiencia y 81 oyentes fieles.

La radio como sistema de producción comunicativa

Las organizaciones mediáticas son aquellas entidades especializadas cuya actividad fundamental es la producción comunicativa de contenidos simbólicos para satisfacer las necesidades de información, educación, entretenimiento y movilización de públicos amplios y diversos, a través de diferentes medios tecnológicos: prensa, radio, televisión, plataformas digitales,

entre otros, donde median un conjunto de regulaciones económicas, políticas, institucionales, sociales, culturales, jurídicas, tecnológicas, entre otras, que determinan las agendas temáticas a tratar y los enfoques ideológicos (Martín-Serrano, 1986; Martín-Barbero, 1987; Thompson, 1998; Sánchez Ruiz, 1991; Sierra, 2009).

McQuail (2003: 136-137), sintetiza las funciones de los medios de comunicación en las siguientes: «Información: informar, señalar relaciones de poder, innovar; Correlación: explicar, interpretar, socializar, coordinar; Continuidad: cultura y valores; Entretenimiento: divertir, relajar, reducir tensiones sociales y Movilización: campañas por objetivos sociales y comerciales». En una dimensión humanista, se procura que la comunicación contribuya a generar procesos de solidaridad, empoderamiento ciudadano, búsqueda de consenso, cultura de paz y justicia ecológico-social.

La propuesta teórica de Martín-Serrano (1986), permite la comprensión de los sistemas de comunicación pública en correspondencia con la sociedad en la que se desarrolla, a partir de la llamada Teoría Social de la Comunicación. Este autor define a la Comunicación Pública, como «una forma social de comunicación en la que la información se produce y distribuye a través de un Sistema de Comunicación especializado en el manejo de aquella información que concierne a la comunidad como un conjunto» (Martín-Serrano, 1986: 72).

Un sistema de comunicación pública es una organización especializada cuyos componentes estructurales se encuentran interrelacionados para conceptualizar, producir, distribuir y evaluar productos comunicativos, para lo cual se requiere de un capital humano competente y una infraestructura tecnológica. Intervienen e influyen además en estos procesos, los aspectos estructurales-organizativos y los mecanismos de regulación de estos sistemas, así como las múltiples relaciones que se establecen con los sistemas político y social y la legitimidad, veracidad y confiabilidad que adquiere la información.

El sistema político ejerce una notable influencia en el sistema comunicativo y viceversa, pues por una parte se manifiestan relaciones comunicativas necesarias para la construcción y legitimación de los discursos, mientras por la otra, estos discursos se configuran en el entramado de relaciones de poder. En este

sistema, aparece un conjunto de interrelaciones complejas entre Estado, partidos, organizaciones económicas, sociales, culturales, nacionales e internacionales y la ciudadanía. Son menos frecuentes los estudios de esas relaciones en el seno de los países socialistas que, como cualquier otra sociedad, cuentan con colectivos que ostentan el poder político y económico, y ejercen como élites simbólicas (Sosa; De Aguilera; De la Noval, 2019: 1). El sistema de comunicación pública mantiene con los sistemas político y social una relación dinámica, dialéctica y de interdependencia cuya función compartida es la producción y reproducción del consenso social.

Regulación-autorregulación, control y modelos de las organizaciones mediáticas

El modelo de regulación de la información y la comunicación está en gran medida implícito en el propio sistema social en que ella actúa, ya que está estrechamente vinculada al sistema de la propiedad y control sobre los medios, la relación con el sistema político, económico y social, sus objetivos, al ordenamiento legal, a la ideología dominante y a la identidad de cada sociedad. La institucionalización de esa regulación debe estar basada en las garantías constitucionales para promover la democratización de la información y la comunicación.

Entre los elementos conceptuales que se vinculan con la economía de los medios de comunicación se pueden mencionar: las formas de propiedad, las formas de gestión, los modos de financiamiento y la administración de los fondos disponibles. En tal sentido, cuando se habla de formas de propiedad y de funcionamiento de los medios se distinguen tres tipos o modelos de servicio: propiedad privada o comercial; propiedad pública o del Estado y propiedad social o comunitaria.

Cada una de estas tres formas de sistemas de propiedad tienen diferentes lógicas de producción comunicacional. En el primer caso, predomina la lógica de la rentabilidad económica, que es la que identifica a los medios comerciales. En el segundo, la principal característica es el servicio público, aunque en ocasiones se hace proselitismo partidario. En el tercer caso, prima una lógica de rentabilidad sociocultural. «Los modelos de medios son modelos de país. En esta situación, hay que recuperar

el sentido común, el de la gente, el de los ciudadanos, el del bien público, el de la democracia» (Rincón, 2010: 5).

A ello contribuye en gran medida el tercer sector: social-comunitario, el cual se caracteriza por: un modelo de comunicación dialógico y orientado hacia la crítica social; una filosofía no lucrativa y basada en el servicio a la comunidad para favorecer la cohesión social y el empoderamiento de la ciudadanía; una producción informativa que busca visibilizar colectivos, realidades y conflictos sociales; la participación amplia de la ciudadanía en todas las fases y actividades; un modelo de organización basado en una estructura horizontal y en un sistema asambleario de toma de decisiones; un sistema de financiación autogestionado que permite mantener la autonomía y la independencia (Barbas; Martínez Ortiz, 2020: 66).

Se puede afirmar entonces que los medios comunitarios o ciudadanos contribuyen a generar procesos de cambio social a partir de la construcción de ciudadanías activas.

La Radio Contemporánea: lenguaje, géneros y formatos.

La radio posee un lenguaje propio y una particular expresión. Según López Vigil (2005: 36), la radio es «una voz triple: la humana, expresada en palabras; la de la naturaleza, del ambiente (los efectos de sonido); y la del corazón (música)». Las tres tienen el mismo grado de importancia, pues la ausencia de una debilita a las demás. La palabra humana protagoniza las emisiones de radio y las otras dos la refuerzan. Este autor señala una cuarta voz: el silencio, concebido como pausas cargadas de sentido.

La comunicación radiofónica debe tener un componente afectivo además del conceptual. La estructuración y construcción del mensaje debe garantizar que las ideas sean claras, concisas, comprensibles y utilizar la menor cantidad posible de oraciones incidentales. Además, deben ser vocablos que pertenezcan al lenguaje cotidiano de las personas.

El lenguaje de la radio puede evidenciarse en los diferentes géneros y formatos que este medio presenta. López Vigil (2005), clasifica a los géneros desde tres perspectivas: el modo de producción de los mensajes (dramático, periodístico y musical), la intencionalidad del emisor (informativo, educativo, de entrete-

nimiento, participativo, cultural, religioso, movilización social, publicitario), y la segmentación de los destinatarios (infantil, juvenil, femenino, de tercera edad, campesino, urbano, sindical). Además, expone los tipos de formatos a partir de las clasificaciones de géneros según la producción de los mensajes: dramático; periodístico; musical y las radio-revistas (López Vigil, 2005: 87).

En cuanto a los géneros periodísticos se comparte la tipología de Cebrián (1994) y Roderó (2005) quienes clasifican los géneros periodísticos atendiendo al modo de configuración de la realidad, la estructura de presentación y la actitud que asume el comunicador social. En este sentido, proponen para los modos apelativos o dialógicos la entrevista, la mesa redonda, la rueda de corresponsales, el debate, entre otros, donde se asume una actitud interrogativa, consultiva, cooperativa, polémica y dialéctica. Otros géneros identificados por ellos son: el monólogo, la crítica, la charla, la noticia, el reportaje de investigación, el documental y el docudrama, en los cuales se asume una actitud de editorial, comentario, analítica, de fidelidad y profundizadora. A pesar de estas clasificaciones, en la práctica se aprecia que, por lo general, los programas no presentan formatos puros sino que en un mismo espacio podemos distinguir varios elementos de ellos.

La radio contemporánea se caracteriza por ser multimedia y multiplataforma. No es posible trasladar el formato tradicional a internet, pues son lenguajes diferentes. El formato tradicional no desaparece, convive, dialoga y se articula con las tendencias más actuales y potencialidades de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) (López, 2012). La principal estrategia discursiva y narrativa de la radio contemporánea sigue siendo la comunicación sonora, pero demanda actores técnico-profesionales multitareas y multifuncionales, debido a los modelos de producción que apuntan hacia la redacción integrada. Tiene una amplia presencia en sitios web y redes sociales y los adelantos tecnológicos repercuten en la instantaneidad de la información y la música. De esta forma, ofrece la posibilidad de servicios interactivos de noticias, actualizadas periódicamente, distribuyendo estos contenidos a través de plataformas digitales y telefonía móvil mediante mensajería de texto.

Adopta nuevos formatos como el pódcast, foro debates, chats, radio a la carta y habla a sus oyentes por nuevos disposi-

tivos: móviles que integran televisión, radio, telefonía y acceso a Internet, computadoras, entre otros. Por tanto, se producen cambios en los hábitos de consumo, recepción y apropiación, lo que algunos de los autores antes mencionados definen como oyente-internauta. Estas posibilidades que brindan las tecnologías de la información y la comunicación deberán ser acompañadas de Programas de Alfabetización Digital, Mediática e Informativa que favorezcan el uso ético y responsable de la información y la comunicación, así como la participación de la ciudadanía y otros actores claves del desarrollo en la producción comunicativa radiofónica.

A modo de cierre, se define el proceso de producción radiofónica, con un enfoque participativo, como:

el entramado complejo de componentes interrelacionados de orden superestructural, estructural e infraestructural que determinan el proceso de: preproducción, producción, postproducción, distribución y evaluación que tiene como resultado productos comunicativos radiofónicos cuyo acceso, uso, recepción y apropiación, permite satisfacer las necesidades afectivas, informativas, educativas, culturales, de entretenimiento, movilización y acción social de la ciudadanía, la cual tiene la posibilidad de incidir, planificar, producir y decidir en la toma de decisiones y acciones en cada una de estas etapas (De la Noval, 2019: 983).

La comunicación participativa en medios supone entonces realizar transformaciones en aspectos como las metodologías de trabajo, modelos de gestión y producción, así como el papel de los profesionales de la información y la comunicación.

Políticas organizacionales que regulan los procesos de producción comunicativa en el sistema radial cubano.

El Comité Central del Partido Comunista de Cuba (PCC), El Estado y el Gobierno cubanos regulan la información y la comunicación a través de la Constitución de la República de Cuba (Gaceta de la República de Cuba, 2019), la Política de Comunicación del Estado y el Gobierno Cubanos (2018), La Ley de Comunicación Social (Gaceta de la República de Cuba;

2024), la Política Cultural Cubana (MINCULT, 2024) y la Política de Informatización de la Sociedad Cubana (MIC, 2017). En correspondencia con lo establecido el Instituto de Información y Comunicación Social (ICS) a través de sus políticas de Programación, Comunicación y Música establecen las normativas para la producción radiofónica.

En los artículos 53, 54 y 55 de la Constitución de la República de Cuba (2019) se establecen las garantías y regulaciones de los medios de comunicación del país, así como los derechos ciudadanos sobre la información y la comunicación. Al respecto, se garantiza el derecho a solicitar y recibir del Estado información veraz, objetiva y oportuna, así como se reconoce, respeta y garantiza a las personas la libertad de pensamiento, conciencia y expresión. En otro orden, se plantea que los medios fundamentales de comunicación social, en cualquiera de sus manifestaciones y soportes, son de propiedad socialista de todo el pueblo o de las organizaciones políticas, sociales y de masas; y no pueden ser objeto de otro tipo de propiedad (Gaceta de la República de Cuba, 2019: 80-81).

Así, se considera que la carta magna se limita a reconocer el derecho de libertad de expresión, que ya ha sido superado por las teorías, modelos y enfoques participativos de la comunicación con un carácter transformador y liberador, así como la declaración de derechos humanos universales para la que la información y la comunicación constituyen un derecho ciudadano y un bien público, lo que implica que puedan expresarse directamente a través de los medios, en tanto productores de comunicación.

Por otra parte, la Constitución sólo reconoce la propiedad socialista de todo el pueblo, que en la práctica radica en el Estado, y de las organizaciones políticas y de masas, con lo cual las garantías constitucionales, de protección y posibilidades reales y objetivas para el tercer sector de medios (social-comunitarios), son muy limitadas. A esto se suma que los profesionales de la prensa asociados a medios independientes que ejercen un periodismo crítico con el poder e identificado con los intereses ciudadanos, se ven afectados por agresiones directas y la violencia estructural y simbólica, las cuales se expresan fundamentalmente en la limitación de sus libertades y prestigio (descrédito, estigmatización) (Somohano, 2022).

Con anterioridad a la constitución, en enero de 2018, se definió la Política de Comunicación del Estado y el Gobierno Cubanos, la cual fue discutida y aprobada por el gremio profesional. Esta política sintetiza el conjunto de objetivos, principios, normas y aspiraciones en el campo de la comunicación social, referidos a intereses de toda la sociedad, que abarcan el Estado, el Gobierno, sus entidades, los medios de comunicación masiva, las formas de propiedad y de gestión económica estatales y no estatales, las organizaciones políticas, de masas y sociales, asociaciones, fundaciones y toda la ciudadanía. En este sentido, se expresa que el Partido Comunista de Cuba (PCC) es el rector de la comunicación social en el país, traza la política general para su desarrollo y ejerce su control (Política de Comunicación del Estado y el Gobierno Cubanos, 2018). Entre sus principios se señala que: «La información, la comunicación y el conocimiento constituyen un bien público y un derecho ciudadano» (PCC, 2018).

En correspondencia con esos principios la política de comunicación establecida plantea las siguientes acciones:

- Incluir en los planes de desarrollo local acciones de comunicación que favorezcan el conocimiento de la gestión gubernamental y la participación de la ciudadanía.
- Articular el uso de las TIC con los procesos de desarrollo e innovación del país. Potenciarlas como plataforma para propiciar la participación ciudadana, elevar el conocimiento y facilitar la promoción comercial de bienes y servicios (Política de Comunicación del Estado y el Gobierno Cubanos, 2018).

Como se puede observar, la política reconoce que la comunicación constituye un derecho y un bien público; sin embargo, aunque reconoce la importancia de la participación de la ciudadanía en estos procesos, tiene limitaciones en cuanto a que no establece los niveles, mecanismos, estructuras y formas en las que la ciudadanía debe y puede participar en la toma de decisiones en los procesos de gestión, producción y control de la comunicación de carácter público. Como elemento positivo, vale destacar la posibilidad que abre a la sostenibilidad de los medios de comunicación con otras formas de financiamiento como la publicidad responsable, el patrocinio y la cooperación nacional e internacional.

A partir de la estrecha relación entre comunicación y cultura se hace necesario analizar la política cultural cubana. El Ministerio de Cultura (MINCULT), Órgano de la Administración Central del Estado de la República de Cuba, máximo responsable de dirigir y controlar esta política plantea como principios fundamentales:

la reafirmación y el desarrollo de la identidad nacional; la vocación universal y profundamente latinoamericana y caribeña de la cultura nacional; la conservación, protección y difusión del patrimonio cultural; el reconocimiento a la diversidad cultural; el fomento y estímulo a la creación artística y literaria; el respeto y apoyo al protagonismo y creatividad de las comunidades en la conducción de sus procesos socioculturales; y el reconocimiento al papel de la cultura en el impulso y orientación de los procesos socioeconómicos (MINCULT, 2024).

Se puede apreciar en la política cultural cubana la voluntad gubernamental de continuar con la democratización de su acceso, protección y disfrute. Sin embargo, las potencialidades de la comunicación como proceso para el cambio social y cultural, en su relación con la cultura, es muy limitado.

Otro mecanismo de regulación externa es la Política Integral para la Informatización de la Sociedad en Cuba (2017), que plantea:

Desarrollar las tecnologías de la información, las comunicaciones y la automatización, de modo que contribuyan a una activa participación ciudadana —sobre todo de los jóvenes—; a la elevación del conocimiento, el nivel y calidad de vida; a la innovación, al perfeccionamiento del Estado, al desempeño de la economía nacional y de la esfera social (MIC, 2017).

Esta política constituye el documento rector para el perfeccionamiento de la informatización de la sociedad cubana de manera segura y sostenible. Entre sus principios destaca «asegurar la sostenibilidad y soberanía tecnológicas; potenciar el acceso de los ciudadanos al empleo de las Nuevas Tecnologías de la Informática e implementar modelos educativos en todos los niveles de enseñanza, que generen el capital humano con

las capacidades para desarrollar, sostener y utilizar las TIC» (MIC, 2017).

Aunque esta política plantea que debe estar alineada a la Política de Comunicación Social del Estado y el Gobierno Cubanos, se considera que existe fragmentación y se debería potenciar una mayor articulación entre ambos documentos, pues se limita a los aspectos tecnológicos obviando la importancia de la gestión de contenidos. Por otra parte, ambas políticas no plantean la necesidad de conceptualizar, ejecutar y evaluar programas de alfabetización digital, mediática e informacional, elemento clave para generar procesos de ciudadanías activas.

La Ley de Comunicación Social (Gaceta de la República de Cuba, 2024), aprobada por la Asamblea Nacional del Poder Popular regula el Sistema de Comunicación Social para su gestión estratégica e integrada en la sociedad socialista. Se estructura a partir de dos Títulos. El primero de ellos se dedica a las disposiciones generales a través de cuatro capítulos, mientras el segundo Título se compone de un total de quince capítulos dedicados por orden a: la gestión de los procesos de comunicación social; la comunicación social en los ámbitos organizacional, mediático y comunitario; la comunicación social en el ciberespacio; la comunicación política; la comunicación de bien público; la comunicación de crisis; la imagen y marca país de la República de Cuba; la publicidad y el patrocinio; la comunicación en la vía pública o exteriores, la investigación, desarrollo e innovación en la comunicación social; la formación, preparación y superación en comunicación social; las organizaciones profesionales de la comunicación social, y por último la regulación y control de los procesos de comunicación social.

Como se puede apreciar, esta ley tiene un enfoque integral de la comunicación, pues tiene en consideración todos los ámbitos de actuación (organizacional, mediático y comunitario), así como la gestión de sus contenidos (educativos, científicos, comerciales, políticos) y formatos, tanto en el espacio físico como virtual. En su artículo 7 establece que la gestión estratégica e integrada del Sistema de Comunicación Social tiene como propósitos esenciales los siguientes:

- a) contribuir a la consolidación de una sociedad más democrática, con mayores niveles de justicia social, más inclusi-

- va, equitativa, participativa, solidaria y en armonía con el medio ambiente;
- b) fortalecer la educación para la comunicación con el objetivo de ampliar la cultura comunicacional en la sociedad y facilitar el ejercicio del derecho ciudadano a la información, la comunicación y el conocimiento;
 - c) aportar al desarrollo político, económico, social, educacional, científico, tecnológico y cultural del país, que asegure de manera sostenible la prosperidad individual y colectiva;
 - d) enaltecer la identidad, la cultura, los valores, los símbolos, la historia y la ética humanista de la nación;
 - e) respetar la diversidad cultural, sin discriminación por razones de sexo, género, orientación sexual, identidad de género, edad, origen étnico, color de la piel, creencia religiosa, discapacidad, origen nacional o territorial, o cualquier otra condición o circunstancia personal que implique distinción lesiva a la dignidad humana;
 - f) fortalecer la cultura del diálogo y el consenso en la sociedad, así como el uso responsable y ético de los datos, la información y la comunicación social;
 - g) fomentar un pensamiento emancipador que sustente la continuidad del proyecto socialista de nación y enfrente con sentido crítico la ofensiva de la colonización cultural;
 - h) potenciar la participación popular en el desarrollo socialista, con particular protagonismo de la juventud y la mujer;
 - i) garantizar el carácter público de los medios fundamentales de comunicación social;
 - j) asegurar que la producción comunicativa nacional se realice con apego a la legalidad y a partir de fuentes lícitas y transparentes de financiamiento (...) (Gaceta de la República de Cuba, 2024: 811-812).

Hacia lo interno, la Dirección General de la Radio Cubana como parte de las responsabilidades que le confiere el Estado Cubano en su carácter rector de todas las actividades de la producción radiofónica, elabora, ejecuta y controla la Política de Programación. En este documento, se establecen los criterios de obligatorio cumplimiento para la creación, producción, transmisión, exportación y evaluación de toda la obra radiofónica cubana, lo cual también es válido para la presencia de la

Radio Cubana en internet, a través de sus páginas web (ICRT, 1998).

En cuanto a la programación informativa se plantea que el enfoque de las informaciones debe ser el más exacto de la Política del PCC, del Gobierno Cubano y del pueblo cubano. En cuanto a la información nacional se expresa que se debe priorizar los resultados de la gestión estatal, mientras que la internacional deberá: Denunciar el bloqueo económico-financiero de los EEUU hacia Cuba; defender la política exterior de la Revolución Cubana; difundir las campañas de apoyo a la Revolución Cubana y exponer los argumentos del diferendo EEUU-Cuba (ICRT, 1998).

Las disposiciones relacionadas con los diferentes temas: «No comportan restricciones» siempre que se aborden en correspondencia con el enfoque de los lineamientos generales y predominará lo cubano sobre lo extranjero. En cuanto a los temas religiosos, se plantea que se tratarán solamente cuando estén en función de expresar directamente el proceso de transculturación en el cual se fundamenta la identidad de la nación cubana. No podrán aparecer en los medios con la intención de ridiculizarlos o mostrar preeminencia de una religión sobre otra, o con una función proselitista.

En este documento rector, se reconoce que la información constituye un servicio público y un derecho ciudadano; sin embargo, continúa viendo a los sujetos como audiencias y receptores pasivos, enfoque que recuerda a los presupuestos de la teoría hipodérmica, pues no se les otorga el rol de productores de mensajes y gestores de comunicación pública. Se pone de relieve en la declaración de los principios e implementación de esta política que es insuficiente la estimulación de la participación ciudadana en cada uno de los procesos y etapas de la producción. Para ello, además se requiere de la conceptualización, planificación, implementación, seguimiento, control y evaluación de Programas de Alfabetización Mediática y/o Educación para la Comunicación, aspecto medular no contemplado en el documento.

En relación con la publicidad, se considera que persiste en los decisores de la dirección del país y el Instituto de Información y Comunicación Social (ICS), prejuicios hacia la comunicación comercial-promocional, pues a pesar de la actualización del

modelo económico y la diversidad que existe en cuanto a sistemas de propiedad, productos y servicios, estas prácticas comunicativas solo se emplean en Radio Taíno y recientemente en algunas emisoras locales en las cuales se están experimentando nuevos modelos de gestión.

Este documento rector debe ser revisado y actualizado frecuentemente, a partir de las exigencias del entorno social, cultural, económico, político, jurídico y tecnológico cubano. Es válido aclarar que la programación radiofónica es cien por ciento cubana.

Por su parte, la política de programación musical plantea que se debe incrementar todos los géneros, formas, estilos y épocas, promoviendo con énfasis el talento musical de cada territorio. Asimismo, estos lineamientos establecen que el setenta por ciento de la música que se transmite en las emisoras nacionales tiene que ser cubana, en las provinciales el ochenta por ciento, y el ochenta y cinco en las municipales respectivamente. La mayoría de los actores técnicos profesionales en las entrevistas y grupos focales expresaron que estos porcentajes deberían ser más flexibles, teniendo en cuenta los formatos de los programas y en el caso de las emisoras municipales se debería aumentar el porcentaje de música extranjera permitida.

Existe consenso entre los directivos, especialistas y actores técnicos-profesionales de todas las emisoras y estructuras de dirección que formaron parte de la muestra en que las políticas que regulan el proceso de producción radiofónica deben ser repensadas, actualizadas y tener un enfoque mucho más flexible en su implementación, así como garantizar una comunicación más participativa. No obstante, reconocen la importancia y función que cumplen para orientar, guiar, acompañar y conducir estos procesos.

A modo de resumen, se puede decir que el modelo de regulación de la información y la comunicación externo e interno del sistema radial cubano mantiene una relación de dependencia con las estructuras políticas y del gobierno de Cuba, así como está vinculado al sistema de la propiedad y control socialista sobre los medios de comunicación fundamentales. Estos principios, normas y regulaciones responden a la ideología dominante en la sociedad cubana: «la construcción del socialismo y el avance hacia la sociedad comunista» (Constitución de la

República de Cuba en Gaceta de la República de Cuba, 2019, p.71), aunque en la práctica este modelo presenta distorsiones y se acentúa la pobreza, las inequidades sociales y se observan retrocesos en las conquistas sociales alcanzadas por la Revolución Cubana.

Estructura del Sistema de la Radio Cubana

El Sistema de la Radio Cubana integrado por 100 emisoras y una productora de dramatizados se subordina al Instituto de Información y Comunicación Social (ICS), como Organismo de la Administración Central del Estado, se compone de una Dirección Nacional de Radio, a la cual se subordinan metodológicamente las Direcciones Provinciales de Radio presentes en todas las provincias cubanas.

El organigrama o estructura organizativa de cada una de estas entidades varía de acuerdo al perfil y alcance (nacional, provincial o municipal), pero comparten criterios comunes en cuanto a un grupo de departamentos, áreas o grupos de trabajo que determinan e inciden con un carácter estratégico y transversal en el sistema de producción comunicativa, cuyo resultado final es la creación de programas radiales que tienen un valor comunicativo, artístico y estético.

Entre estos departamentos o grupos de trabajo comunes se pueden mencionar: La Dirección General, Dirección de Información y Propaganda, Dirección de Programación, (actualmente en la mayoría de las emisoras existe un solo director que controla ambas funciones); Dirección de Comunicación; Grupo de Investigaciones Sociales y Calidad, Dirección de Economía y Dirección de Recursos Humanos. La mayoría de los directivos, especialistas y actores técnicos-profesionales entrevistados y participantes de los grupos focales consideraron que la actual estructura de la Radio Cubana y sus emisoras es eficiente y eficaz.

Entre los componentes organizacionales del sistema radial cubano se establecen relaciones basadas en el enfoque sistémico-cultural; pues la Radio Cubana funciona como un subsistema integrado que interactúa con el sistema político y social con los que se encuentra relacionado dialécticamente, así como

el desarrollo de cada una de sus áreas depende las otras; sin embargo se debe fortalecer la comunicación interna entre las direcciones y grupos de trabajo, en aras de lograr una mayor cohesión y colaboración entre sus miembros y de esta forma contribuir a una mejor gestión radial. En el subsistema de la Radio Cubana se tiene en cuenta la dimensión cultural presente en todo proceso comunicativo, ya que su gestión se basa en la historia, tradiciones, costumbres, y todo un legado de más de 100 años de creación y producción radial.

Infraestructura y financiamiento

El capital humano del Sistema de la Radio Cubana está integrado por aproximadamente 8.000 trabajadores capacitados y habilitados en diferentes especialidades como dirección de programas radiales, guionistas, asesores, locutores, periodistas, actores y actrices, comunicadores sociales, analistas de información, investigadores sociales, realizadores de sonido, cuadros de dirección, entre otras.

La Radio Cubana se encuentra en un proceso de actualización tecnológica, lo cual favorece nuevas formas de creación a partir de las posibilidades que brinda el ciberespacio y facilidades para los procesos de edición, lo cual implica cambios en las formas de gestión y consumo de este medio, posibilitando llegar, a su vez, a públicos más amplios y diversos.

El sistema radial cubano se financia con presupuesto asignado por el Estado Cubano. Todos los directivos, especialistas y actores técnicos-profesionales, que formaron parte de la selección muestral de la presente investigación, refirieron que en los últimos años se ha recortado el presupuesto, lo que ha afectado a los procesos de producción comunicativa radiofónica.

La Radio Cubana cuenta además con otra forma de financiamiento que son los ingresos obtenidos por concepto de publicidad y patrocinio, a través de la gestión comercial realizada por Radio Taíno, única emisora en Cuba que realiza estas prácticas comunicativas con fines comerciales. Todos los ingresos recaudados en esta emisora por estos conceptos se transfieren al sistema de la Radio Cubana. Sin embargo, también se pueden explorar otras formas y fuentes de financiamiento como el pa-

trocinió de programas y la cooperación internacional, a través de la gestión de proyectos comunicativos comprometidos con las agendas de desarrollo sostenible.

Producción comunicativa en la Radio Cubana

La Radio Cubana cuenta con un *Manual de Metodología para la Programación Radial* (ICRT, 2013), documento rector para la gestión de la calidad que establece las funciones de los programas radiofónicos, los requisitos fundamentales de los sopores literarios, las definiciones de cada tipo de guion, los procedimientos y exigencias en cuanto a las etapas que atraviesa la producción comunicativa, así como la metodología y sistema de indicadores para los monitoreos de la programación y el sistema de gestión de recursos humanos y economía.

En tal sentido, se puede afirmar que existe homogeneidad en las etapas y procesos de producción en las emisoras del país, lo cual se pudo corroborar en las entrevistas y grupos focales realizados donde se identifican como etapas fundamentales: la preproducción, producción, postproducción, distribución, evaluación y recepción, las cuales se encuentran interrelacionadas. Sin embargo, la importancia que le confieren a cada una de ellas varía en algunos casos.

Las diferencias en este proceso están dadas por el perfil de la emisora, su carta de estilo, diseño de programación, identidad sonora, la formación e ideologías profesionales del capital humano interno, el tipo de programas según sus formatos y géneros radiofónicos, las características demográficas y psicosociales de sus públicos estratégicos y el entorno geográfico, económico, político y social donde se desarrollan, todo lo cual le aporta un sello distintivo y diferenciador a este proceso.

Existe homogeneidad en la forma de establecer la agenda mediática en las emisoras que forman parte del sistema radial cubano. Con una frecuencia mensual y semanal el Departamento Ideológico del Partido Comunista de Cuba (PCC), así como el Consejo de la Administración en sus diferentes niveles, Provincial (CAP) y Municipal (CAM), orientan la agenda política que se debe tratar en las emisoras radiales según su alcance y perfil respectivamente. Además, la Dirección Nacional de la

Radio Cubana envía un plan temático a todas las emisoras, el cual se ajusta y enriquece a partir del perfil de cada emisora, sus objetivos, intereses y demandas de los oyentes. Por tanto, se puede afirmar que la relación entre el sistema político, social y comunicativo en la sociedad cubana actual es de dependencia.

Con estas orientaciones, el Consejo de Dirección y el Consejo Editorial y de Programación conforman la agenda política, mediática y pública. Sin embargo, la mayoría de los directivos, especialistas y actores técnicos-profesionales de las emisoras nacionales, provinciales y municipales, en las entrevistas y grupos focales coinciden en que existe un desequilibrio en las agendas, orientado fundamentalmente hacia lo político, dada la centralización y verticalidad de este proceso, pues no existen estructuras y mecanismos eficaces para establecer la agenda ciudadana. Queda evidenciado en los criterios aportados por los radialistas entrevistados la unidireccionalidad, verticalidad, desequilibrio entre la agenda mediática, política y ciudadana y homogeneización de los contenidos debido a que los medios responden esencialmente al Estado y se subordinan editorial y económicamente a un solo partido.

A partir de las técnicas investigativas utilizadas, se identificaron un conjunto de temas priorizados y otros menos tratados por el sistema de la Radio Cubana. Entre los temas privilegiados se encuentran: Legado del Comandante Fidel Castro Ruz, Diferendo EEUU-Cuba y el Bloqueo Económico de EEUU hacia Cuba. Por su parte, entre los temas silenciados o menos tratados se encuentran: Corrupción, Calidad de la Salud y la Educación, Pobreza e Inequidades Sociales, Discriminación Racial, el aumento del Consumo de Drogas y la Emigración. Lo anterior confirma que la agenda mediática demanda cada vez más una crítica de los problemas sociales y un mayor acercamiento a la agenda ciudadana.

Con relación a la producción o puesta en el aire se pudo comprobar que existen varios esquemas, a veces decide el escritor, otras el asesor y en otras ocasiones el director. Esto varía de un programa a otro, aunque lo establecido es que el director del programa es el máximo responsable de la calidad del producto comunicativo radiofónico.

A través de las entrevistas, se pudo constatar que los diseños de programación se definen en cada provincia y entonces pasan

por un proceso de aprobación. Para ello se realiza un estudio profundo del entorno donde se destacan: la extensión territorial, características del relieve —llano, montañoso o si coexisten ambos—, principal actividad económica, distribución de la población por sexo, edades, nivel escolar, sus hábitos, costumbres, historia, tradiciones, leyendas, infraestructura deportiva, cultural y el espectro radial y televisivo, entre otros. Estos indicadores permiten determinar el horario más adecuado para el inicio y final de las transmisiones, tiempo de duración, frecuencia, objetivo y perfil de cada programa, así como los contenidos temáticos a tratar.

Los mecanismos de retroalimentación del Sistema de la Radio Cubana coinciden en las diferentes emisoras y los más utilizados son las llamadas telefónicas, el correo postal tradicional, el correo electrónico, los mensajes a través de la telefonía celular, las notas entregadas en la recepción, y con menor frecuencia se realizan radio-debates a través de encuentros con los oyentes. El Grupo de Investigaciones Sociales y de la Calidad realiza un sistema de monitoreo a los programas con una frecuencia diaria, mensual, trimestral y semestral.

Las posibilidades de una participación activa, sustantiva y protagónica de la ciudadanía en la selección de la agenda, los contenidos y en la toma de decisiones de las etapas del proceso de producción comunicativa del sistema radial cubano es insuficiente y no existen mecanismos eficaces para ello. Se limita a llamadas telefónicas para la petición de números musicales, mensajes de saludos y felicitaciones, concursos, juegos de participación y en algunos casos sugerencias, preguntas y planteamientos sobre determinadas problemáticas sociales o temáticas de interés en programas en vivo. Las emisoras locales y provinciales potencian en mayor medida la participación de las audiencias que las nacionales.

Conclusiones

El Sistema de la Radio Cubana es una organización mediática de titularidad estatal exclusiva y condiciona su modelo de gestión y producción comunicativa pública hacia la rentabilidad sociocultural con un marcado carácter informativo-cultural,

sin fines comerciales. Funciona en un constante intercambio con los diferentes sistemas de la sociedad cubana, especialmente el político, a través de un vínculo estrecho con el Partido Comunista de Cuba y el Gobierno Cubano, con el cual mantiene una relación estrecha de dependencia.

El Partido Comunista de Cuba (PCC) junto al Estado, el Gobierno Cubano y representantes de los medios definen y trazan la Política Informativa de la Radio Cubana. Es necesario potenciar un equilibrio entre las agendas política, mediática y pública-ciudadana, pues hay demandas informativas no satisfechas y temas silenciados, pues existen prácticas de secretismo que afectan la inmediatez, veracidad y oportunidad de la información pública.

El proceso de producción comunicativa del sistema radial cubano está mediado y condicionado por varios documentos rectores de carácter interno como las Políticas Informativas, de Comunicación, Programación, Musical y el Manual de Calidad. Este marco regulatorio interno debe ser actualizado a partir de las nuevas exigencias y cambios que se proponen en la Política de Comunicación del Estado y el Gobierno Cubano (2018); La Ley de Comunicación Social (2024) y la Conceptualización del Modelo de Desarrollo Económico, Político y Social hacia el 2030 (2016), donde se reconoce a nivel discursivo que la información y la comunicación constituyen un derecho ciudadano y un bien público.

Entre los componentes estructurales-organizativos del sistema radial se establecen relaciones sistémicas-culturales disfuncionales. La actual estructura de la Radio Cubana no dispone de un grupo de Alfabetización Digital, Mediática e Informativa para la formación de capacidades en la ciudadanía y otros actores de la comunicación que garanticen el efectivo ejercicio consciente y crítico de participación en la producción radiofónica.

Existe homogeneidad en las etapas y procesos de producción en las emisoras del país, donde se identifican como etapas fundamentales la preproducción, producción, postproducción, distribución, evaluación, recepción y apropiación, las cuales se encuentran estrechamente interrelacionadas. Las diferencias en este proceso están marcadas por el perfil de la emisora, su carta de estilo, diseño de programación, identidad sonora, la formación e ideologías profesionales del capital humano interno, el

tipo de programas según sus formatos y géneros radiofónicos, las características demográficas, psicosociales y el nivel de participación de sus públicos estratégicos, así como las características del entorno geográfico, económico, político y social donde se desarrollan.

La participación ciudadana en la producción comunicativa de la Radio Cubana se da a niveles bajos de información y consulta; pues los sujetos no tienen capacidad y posibilidad real de decidir en la toma de decisiones, se limita a enfoques tradicionales donde el acceso de la ciudadanía a la radio es mayoritariamente representado por políticos, agentes de instituciones públicas o periodistas.

Estos resultados de investigación abren la posibilidad a futuros estudios comparativos sobre estructura de medios; evaluación de la implementación de la Ley de Comunicación Social recientemente aprobada, así como el diseño de modelos de comunicación participativa sostenible.

Referencias

- Barbas, A.; Martínez Ortiz, A. (2020). Vidas de activismo. La participación en los medios de comunicación comunitarios como fuente de aprendizajes. *Diálogo andino*, (62), 65-75. <https://dx.doi.org/10.4067/S0719-26812020000200065>
- Cebrián, M. (1994). *Géneros informativos audiovisuales: radio, televisión*. Madrid: Ciencia 3 Distribución. <http://razonypalabra.org.mx/N/N70/Corrales-Hernandez-revisado.pdf>
- Constitución de la República de Cuba (Gaceta de la República de Cuba núm. 5 de 10 de abril de 2019). <https://www.gacetaoficial.gob.cu/sites/default/files/goc-2019-ex5.pdf>
- De la Noval, L. (2019). Propuesta de un sistema participativo de producción comunicativa en la Radio Cubana. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 25(2), 979-994. <https://doi.org/10.5209/esmp.64820>
- ICRT. (2013). Manual de Metodología para la Programación Radial
- ICRT. (1998). Política de Programación del Instituto Cubano de Radio y Televisión.
- Ley N0 162 de Comunicación Social (Gaceta de la República de Cuba núm 48 de 5 de junio de 2024). https://www.gacetaoficial.gob.cu/sites/default/files/ley_162-2023_de_comunicacion_social.pdf
- López, C.D. (2012). Profesional multitarea y contenido multiplataforma: nuevas prácticas en la Radio Contemporáneas. *Diálogos de la Comunicación*, (84),

- 2-14. <http://dialogosfelafacs.net/profesional-multitarea-y-contenido-multiplataforma-nuevas-practicas-en-la-radio-contemporanea/>
- López, J.I. (2005). *Manual urgente para radialistas apasionados*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín Serrano, M.M. (1986). *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Mc Quail, D. (2003). *Introducción a la Teoría de la comunicación de masas*. México: Paidós.
- Ministerio de Comunicaciones (2017). Política integral para el perfeccionamiento de la informatización de la sociedad en Cuba. <https://www.mincom.gob.cu/es/marco-legal>.
- Ministerio de Cultura de Cuba (MINCULT) (2024). Política Cultural Cubana. <http://www.ministeriodecultura.gob.cu/>
- PCC. (2018). Política de Comunicación del Estado y el Gobierno Cubanos
- PCC. (2016). Conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano de Desarrollo Socialista. VII Congreso del PCC, La Habana, abril de 2016.
- Portal de la Radio Cubana. (agosto, 2024). <http://www.radiocubana.cu/emisoras>
- Rincón, O. (2010). ¿Por qué nos odian tanto? *Estado y medios de comunicación en América Latina*. Centro de Competencias en Comunicación para América Latina.
- Rodero, E. (2005). *Producción Radiofónica*. Madrid: Catedra
- Sánchez Ruiz, E. (1991). Apuntes sobre una metodología histórico-estructural (Con énfasis en el análisis de los medios de difusión). *Comunicación y sociedad*, (10-11), 11-49. http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/10-11_1991/11-49.pdf
- Sierra, F. (2009). Economía política de la comunicación y teoría crítica. Apuntes y tendencias. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, (6), 149-171. https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/14791/file_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Somohano, A. (2022). Condiciones individuales de producción periodística en medios independientes cubanos. *Revista de Comunicación*, 21(1), 389-409. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A20>
- Sosa, A.; De-Aguilera, M.; De la Noval, L. (2019). Sistema de comunicación, poder y socialismo: el caso de Cuba. *El Profesional de la Información*, v. 28, n. 6, Article e280616. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.16>
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.