

image not found or type unknown



www.juventudrebelde.cu

image not found or type unknown



Nuestro patrimonio mayor es la opinión pública, afirmó Salam Mousa Reyes, director del Centro de Investigaciones Sociales del ICRT Autor: Periódico Vanguardia Publicado: 26/11/2019 | 07:28 pm

El arte necesita de la ciencia

Saber qué piensan los públicos de los programas televisivos y radiales, es desde hace más de 40 años una de las misiones del Centro de Investigaciones Sociales del ICRT

Publicado: Martes 26 noviembre 2019 | 07:49:04 pm.

Publicado por: Aracelys Bedevia

Saber qué piensan los públicos de los programas televisivos y radiales, qué les interesa y a través de qué plataformas prefieren recibir los mensajes es desde hace más de 40 años una de las misiones del Centro de Investigaciones Sociales (CIS) del Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT).

Esta institución cubana, nacida el 27 de noviembre de 1977, ofrece información científicamente avalada que contribuye a la toma de decisiones en el ámbito de los medios de comunicación y de mercadotecnia. Detrás de cada triunfo de nuestros programas radiales o televisivos está la mano de sus investigadores, pues gracias a ellos se conoce, por ejemplo, la aceptación o no de las propuestas y se establece una retroalimentación entre público y creadores.

Desde el anonimato, los investigadores de este centro abordan los estudios de la radio y la televisión, miden, analizan y caracterizan las audiencias y la opinión pública, afirmó a **Juventud Rebelde** Salam Mousa Reyes, director del CIS. Este centro ofrece, además, respuestas a las demandas investigativas provenientes de clientes externos relacionadas con el marketing y la comunicación social. «Contamos con un grupo multidisciplinario de profesionales calificados y una red de encuestadores de alcance nacional», precisó Mousa.

En sus declaraciones, ofrecidas en medio de los festejos por el 42 aniversario del CIS, Salam se refirió a los

orígenes del centro. Su surgimiento, dijo, está relacionado con las políticas implementadas a mediados de los 70 del siglo pasado, especialmente con las Tesis y Resoluciones del Primer Congreso del Partido Comunista de Cuba (1975) y con el llamado que se hizo a aplicar la ciencia y la tecnología en las esferas culturales.

—¿Cuáles han sido los principales resultados de trabajo?

—Cada uno de los éxitos alcanzados ha estado en correspondencia directa con la calidad de la televisión cubana. A medida que fue creciendo, el CIS tuvo que asumir tareas de mayor envergadura y sentar pautas en cuanto a líneas investigativas como los estudios de audiencia, análisis de la programación, creación de los sistemas de retroalimentación y la clínica de programas cero.

«Como ejemplos se pueden citar el estudio de hábitos de vida de la población en 2009, que fue un censo pormenorizado del consumo cultural; estudios a empresas como Brascuba, que permitieron la introducción de nuevas marcas en el mercado y otros análisis nacionales de percepción sobre productos comunicacionales.

«Se han desarrollado proyectos relacionados con los programas de participación de RTV comercial, los espacios humorísticos (**Jura decir la verdad, Vivir del cuento...**), dramatizados e informativos, lo que ha contribuido a tomar decisiones que han tenido impacto en la programación radial y televisiva.

«En intercambios con otras entidades extranjeras dedicadas a los estudios de medios y opinión pública, hemos constatado que cumplimos con los estándares de calidad que se exigen a nivel internacional».

—¿Cómo se inserta el CIS en la dinámica del ICRT?

—En un primer término está la relación con los creadores, con quienes mantenemos un vínculo sistemático porque ellos son los que llevan la ciencia al arte final. También se trabaja en función de los intereses de los encargados de tomar decisiones sobre la programación y los contenidos que se publican en los diferentes espacios.

«Nuestras líneas de investigación son variadas y van desde los temas raciales y de género, hasta los de opinión pública y el trabajo de comunicación institucional, pasando por la evaluación de la calidad de las propuestas audiovisuales y el impacto en los públicos, según su sector etario.

«Estamos haciendo énfasis en las investigaciones y asesorías en comunicación. Nos insertamos en las nuevas dinámicas sociales en las que las herramientas hipermediales forman parte de la cotidianidad: estudiamos los lenguajes, públicos y la relación entre las plataformas que más se consumen en nuestro país.

«Nuestra meta es convertir esa opinión pública en el instrumento de dirección de los procesos de trabajo en los medios, siempre acotando que es imposible complacer todos los gustos.

«El promedio de edad de nuestros trabajadores no llega a los 40 años. Desde el personal técnico hasta los especialistas y los encuestadores, prima el sentido de responsabilidad y respeto por nuestro patrimonio mayor: la opinión pública».

—¿Cómo llega el centro a su 42 cumpleaños?

—Cargado de ideas y proyectos. Hoy se busca extender el trabajo de nuestra red de encuestadores para que no quede en Cuba un lugar sin recoger un criterio; se realizan procesos de modernización tecnológica; ampliar la gama de servicios y lo más importante, aspiramos a ser fuente de consulta obligatoria para los creadores que

empresen proyectos para el disfrute de los públicos.

«Este aniversario lo estamos celebrando con un evento científico dedicado a reflexionar sobre consumo cultural y de medios, redes sociales y su impacto en la comunicación e investigación social aplicada a la televisión y la radio. En el contexto de esta cita hemos querido homenajear a los trabajadores más destacados del colectivo y a quienes dedicaron su vida a la investigación junto a este centro y lo dirigieron durante mucho tiempo, también a profesionales con una estrecha relación con el CIS, como la Doctora Hilda Saladrigas, decana de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, quien ha mostrado su apoyo incondicional para elevar el desarrollo profesional de nuestros trabajadores.

«El arte necesita de la ciencia para conocer qué quieren los públicos porque solo la investigación científica permite traducir miles de ideas en un proyecto de todos».

<http://www.juventudrebelde.cu/cultura/2019-11-26/el-arte-necesita-de-la-ciencia>

Juventud Rebelde | Diario de la juventud cubana
Copyright © 2017 Juventud Rebelde