

Festival de la Radio 2020

Radio Habana Cuba: Un modelo de la interacción con su público.

Inicios y objetivos:

El 16 de abril de 1961, en el sepelio a las víctimas de los bombardeos a los aeropuertos de San Antonio de los Baños, Ciudad Libertad y Santiago de Cuba, preludio de la agresión mercenaria de "Bahía de Cochinos", Fidel Castro Ruz anuncia al mundo las emisiones radiales cubanas al exterior, que desde el 24 de febrero habían estado en el aire, como Onda Corta Experimental.

La llamada Onda Experimental se convirtió en Radio Habana Cuba, oficialmente, el 1ero. de mayo de 1961. (PowerPoint 1 y 2)

Son. Voz de Fidel (...Ya Cuba tiene una planta de radio...)

Una de las características distintivas de esta estación radial es la transmisión en onda corta, por lo que la audiencia potencial se situaría a miles de kilómetros de su emisor en La Habana.

En sus inicios ¿cómo se podía comprobar que se escuchaban las emisiones de Radio Habana Cuba? La más sencilla y económica era mediante una carta, por eso durante la programación se exhortó a la audiencia a dar muestras de su sintonía.

Ignacio Canel Bravo, fundador de la emisora, actual colaborador y Premio Nacional por la Obra de la Vida en 2013, una voz autorizada para contar la historia de la interrelación entre esta radio y su público rememora los inicios de la emisora y de las primeras cartas recibidas

Sonido. Entrevista a Canel (feb.2020) (en PowerPoint 4)

Las primeras comunicaciones recibidas y las respuestas forman parte del archivo histórico de la emisora y confirman el valioso testimonio que acabamos de escuchar.

Cartas de oyentes fundadores en fotos (Fotos en PowerPoint 5 y 6)

- Respuesta del Depto. De Correspondencia a Antonio Dicrici cubano que escribe por 1era vez mientras estaba en EU, con fecha 15-4-1961
- Carta de este mismo oyente el 11-4-1996, que corrobora su primera misiva como oyente desde que era onda experimental.
- Francisco Salvatierra de Costa Rica 27 abril
- Héctor Mujica de Venezuela.

Bases del modelo de interacción con el público. Estrategias de trabajo

La correspondencia de los oyentes constituye un puente que une al colectivo de la emisora con su razón de existir: la audiencia.

En la actualidad podría ampliarse el término "audiencia" y en su lugar decir "público" pues el diapasón de contactos de la emisora ha viajado hacia otras

plataformas como lo son: la electrónica, página web, redes sociales, también mediante llamadas telefónicas y visitas a nuestras oficinas y estudios.

El intercambio con el público a partir de las nuevas tecnologías y propuestas de Radio Habana Cuba han ampliado e impuesto nuevas formas de desempeño en el trabajo del Departamento de Correspondencia.

Conocer las características del público que toma contacto con la emisora, saber lo que esperan de la programación, el interés en los temas de las publicaciones, enriquece y potencia el trabajo del colectivo.

Desde sus inicios y hasta nuestros días el intercambio comunicacional con el oyente, parte de las siguientes premisas: (PowerPoint 7)

-Respeto

-Cortesía

-Atención a la individualidad

Estas son normas invariables para cualquier plataforma de contacto con el público. Su uso, en especial el trato personalizado, fideliza a los consumidores de nuestro servicio, permite un crecimiento de la lealtad de los clientes que acceden a las diferentes plataformas, en la búsqueda de los espacios informativos que se ofrecen.

Responder las inquietudes del público es importante, si se hace en varios idiomas aumenta la calidad y diversidad. Actualmente se responde en los idiomas inglés y español desde el Departamento de Correspondencia.

Los oyentes asiduos a la programación que se transmite en los idiomas, francés, árabe, creole y esperanto, son atendidos por los realizadores de esos espacios.

Otra acción que enriquece el trabajo del Departamento es la confección de una tarjeta con los datos de cada persona que se comunica. Esta información se enriquece cualitativamente en la medida que aumenta el número de interacciones entre la entidad y quienes nos escriben, lo cual redundará en un mayor y mejor conocimiento de la individualidad de nuestro público y nos permite ofrecer respuestas a la correspondencia cada vez más personalizadas.

(Ver en PowerPoint 8)

Tarjeta 1 Mirta Jeréz

Tarjeta 2 Ramón Rivero Llanes

Una vez que se recibe la correspondencia, por cualquiera de las vías, le sigue el rigor del análisis estadístico para clasificarla, conocer la cantidad recibida (mensual, anual) los países de procedencia, temas de interés de la audiencia, programas favoritos, críticas, sugerencias, satisfacciones por el trabajo realizado. (PowerPoint 9)

El Boletín de la Retroalimentación es un documento que se prepara a punto de partida del análisis estadístico, con los datos que aporta cada individuo que se comunica con la emisora. Su historia data de los inicios de la propia emisora (ver

en PowerPoint 10 foto del expediente con fecha de comienzo 1962, al año de iniciar las transmisiones)

En la actualidad el Boletín se confecciona con una frecuencia semestral y anual. Su utilidad constituye una guía para el quehacer diario del colectivo de la emisora

Estudios de audiencia

Los públicos de una emisora como Radio Habana Cuba, de alcance internacional, se encuentran muy distantes. (PowerPoint 11)

La utilización de encuestas, es un medio útil que se utilizó en las primeras investigaciones y se enviaron a los oyentes por la vía postal.

También se han realizado encuestas en la página web de la emisora para conocer aspectos específicos del público que la visita.

El estudio más abarcador recogió la información que aportó la correspondencia que se recibió en un año, más el análisis de los datos de cada uno de los oyentes que se comunicó por alguna de las vías con la emisora.

Estos fueron algunos resultados que conformaron el perfil del oyente y público en general de Radio Habana Cuba: (PowerPoint 12)

- Interés por escuchar a la emisora
- Prefieren comunicarse mediante las nuevas tecnologías (correo electrónico, mensajería en redes sociales, comentarios en las publicaciones, sección de correspondencia de la página web)
- Predomina el sexo masculino entre los que se comunican
- El rango de edades oscila entre los 35-60 años, le siguen los que tienen más de 60 años (muchos de ellos oyentes fundadores)
- Nivel de instrucción del oyente de Radio Habana Cuba: medio-superior
- La atención principal es hacia los segmentos informativos y culturales
- Abordan el tema de la solidaridad y simpatía por la Revolución.

Inserción del Departamento de Correspondencia Internacional de Radio Habana Cuba dentro de la programación.

Actualmente existen varios programas en los que se comenta la correspondencia. Cada uno de ellos tiene un perfil de abordaje diferente y distintivo. Se transmiten diferentes días de la semana y abarcan a la programación en idioma español e inglés. (PowerPoint 13)

Para la programación en español:

Programa "Amigos de Cuba" sale al aire en dos horarios los domingos

Sección “Correo Internacional” se transmite en la revista “Despertar con Cuba” del sábado y se repite los lunes en la revista vespertina “Nuestra América”

Sección “Correspondencia Semanal” sale al aire en la revista “Cuba Online” en la emisión de los viernes.

Para la programación en idioma inglés:

“The Mailbag Show” (miércoles)

“The Mailbag Plus” (domingos)

(PowerPoint 14) El Departamento de Correspondencia dedica especial atención al programa más comentado de la emisora “El Mundo de la Filatelia”, que en cada una de sus emisiones propone una pregunta relacionada con ese tema, cuya respuesta correcta es premiada con sellos cubanos, que se le envían al filatelista mediante el correo postal.

Otro singular propósito del trabajo del Departamento, es verificar los Informes de Recepción que realizan los radioyentes de su escucha en la onda corta. La tarjeta QSL, con la cual se confirma que el oyente sintonizó correctamente y estuvo en contacto con la programación en determinada frecuencia, hora y con determinada calidad de escucha, se le envía a cada uno de ellos, mediante el correo postal.

La atención a los concursos convocados por los programas de Radio Habana Cuba, la respuesta a cada uno de los oyentes que participan y luego el envío de los premios, mediante el correo postal, es tarea de este colectivo.

Consideramos importante participar en divulgación masiva de contenidos informativos de interés para Cuba, mediante el correo electrónico y en redes sociales. Colaborar en campañas nacionales de repercusión internacional como fueron: el regreso del niño Elián, también el de los Cinco Héroes, campañas contra el bloqueo de los EEUU, entre otras.

El Departamento de Correspondencia dedica su atención a los realizadores de programas que deseen conocer las opiniones de su público respecto al trabajo que desempeñan. Las críticas y sugerencias son viabilizadas por nuestro colectivo.

Todo el trabajo del Departamento de Correspondencia Internacional de Radio Habana Cuba tiene su recompensa cuando vemos a personas que empezaron a comunicarse muy jóvenes y aún nos escriben. Cuando la calidad de un programa puede mejorar gracias al trabajo conjunto entre realizador y público al que va dirigido.

Las declaraciones de agradecimiento por nuestro trabajo, de aquellos que tienen la oportunidad de visitarnos son elocuentes.

(Escuchar en PowerPoint 15 audio final con una pequeña selección de opiniones de oyentes de diferentes lugares del mundo que nos han visitado).

Fin.