
Redacciones integradas en Cuba: entre el reto y la necesidad

Newsroom integration in Cuba: between challenge and need

MS.c. Luis Ángel Rondón-Álvarez

luisangelrondon1990@gmail.com

Periódico Sierra Maestra, Santiago de Cuba, Cuba.

MS.c. Víctor Hugo Leyva-Sojo

victorh@uo.edu.cu

Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba

Resumen

En Cuba, desde hace varios años, algunos investigadores coincidieron en que la convergencia de redacciones se plantea como un derrotero irreversible, una realidad que no puede dejar de analizarse y por consiguiente un gran reto para el periodismo cubano; sin embargo, pese a que algunos medios han asumido la tendencia integradora, todavía esta no ha encontrado un impulso notable en el archipiélago. Actualmente, la integración de redacciones se debate entre el reto de ser asumida con beneplácito por los medios y la necesidad que impone el nuevo contexto de visualizarla como el proceso lógico que debe asumirse con naturalidad y acoplado a la medida de cada medio para transitar hacia la cultura digital.

Palabras claves: convergencia periodística, redacciones integradas, polivalencia, cultura periodística, prácticas periodísticas

Abstract:

In Cuba, for several years, some researchers agreed that the newsroom convergence is considered as an irreversible path, a reality that should be analyzed and consequently a great challenge for Cuban journalism. However, although some media have assumed the integrating tendency, it has not yet found a notable momentum in the archipelago. Currently, the integration of newsrooms is debated between the challenge of being accepted with the media and the need imposed by the new context of visualizing it as the logical process that must be assumed naturally and coupled with the measure of each medium to move towards the Digital culture.

Keywords: media convergence, newsroom integration, multi-skilling, newsroom culture, journalistic practice.

Introducción

A raíz de la aparición de Internet y la evolución de las comunicaciones móviles, actualmente millones de personas en el planeta tienen acceso fácil e inmediato a una ilimitada cantidad de contenidos y adquieren más peso y participación en los mensajes

informativos. De igual forma, existen mecanismos para entablar comunicación simultánea a precios mucho más bajos que los de la telefonía tradicional e inclusive cualquier ciudadano puede compartir para el mundo videos, audios e imágenes de un acontecimiento en curso antes que la prensa lo haga. La información se ha descentralizado de forma tan repentina y extrema, que se ha producido un cambio de la cultura de la propiedad hacia la cultura del acceso (Díaz Noci, 2010, p. 565).

Estas oportunidades, a su vez, han conducido a los medios de difusión masiva a un complejo proceso evolutivo, en el que han tenido que sustituir sus patrones habituales de producción, orientados específicamente hacia un solo soporte, por un modelo independiente y multiplataforma en el que las mismas informaciones se consumen en múltiples soportes (Salaverría, 2010, pp. 32-34).

Como consecuencia, las estructuras y procesos que dominaron la profesión periodística durante el siglo XX son sustituidas paulatinamente por los nuevos flujos y necesidades de la era digital que domina el siglo XXI (Salaverría y Negredo, 2008, pp. 21-31). Según John Vernon Pavlik (2005), el periodismo sufre la transformación más radical desde el auge de la prensa diaria en el siglo XIX: información omnipresente, acceso global a las noticias, cobertura instantánea, interactividad, contenidos multimedia y personalización extrema.

En este entorno y gracias a una tecnología que lo invade todo y multiplica los desafíos de los medios, gana en intensidad la convergencia periodística (López y Otero, 2004, pp. 9-16), explicada como:

[...] un proceso multidimensional que, gracias a la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (García Avilés, Salaverría y Masip, 2008, p. 13).

Como resultado directo de este proceso, los periódicos, emisoras de radio, televisoras y publicaciones en Internet pertenecientes a una misma empresa, ya no actúan de forma aislada, sino que deben tener en cuenta la colaboración con sus hermanos en otros soportes (Salaverría, 2005, p. 37). Los periodistas se ven igualmente sometidos a esta

espiral de la convergencia, ya que tienden a acumular labores profesionales que antes eran coto privado de otros especialistas (Salaverría y García Avilés, 2008).

Entre estos proyectos aglutinadores también destaca la integración de redacciones. Fenómeno particular dentro del macrofenómeno de la convergencia, quizás el más tangible, planteado para eliminar una serie de vicios¹ instalados en buena parte del periodismo digital, un ejemplo de concentración empresarial en su fase productiva que, por un lado, atiende a la modernización de las estructuras para estar a la altura de una audiencia cada vez más multiplataforma, y por otro, incrementa la productividad (Salaverría, 2010, p. 35).

Salaverría y Negrodo (2008, p. 51) lo definen como “la fusión de dos o más equipos redaccionales en uno solo, de modo que una vez completada la integración la redacción resultante trabaja reunida en un mismo entorno físico, bajo un mando editorial único y con una infraestructura tecnológica común”. El resultado teórico de esta integración es la aparición de la redacción multimedia, concebida como el ámbito en el que se centralizan todos los mensajes, se imparten instrucciones y se distribuye el flujo de información para editar las diferentes versiones de unos contenidos cada vez más personalizados, en función de los destinatarios y del soporte de difusión (García, citado en Gómez, 2009, p. 18).

Redacciones integradas a la mesa

Las redacciones integradas tuvieron su génesis en los Estados Unidos ante los criterios que empezaron a imponer los cambios tecnológicos y los nuevos flujos informativos, así como por la necesidad de cohesionar las áreas de los medios para que todos los recursos técnicos fueran aprovechados por una redacción preparada en la que la creatividad fluyese con una libertad superior, mejorando así el servicio público de la información y reforzando la competitividad de la marca (Palomo, 2004, p. 97).

¹ El español David Ramos Pascual (2014a) plantea que, entre otros intereses, se recurre a la integración para eliminar vicios instalados en buena parte del periodismo digital como el dominio de las agencias de noticias y la consiguiente falta de profundidad, la rumorología y la falta de verificación, la saturación o sobreproducción informativa, la duplicidad de tareas, el inmovilismo en la redacción, la dificultad de especialización o la precariedad laboral.

Según Salaverría (2003, p. 36), la integración multimedia en todas sus dimensiones requiere de tres aspectos fundamentales: planificación, innovación y formación. La planificación resulta particularmente necesaria en el plano editorial y no solo en el administrativo o gerencial. La innovación debe apuntar a los aspectos tecnológicos, pero también a los comunicativos. Y la formación ha de fomentar el uso profesional de los recursos digitales por parte de los periodistas, al tiempo que les invita a experimentar con nuevas formas interactivas y multimediales de presentar la información.

Del mismo modo, Álvarez (2003) subraya que una redacción integrada o multimedia, necesita movilidad e interacción, implica necesariamente un rediseño en su estructura física y organizativa, cambiar las viejas mentalidades de periodistas y directivos, intensificar el uso de la tecnología multimedia en la labor periodística, tener a Internet como el principal nexo horizontal integrador y en esencia funcionar como una empresa de comunicación. Necesita ser un espacio diáfano en el que se favorezca el trabajo en equipo y al mismo tiempo el individual si fuera necesario.

Los profesores y periodistas colombianos Ángela Correa Aramburo y Juan José García Villegas (2013), ofrecen un decálogo para los medios de comunicación que desean integrar sus redacciones, porque sí es cierto que este proceso no tiene fórmulas universales, hay algunas premisas que pueden dar buenos dividendos. Este es un resumen de sus recomendaciones:

1. Unificar la marca e implementar el flujo de trabajo las 24 horas del día durante los siete días de la semana, conscientes de que en la era digital no hay cierres, las actualizaciones son constantes y los usuarios universales.
2. Ser multiplataformas.
3. Ofrecer experiencias informativas diferenciales de acuerdo a cada soporte.
4. Prestar especial cuidado a las plataformas móviles.
5. Unificar las redacciones análoga y digital para ofrecer la mejor información, con un equipo de periodistas fortalecido, polivalente y multiplataforma.
6. Definir el tipo de profesional que quieren tener en su redacción.

7. Las convergencias no solo deben ser en el equipo de contenidos, hay que expandirlas a toda la organización, comunicaciones, mercadeo y publicidad.
8. El modelo más implementado en el mundo es el de la mesa central con editores por plataforma que toman decisiones colegiadas pensando en la marca, en su impacto y en su fortalecimiento.
9. Las audiencias son el centro de la información.
10. Las convergencias no son fáciles; implican experimentar, adaptarse, avanzar, retroceder, evaluar, detenerse, mirar al otro, reacomodar, reubicar, vencer egos, luchar de poder, evolucionar, cambiar de paradigma y convencer a todos los elementos de la organización para caminar por un mismo sendero con el mismo rumbo.

Aplicar una sola regla para lograr la convergencia sería un error. Cada medio la realiza de acuerdo con sus posibilidades e intereses. Según Ricardo Roa, editor general adjunto del diario argentino El Clarín, la fusión se adecua al tamaño de los medios, la madurez de su presencia en los mercados y la decisión y características de quienes la llevan adelante (El Clarín, 2007).

El profesional polivalente

La nueva era digital, como refiere Deuze (2008, p. 112), ha provocado una serie de cambios en las prácticas periodísticas que se han manifestado además en la cultura profesional. Quizás el más importante sea la polivalencia, entendida como el desempeño por parte de un mismo periodista de las destrezas necesarias para elaborar noticias en varios soportes.

Los tiempos que corren y el nuevo perfil de los usuarios, exigen un profesional que además de redactar bien, posea conocimientos de edición de vídeo, maquetación, publicación en la web, fotografía o locución, labores profesionales que antaño eran coto privado de especialistas en cada disciplina (Salaverría y García Avilés, 2008, p. 43). Esto ha traído como consecuencia que, en la redacción integrada, se le exija al redactor tener la capacidad de producir una información tanto para el diario impreso como para Internet y, en determinados casos, también para un informativo de radio y televisión (Salaverría, García Avilés y Masip, 2010, p. 12).

Surge así el nombrado “periodista multimedia”, que según García Avilés (2006, p. 37) ha sido, en este sentido, la respuesta del sistema al impacto de Internet en el modelo tradicional de comunicación. Esta nueva figura, según Ramos (2014a, p. 155) es un periodista igual que los demás, pero adaptado a su tiempo; no sólo ha de tener los criterios y requisitos periodísticos fundamentales, sino que además debe dominar el espacio de las nuevas tecnologías.

Ramos (2014a, p. 158) refiere que tecnológicamente es posible contar con un periodista capaz de transmitir desde cualquier lugar y prácticamente en directo, una noticia con texto, fotos, audio y vídeo, pero periodísticamente es difícil. Internet exige cada día más calidad, y este tipo de fotos y vídeos, como sistema (y no para casos excepcionales), no tendrán cabida en la Red dentro de unos años.

El llamado periodista multimedia no deja de levantar suspicacias en torno a su quehacer, por eso lo más aconsejable en una redacción integrada es crear un equipo de trabajo que conjugue el enfoque, la pausa, la reflexión y la sabiduría del periodista tradicional con la agilidad, rapidez y dominio de las nuevas tecnologías, propios del periodista digital.

Adversarios del proceso integrador

La integración de redacciones ha dejado de ser un experimento profesional para convertirse en una práctica asumida por buena parte de los medios del orbe. Aun así, le resta despejar algunas interrogantes que persisten, vencer las reticencias de quienes todavía apuestan por la separación y demostrar de manera innegable su viabilidad.

Los recortes de plantilla que, de manera errónea, se han asumido como intrínseco al proceso, constituyen uno de los aspectos que frena la idea integradora. Gómez (2009, p. 25), también encuentra como barrera importante las diferencias generacionales entre los profesionales. Argumenta que los periodistas formados en una etapa anterior a la introducción de las nuevas tecnologías, observan con recelo los conceptos relacionados con “multimedia” porque ante los más jóvenes, criados en el *boom* de los ordenadores, se sienten en desventaja.

Pero ese recelo generacional, además de la natural resistencia al cambio y del temor a dejar de ser apreciados como profesionales de puntería, tiene como trasfondo el miedo a

la pérdida del puesto laboral. Un fenómeno favorecido por la presencia del denominado “periodista multimedia”, que, a su vez, constituye otra traba para quienes miran desde afuera la fusión de redacciones, porque la nueva estructura genera una excesiva carga de trabajo para muchos profesionales durante su jornada laboral, a causa de la multipublicación en distintos soportes, que no es directamente proporcional a su retribución económica.

Otros inconvenientes como las incompatibilidades entre las culturas y flujos de trabajo de los periodistas de prensa, televisión e internet, la falta de formación especializada en este sentido, la insuficiencia de recursos para implementar los cambios y la escasa renovación tecnológica de los equipos de producción, han sido agregadas por Killebrew (2005); Dupagne y Garrison (2006), entre otros.

Pero si algunos de estos factores provocaron que diarios como *20 minutos*, *Clarín*, *La Nación* y *The Guardian* tras la unificación retornaran al punto de partida, otras experiencias señalan este camino como viable y cada vez son más las empresas de comunicación de todo el mundo que, en teoría, valoran la apuesta integradora como el mejor sistema para lograr una transición a lo digital en un primer momento y avanzar hacia lo multiplataforma después (Salaverría, 2010). No es considerada, por tanto, la integración de redacciones como una mera maniobra empresarial destinada a incrementar la productividad y reducir costes, aunque el nuevo modelo implique en sí mismo la consecución de estos dos últimos objetivos (García Santamaría, Clemente y López, 2013, p. 143).

Cuba en el espejo de la integración

Desde enero de 1995 el proyecto cooperativo InterNIC, con base en Estados Unidos, facilitó una dirección de Internet para Cuba, y solo a partir de ese momento fue posible establecer una conexión directa con la web (García, 2013). No obstante, cada megabyte (Mb) debía ser contratado a empresas estadounidenses y aprobado por el Departamento del Tesoro de ese país. La ley establecía limitar la contratación e imponer sanciones de hasta 50 mil dólares por cada violación para quienes favorecieran, dentro o fuera de Estados Unidos, el negocio electrónico o el más mínimo beneficio al gobierno de la Isla (Elizalde, 2010).

Bajo estas condiciones surgió el primer referente cubano en la red de redes: Cubaweb (www.cubaweb.cu), un sitio que utilizaba un servidor ubicado en Canadá y en el cual aparecían las principales noticias publicadas por los periódicos nacionales, pero como la información se trasladaba hacia allá de diferentes formas, su proceso de actualización era muy lento (Gómez, 2009, p. 41).

Un año más tarde, en 1996, se produjo el acceso oficial de Cuba a Internet a partir de un esfuerzo que se hizo en las condiciones muy específicas del país y dado por una excepcionalidad a partir del sector de las ciencias (Recio, 2014). Este acontecimiento motivó la promulgación del decreto No. 209 del Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros, sobre el acceso desde la República de Cuba a Redes Informáticas de Alcance Global. El mismo establece que la política de conexión:

(...) será trazada en función de los intereses nacionales, priorizando en la conexión las personas jurídicas y las instituciones de mayor relevancia para la vida y el desarrollo del país (...) Esta política debe asegurar que la información que se difunda sea fidedigna, y la que se obtenga esté en correspondencia con nuestros principios éticos, y no afecte los intereses ni la seguridad del país(...) Para garantizar el cumplimiento de los principios expuestos en el presente Decreto, el acceso a los servicios de redes informáticas de alcance global tendrá carácter selectivo. (Gaceta Oficial No. 27 Ordinaria, 1996)

Partiendo de estos preceptos llegaron los medios a Internet, siendo el periódico *Granma Internacional*, órgano oficial del Partido Comunista de Cuba, el primero que colocó su versión digital en la red en 1997. Aquellos inicios resultaron complicados porque en el país se conocía poco la *web* y los periodistas no poseían amplios conocimientos tecnológicos, ni manejaban conceptos cercanos a las teorías existentes sobre periodismo digital (Gómez, 2009, p. 42).

No fue hasta enero de 1998 que hubo un punto de inflexión en la situación existente, con la visita al archipiélago cubano del Papa Juan Pablo II. Suceso que impulsó a los directivos de medios y a la dirección del país a invertir con el propósito de colocar el mensaje cubano en la red.

Desde ese momento la totalidad de los medios cubanos fueron creándose sus versiones *online*, y a medida que lo hacían también fueron separando físicamente la redacción tradicional de los departamentos y espacios destinados a rectorar el trabajo en la *web*.

Según reflexiona Subit (2016, p. 6), esto fue ocurriendo, “primero para permitir que la operación en línea desarrollara su propia identidad. Luego para reducir el choque inevitable entre ambas, y por último, para minimizar la resistencia al cambio”.

Pero el salto de los medios de prensa cubanos a la web no significó que estos se pusieran a la par de las principales tendencias mundiales en la red, ya que ese salto se produjo a través de conexiones satelitales pagadas a veces a costos excesivos y las cuales son mucho más lentas que las conexiones por fibra óptica. A eso se suma que aconteció en un escenario caracterizado por la precariedad de recursos tecnológicos y el déficit importante de infraestructura (Recio, 2014).

Condiciones desventajosas que limitaron el uso de recursos como la hipermedialidad y favorecieron la persistente labor de volcado al no existir una producción paralela para la red de redes.

Estos motivos demoraron la necesidad de plantearse la integración de redacciones como una opción para elevar la calidad del producto comunicativo online y concebirlo de forma más completa para un público con mayor cantidad de información que sus predecesores y por los que el profesor de la Universidad de La Habana, Miguel Ernesto Gómez Masjuán, auguraba allá por el año 2009 que en Cuba una integración de diferentes medios no lucía como una opción posible.

No obstante, Comellas y Sánchez (2005) y Terry (2009), coincidieron en ver el derrotero de las redacciones integradas como irreversible, como una realidad que no puede dejar de analizarse en Cuba, ya que la generación de contenidos hacia la web no puede seguir estando supeditada a la cobertura que hace el periodista de la redacción tradicional.

Siguiendo estos principios, diversos periódicos del país comenzaron a involucrar a sus colectivos en dinámicas integradoras. Uno de los pioneros en tal sentido fue el periódico tunero 26, que en 2012 evolucionó hacia una nueva concepción de órgano de prensa diario (en Internet) con una edición impresa (semanal). Transformación que, al decir de Hernández Rodríguez (2012), se convirtió en un desafío para el personal periodístico, instado a cambiar la mentalidad de semanario -impuesta por la reestructuración de la prensa a partir del Período Especial- a la de diario y aumentar su superación profesional. Un principio que primó desde el inicio del proyecto fue que la idea de la redacción

integrada en el 26 no estaba del todo acabada y se mantendría como un proceso en permanente perfeccionamiento.

Otro de los casos representativos ha sido el del diario *Juventud Rebelde* que decidió apostar por una sinergia natural entre las ediciones digital e impresa de su periódico, su publicación humorística *Dedeté*, su boletín semanal *Opciones* y su sitio *web Soy Cuba*, fomentando entre ellos una imbricación en la que no hubiese divisiones estructurales ni organizativas.

Sin embargo, el nuevo diseño es aún primario. El medio necesita poseer una tecnología más avanzada y fortalecerse a nivel infraestructural y de logística. Los periodistas también están necesitados de conectividad, recursos técnicos y de un cambio cultural, porque se trata de transformar modos de hacer (Yailín Orta, en Facultad de Comunicación, 2015).

No obstante, los directivos del rotativo han asumido como retos en su camino hacia la integración, rediseñar tanto las estructuras organizativas como las rutinas productivas y al unísono acelerar el proceso de asimilación cultural (Yailín Orta, en Facultad de Comunicación, 2015).

En julio de 2013, a partir de estrategias trazadas por el Consejo Editorial², el semanario espirituario *Escambray* comenzó a apostar por su actual filosofía de medio único, con la premisa de que los reporteros no pensarán que escribían para la redacción digital o para la edición de papel sino para un medio del que son parte (Borrego, citado en Henríquez, 2016, p. 39).

Así, fueron sucediéndose transformaciones paulatinas en materia de forma y contenido que han incluido readecuaciones de las normas de redacción, el diseño gráfico, el sitio *web* y las redes sociales, así como el reordenamiento de las rutinas productivas (Henríquez, 2016, pp. 38-39).

Aunque durante este tiempo se han pretendido eliminar las barreras entre los soportes impreso y digital y cohesionar los intereses mediáticos en función del reflejo de la vida económica, política y social de la provincia; por razones estructurales y limitaciones

² Máxima estructura para la toma de decisiones en *Escambray*, la cual está integrada por el director, la subdirectora, el jefe de Información, la editora general y una representación del personal periodístico aprobada cada dos años por el colectivo (Henríquez, 2016).

tecnológicas la gestión de contenidos se mantiene apegada a la visión de trabajo de un semanario, porque aun cuando debiera verse como un diario *online* con una versión impresa con frecuencia semanal, en la práctica funciona con algunos destajos (Morales, citado en Henríquez, 2016, pp. 39-40).

Juan Antonio Borrego³ (2013), reconoce otros factores que ralentizan el flujo comunicativo y la completa adecuación de *Escambray* a las necesidades de los espacios discursivos actuales, como la resistencia de algunos al cambio tecnológico, la subestimación y la superación profesionales y la escasa cultura organizacional (Borrego, citado en Henríquez, 2016, p. 41).

Según Henríquez (2016, p. 56), *Escambray* para fortalecer su estrategia de medio único debe poner esfuerzos importantes en dirección al trabajo en las redes sociales, a la evaluación de las publicaciones generadas desde cuentas personales de los contenidos del diario y promover la superación en cuanto al uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones de los actores editoriales del medio, en especial en redes sociales como *Twitter*.

Con similares objetivos, en septiembre de 2015 el periódico avileño *Invasor* comenzó a aplicar un modelo de gestión integrado, que es capaz de nutrir de contenidos, mediante una única producción, tanto a la edición *online* como a la impresa.

Destacan como aspectos trascendentales en el modelo resultante, el cambio de roles de algunas plazas de redactores-reporteros, que ahora fungen como editores *web* y realizador multimedia; la concepción de trabajo por turnos, conformados por un editor y una correctora; la existencia de una sola agenda, como consecuencia de que ahora la redacción opera bajo un único mando editorial con una infraestructura tecnológica común; que la labor editorial se concentra en la preparación del trabajo periodístico para su publicación en la red; que el semanario es resultado de los mejores trabajos publicados en la versión *online* y que la evaluación del desempeño profesional se centra en lo publicado en la *web*.

El nuevo concepto de trabajo potencia la labor en las redes sociales con la finalidad de promover como anuncio o líneas de mensaje cuánto se publica en las ediciones digital e

³ Director del periódico *Escambray* de la provincia de Sancti Spíritus. Fue corresponsal del diario *Granma* por más de 20 años. En *Twitter*: @QuijoteCuba.

impresa del rotativo, la planificación tiene en cuenta el espacio infinito que proporciona el soporte digital y permite que los redactores-reporteros y fotorreporteros solo tengan que elaborar un producto comunicativo, el que luego es adaptado al soporte en el cual será publicado (Delgado, 2016, p.1).

De acuerdo a una evaluación realizada al modelo cuatro meses después de su implementación, pudo apreciarse que se ganó en inmediatez, aumentó la productividad de los periodistas, aunque ciertos reporteros continuaban atados a las viejas formas de hacer, se han perfeccionado los contenidos hipermedia y los resultados de la labor de corrección son superiores, tanto en el sitio *web* como en el semanario, pues el mismo material ahora es revisado varias veces.

Otros rotativos como “Vanguardia” de Villa Clara, “Ahora” de Holguín, “5 de Septiembre” de Cienfuegos y algunos medios camagüeyanos y cienfuegueros, también decidieron abrazar esta lógica de trabajo, aunque sin legar un modelo de convergencia específico.

Aun así, la fusión de redacciones no ha encontrado un impulso notable en el archipiélago, restándole todavía un largo camino por recorrer, en gran medida porque muchos medios ni siquiera valoran apostar por esta tendencia y porque para llegar hasta allí resulta imprescindible no solo la necesaria inversión en la parte tecnológica, sino también la preparación de un profesional dotado de conocimientos más profundos y cercanos a las competencias que hoy se exigen de un comunicador (Gómez, 2009).

Analizando estas realidades, pudiera concluirse que todavía la convergencia de redacciones se plantea como un gran reto para el periodismo cubano, y es cierto, pero también lo es que ahora comienza a tornarse, además, en una necesidad, aun cuando pensar a la prensa del patio totalmente involucrada en la era del periodismo digital se antoja iluso.

Es cierto que la infraestructura tecnológica de comunicación en el país todavía no permite, desde la plataforma virtual, interactuar sin limitación con los públicos, pues tomando de referencia los dígitos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), Cuba es uno de los países de la región con más bajos niveles de conectividad; sin embargo, cada vez es mayor el número de usuarios que desde las universidades, centros laborales o redes

inalámbricas habilitadas en parques y zonas urbanas del territorio nacional, acceden a los sitios digitales de la prensa.

De acuerdo a la UIT, en el Informe sobre el Desarrollo Mundial/TIC de las Telecomunicaciones y estimaciones del Banco Mundial, la Mayor de las Antillas aumentó de un 15,9% de conectividad a Internet en 2010 a un 31,1% en 2015⁴. En este crecimiento, que todavía es poco, mucho a tenido que ver la conexión del país por vez primera a un cable submarino de fibra óptica tendido desde Venezuela (Recio, 2014) y por consecuencia, la comercialización del acceso a Internet desde 2013 para personas naturales cubanas de acuerdo con la Resolución No. 197/2013 del Ministerio de Comunicaciones. Y aunque ahora la relación precio del acceso-salario de la población, frena el impulso experimentado en este sentido, se espera que dicho crecimiento continúe, como lo indica el propósito de las autoridades del país de encaminar el panorama latente de desconexión hacia la conformación de una sociedad informatizada.

Si hasta hace poco tiempo el periodismo de la *web* estaba dirigido, sobre todo, al público del exterior por el reducido grupo de individuos nacionales que podía visitar las páginas *online*, ahora el contexto obliga a replantearse esta concepción de trabajo, porque el creciente número de cibernautas buscará las informaciones de su interés en los medios locales y nacionales, en tanto el quehacer de estos satisfaga sus demandas, de lo contrario por las propias facilidades de la red tratará de encontrar lo que desea y de la forma que lo prefiere en otros sitios, que quizás ni compartan los mismos principios ideológicos.

Los medios digitales del patio están ávidos de prácticas discursivas que le permitan obtener mayor influencia social en *Twitter* y *Facebook*, de incorporar a sus rutinas, en la medida de lo posible, labores usuales como la narración minuto a minuto en formato texto, las infografías multimedia interactivas, los '*breaking news*'⁵-sin que esto signifique dejar de apostar por la profundidad de los trabajos periodísticos- o las entrevistas digitales. En la actualidad, a nivel mundial, la fórmula más repetida en la búsqueda de mecanismos que faciliten el aprovechamiento máximo de los recursos técnicos

⁴ Usuarios de Internet (por cada 100 personas). Estadísticas del 2015. Disponible en: <http://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.P2?locations=CU>. Consultado el 15 de septiembre del 2016.

⁵ Noticias de última hora o urgente que el medio saca en formato textual como avance informativo y que se sitúa de forma temporal bajo la cabecera del diario digital.

disponibles y la producción periodística con naturalidad para Internet, es la integración de redacciones, pero en Cuba mientras sigamos delimitando la redacción digital de la tradicional no podremos hablar de redacciones integradas, y seguiremos varios pasos por detrás de las tendencias internacionales actuales (Cruz, 2015).

Conclusiones

La integración de redacciones es un fenómeno que es mirado todavía con ciertas reservas por algunos en Cuba y cuyo desarrollo podría tardar mucho más tiempo porque existen pocos referentes autóctonos que puedan ser tomados de norte y el proceso de aprendizaje no es cuestión de días; no obstante, urge preparar al personal periodístico y a los medios cubanos para avanzar hacia él porque en el país crecen los índices de conectividad ciudadana y las dinámicas de la profesión en este siglo XXI lo exigen.

Apremia articular rutinas que posibiliten aprovechar al máximo los recursos técnicos que se tienen a mano para llegado el momento, estar en condiciones de aplicar el conocimiento teórico acumulado en la materia. Pese a las dificultades tecnológicas y de conectividad, en este contexto, se hace mayor la necesidad de cambiar el comportamiento que impera en las redacciones tradicional y digital de los medios cubanos, así como buscar el grado de cooperación que posibilite ser mejor en todos los aspectos con la finalidad de conseguir materiales óptimos para los distintos soportes.

Concordamos con la idea de David Ramos Pascual (2014a), de que la integración se presenta como el proceso lógico que debe asumirse con naturalidad y acoplado a la medida de cada medio para transitar hacia la cultura digital.

Referencias bibliográficas

1. Álvarez de Armas, O. (2003). Periodismo digital, periodistas digitales y empresas multimedia. *Hipertext.net*, (2). Recuperado de: <http://www.hipertext.net>
2. Comellas, J. y Sánchez, M. (2005). *De frente al laberinto y sin el hilo de Adriana* (Tesis de licenciatura). Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
3. Clarín, El. (2007). La redacción multimedia. Eje de un debate entre periodistas. Recuperado de: <http://www.clarin.com/diario/2007/08/24/sociedad/s-04001.htm>.

4. Correa, Á. M. y García Villegas, J. J. (2013). *Redacciones integradas 24/7*. Medellín, Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana.
5. Cruz, L. (21 de abril de 2015). Cuba: el ciberperiodismo que hacemos. *CubaHoy*. Recuperado de: <http://videoscubahoy.cubava.cu/2015/04/21/cuba-el-ciberperiodismo-que-hacemos/>
6. Delgado, R. (2016) *Modelo de gestión de Invasor*. Material digitalizado.
7. Deuze, M. (2008). The Professional Identity of Journalists in the Context of Convergence Culture. *Journal*, (7), 103–117.
8. Díaz Noci, J. (2010). Medios de comunicación en Internet: algunas tendencias. *El Profesional de la Información*, 19 (6), 561-567. Recuperado de: http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2010/noviembre/medios_comunicacion.pdf
9. Dupagne, M. y Garrison, B. (2006). The meaning and influence of convergence. A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center. *Journalism Studies*, (7), 237-255.
10. Elizalde, R. M. (7 de octubre de 2010). Fracasa campaña contra la Isla: Twitter reconoce que bloqueó a Cuba. *Cubadebate*. Recuperado de: <http://www.cubadebate.cu/noticias/2010/10/07/fracasa-campana-contra-laisla-twitter-reconoce-que-bloqueo-a-cuba/>
11. Facultad de Comunicación. (productor). (2015). *Juventud Rebelde ¿La explosión del periodismo?* De: <https://www.youtube.com/watch?v=xWyLwB4v9IA>
12. Foro de alfabetización mediática e informacional en Latinoamérica y el Caribe. (productor). (2014) *Entrevista a Milena Recio*. De: <https://www.youtube.com/watch?v=DDmhTbiro5I>
13. Gaceta Oficial No. 27 Ordinaria. (13 de septiembre de 1996). Acceso desde la República de Cuba a Redes Informáticas de Alcance Global. Recuperado de: http://www.gacetaoficial.cu/pdf/GO_O_027_1996.rar

14. García, L. (9 de mayo de 2013). TIC en Cuba, empleo y aprovechamiento. *Cubahora*. Recuperado de: www.cubahora.cu/blogs/pensar-digital/tic-en-cuba-empleo-y-aprovechamiento
15. García Avilés, J. A. (2006). Desmitificando la convergencia periodística. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, (94), 34-39.
16. García Avilés, J. A., Salaverría, R. y Masip, P. (2008). *Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa*. Material digitalizado.
17. García Santamaría, J. V., Clemente, M. D. y López, M. (2013). La organización de las redacciones en los nuevos diarios digitales españoles y su relación con los nuevos modelos de negocio. *Textual & Visual Media*, (6), 141-160. Recuperado de: <http://textualvisualmedia.com/es/home-es/9-articulos-publicados/48-nuevos-modelos-2?showall=&limitstart=>
18. Gómez, M. E. (17 de octubre de 2009). El reto de la convergencia de redacciones en Cuba. *Mesa de trabajo*. Recuperado de: <http://mesadetrabajo.blogia.com/2009/101707-el-reto-de-la-convergencia-de-redacciones-en-cuba.php>
19. Henríquez, L. M. (2016). *Gestión de contenidos en medios periodísticos impresos: Escambray durante la producción informativa* (Tesis de licenciatura). Universidad Central de Las Villas, Villa Clara, Cuba.
20. Hernández Rodríguez, I. (12 de noviembre de 2012). Periódico 26: En el camino de las redacciones integradas. 26. Recuperado de: <http://www.ecotunero.cu/index.php/destacamos/196-periodico-26-en-el-camino-de-las-redacciones-integradas>
21. Killebrew, K. C. (2005). *Managing Media Convergence*. Iowa, USA: Blackwell Publishing.
22. López García, X. y M. Otero López, (2004) *Las herramientas tecnológicas de la nueva información periodística*. Material digitalizado.

23. Palomo, M. B. (2004). *El periodista online: de la revolución a la evolución*. Sevilla, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
24. Pavlik, J. V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós Comunicación.
25. Ramos, D. (2014a). *La integración de redacciones como respuesta a los nuevos formatos periodísticos. El caso español: 20 minutos, ABC, El País y El Mundo* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
26. Ramos, D. (2014b). La integración de redacciones: un proceso necesario y temporal. *Textual & Visual Media*, (7), 221-240.
27. Salaverría, R. (2010). Estructura de la Convergencia. En X. López y X. Pereira (Eds.). *Convergencia Digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela, España: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, pp. 27-40.
28. Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. Navarra, España: Ediciones Universidad de Navarra.
29. Salaverría, R. (2003). Convergencia de los medios. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, (81), 32-39.
30. Salaverría, R. y García Avilés, J. A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, (23), 31-42.
31. Salaverría, R., García Avilés, J. A. y Masip, P. (2010). Concepto de convergencia periodística. En X. López y X. Pereira (Eds.). *Convergencia Digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España* (pp. 41-64). Santiago de Compostela, España: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela.
32. Salaverría, R. y Negro, S. (2008). Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona, España: Editorial Sol90.
33. Subit, A. (2016) *Resumen de proyecto de gestión del medio. Periódico 5 de Septiembre*. Material digitalizado.
34. Terry, P. (2009). *¿El sitio de la discordia? Acercamiento a las redacciones digitales en Cuba* (Tesis de Maestría). Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.