

En Cuba

PRENSA CUBANA



GILBERTO RABASSA

Cambios necesarios

¿Cuán creíbles son nuestros medios? ¿Cómo influye eso en la representación del sistema político?
El XI Congreso de la Unión de Periodistas de Cuba ratificó la urgencia de la transformación de nuestro modelo de prensa si se quiere elevar el consumo de productos periodísticos-comunicacionales y, con ello, el nivel de comprensión de las reformas que le urgen al país en el camino hacia la sostenibilidad y la justicia social

Por LILIAN KNIGHT

ocurridos en el mismo período, según resume el informe central del encuentro.

“Estoy preocupado por los destinos de la Revolución y el periodismo, por los que se separan de los medios y los que se decepcionan, sobre todo los jóvenes”, alertaba José (Pepe) Alejandro Rodríguez, Premio Nacional de Periodismo José Martí.

Y es que, como resumía Ana Teresa Badía, “una prensa no creíble conlleva a un sistema no creíble”, incluso para aquellos que una vez se entregaron con pasión a una profesión que es esencialmente política y para la transformación social.

Más adelante el presidente reelecto de la organización gremial Ricardo Ronquillo explicaba que “el crédito de las instituciones de la Revolución está estrechamente vinculado a la credibilidad de la prensa; cuando no dan información de manera oportuna, cuando no son transparentes, cuando no responden a tiempo a la ciudadanía, en esa medida se debilitan los medios de prensa por no informar a tiempo, no

analizar las contradicciones y no actuar como mecanismo de control social y de rendición de cuenta de los organismos a los ciudadanos.

En efecto, todo esto “lleva un costo, una consecuencia. Nos pone en desventaja frente a un escenario competitivo que no nos devuelve a ese *prosumidor* que perdemos por nuestra ineficacia”, advertía Dayron Chang.

Sin embargo, lo más preocupante de todo es que, como dijeron varios colegas presentes en este XI Congreso, “los problemas que estamos discutiendo aquí son ancestrales”, “repetimos lo mismo y lo hemos convertido en un dogma”, lamentaba Víctor Hugo Leyva, profesor en la Universidad de Oriente y presidente de la UPEC en Santiago de Cuba.

Lo valida el hecho de que la obra que da sustento teórico a la descripción de la crisis del modelo de prensa cubano es justamente la del reconocido Julio García Luis, presentada en 2004 en opción al título de doctor en Ciencias y que fuera reunida de manera póstuma en

el libro *Revolución, Socialismo, periodismo: la prensa y los periodistas cubanos ante el siglo XXI* (2013).

También los congresos del Partido Comunista en los años 2011, 2016 y 2021, y los acuerdos y orientaciones de su Buró Político sobre la eficacia informativa (1984 y 2007), hicieron un esbozo esencialmente crítico del funcionamiento de la prensa.

A esto se adiciona que durante el IX Congreso de la UPEC, en julio de 2013, el entonces primer vicepresidente de los Consejos de Estado y de Ministros, Miguel Díaz-Canel, demandaba una práctica periodística como expresión de la cultura y del debate, que ofreciera caminos al conocimiento, al análisis y al ejercicio de la opinión y la crítica, que exija, tanto a la prensa como a las fuentes de información, el cumplimiento de sus responsabilidades y la exposición de argumentos.

Entonces, si todos coinciden en cómo debería ser la prensa en nuestro modelo político, ¿por qué toma tanto tiempo su reconversión?



La nueva presidencia de la UPEC, electa en este congreso está integrada por Lázaro Manuel Alonso, Yuris Nórico Ruiz, Yuniel Labacena, Lizet Vázquez Gómez, Ana Teresa Badía (miembros no profesionales), Francisco (Paquito) Rodríguez, Juan Carlos Ramírez, Bolivia Tamara Cruz y Ricardo Ronquillo (profesionales). YASSET LLERENA ALFONSO

proceso regulado y no se establecen los mecanismos de aplicación.

En el sentido práctico, ya se implementa en 17 medios (de diferentes alcance y soporte) el denominado Experimento para el cambio de los modelos de gestión editorial, económica, tecnológica y de formación de recursos humanos del sistema de prensa.

Dicho proyecto pretende consolidar la autonomía de los medios al dotarlos de nuevos esquemas de financiamiento y redistribución de ingresos que permitan invertir en recursos tecnológicos y materiales que garanticen la transformación de las rutinas ante los nuevos escenarios digitales multimediales; administrar plantillas, estructura y composición, así como el monto monetario

dedicado a estimulación y pago de colaboraciones.

Apoyado en varias disposiciones ministeriales fue ampliado el objeto social de los medios para ahora incluir actividades mercantiles u otras funciones que generen ingresos (publicidad, diseño gráfico, creación de contenido, asesoría en comunicación, análisis de datos e investigaciones, servicios documentales, desarrollo web...).

Como resultado de este experimento, unos avanzan más y otros no tanto. **Ideas multimediales**, asociado a la Oficina de Información del Comité Central del Partido y que reúne a los espacios *Mesa Redonda*, **Cubadebate**, **Fidel Soldado de las Ideas**, *Con Filo* y *Cuadrando la Caja*, es uno de los ejemplos con buenos resultados, los cuales les ha permitido reinvertir

ganancias en la actualización de los sitios web, la compra de equipos tecnológicos, la inauguración de una nueva sede para el proyecto y el estímulo salarial a los trabajadores, con dividendos muy por encima del salario promedio de los periodistas.

En el otro extremo se ubican experiencias como las de **Radio Florida**, que hasta el momento en que se desarrollaba el Congreso de la UPEC, no había podido constituirse como unidad presupuestada con tratamiento especial y obtener personalidad jurídica (condiciones básicas emanadas del experimento), principalmente por trabas burocráticas y falta de acompañamiento de las autoridades del gobierno implicadas (direcciones de Economía y Planificación y Finanzas y Precios) y del Partido en el territorio, según declaró una de las integrantes del medio municipal.

“Hay colectivos que van a demorar más en lograr la transformación porque hacen falta recursos humanos y materiales”, aclaraba Yamilka Álvarez. De modo que habría que pasar de “decir lo mismo congreso tras congreso a tomar acciones concretas para revertir las cosas más allá de los 17 medios que están en el experimento”, sugería Pedro Arturo Rizo, profesional de la televisión y presidente de la UPEC en Matanzas.

Retos y oportunidades

Como alertaba el colega Pastor Batista, corresponsal de esta revista y además presidente de la UPEC en Ciego de Ávila, podremos contar con la mejor base material, equipamiento, tecnología... y si carecemos del principal recurso en todo proceso, las personas -motivadas además-, hasta el más elegante proyecto no pasará de ser una virtuosa formulación teórica.

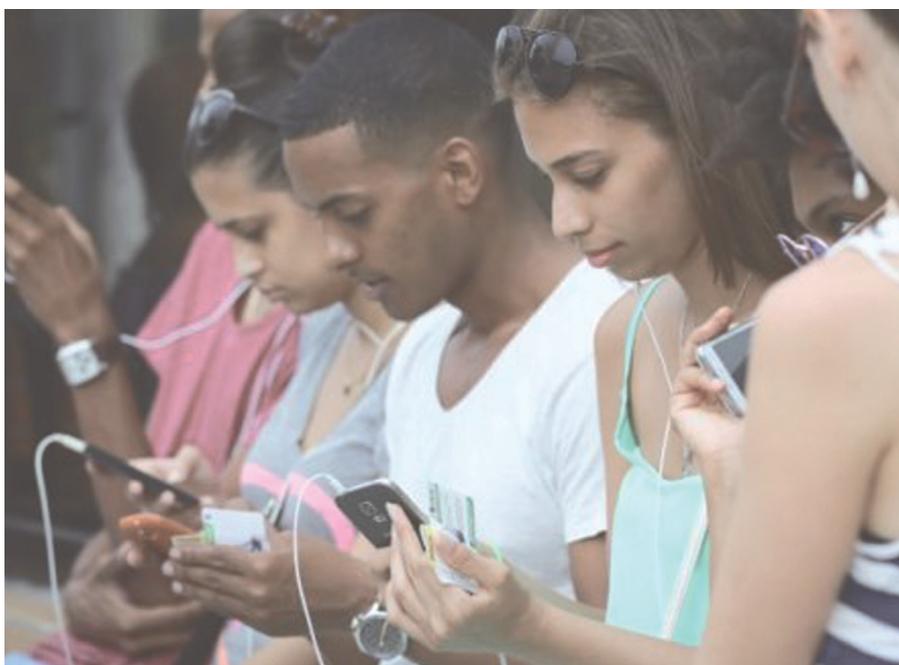
Ese es uno de los riesgos que, desde su punto de vista,



Los espacios periodísticos deben encontrar nuevas narrativas con las cuales llegar a los públicos, a la par del tránsito a la multimedialidad. minjus.gob.cu



.....
A veces pasa que los estudiantes de periodismo no quieren ir a los medios estatales porque no pueden cumplir sus expectativas y porque tienen una baja valoración sobre el modelo de prensa pública. cubaperiodistas.cu/ VIVIAN MUÑIZ ZÚÑIGA



.....
Para cautivar a las audiencias, fundamentalmente los jóvenes, hay que estar muy al tanto de sus consumos culturales, intereses, su lenguaje y sus interacciones. cubadebate.cu

puede gravitar sobre el empeño que está poniendo la UPEC para realizar las transformaciones en el modelo de gestión económica, editorial y tecnológica de la prensa cubana, en correspondencia con el contexto actual y con la tendencia futura de la nación.

Si los jóvenes que están en las universidades no quieren ir a los medios, como pasa, si no valoran la significación del sistema de medios públicos para la nación es porque la percepción social sobre el periodismo ha disminuido y esa es una gran dificultad, explicaba Ronquillo.

En este sentido Iramis Alonso considera que mantener a los jóvenes en los medios también pasa porque puedan cumplir las expectativas que traen de las facultades. “Hay que escucharlos, criticarlos, acompañarlos, exigirles, estimularlos a experimentar y darles posibilidades de superación”, añadía.

Y es que las competencias profesionales brindadas por las instituciones formativas son muchas, pero no siempre incorporadas a las rutinas periodísticas. La alianza directa entre medios, universidades e institutos permitirá la comprensión y aplicación de las principales tendencias comunicacionales que permiten comprender, conmovir y hasta predecir a la audiencia, díganse inteligencia artificial generativa, periodismo de cifras; *storytelling*; trabajo en equipos de investigación, **Google** analítica, producción y edición de vídeo, infografía, lenguaje de programación, marketing de contenidos, o incluso mecanismos más complejos como herramientas de verificación de datos, proyectos para formar audiencias críticas, visión transmedial, modelos de negocios rentables con canales de participación ciudadanos y estrategias de posicionamientos, sugería Dayron Chang.



Los medios dejaron de tener el control sobre las narrativas y contenidos publicados, de modo que se necesitan prácticas comunicativas descentralizadas cuyo abordaje parta desde lo heterogéneo y lo contradictorio para llegar al consenso. canalcaribe.icrt.cu

Ante este contexto, la UPEC está llamada a irradiar buenas prácticas profesionales y generar espacios de superación; a potenciar liderazgos al interior de los medios; a ser garante de la ética periodística; a guiar en la construcción del modelo de prensa como servicio público, como mecanismo de participación social y herramienta cultural, comentaba Iramis.

En medio de esta vorágine de propuestas quizás muchos se pregunten por dónde debería iniciar la transformación. En el dominio del ejercicio periodístico y en la reconstrucción de los contenidos de la agenda. A esto le seguirá el necesario e inevitable cambio económico-estructural en los procesos formativos.

“Además de esto, no creo que se pueda variar sustancialmente nada sin que se transforme también el modo en que se entiende

el acceso a la información. Uno puede cambiar las estructuras, las dinámicas y la economía de los medios que si al final seguimos tropezando con poco acceso a datos públicos y a fuentes subordinadas a los organismos de la administración central del estado, con la selectividad de a quién se le da la información... no van a ser efectivas ninguna de las propuestas”, esgrimía otra vez la directora de **Juventud**

Técnica.

Mas, defender ese derecho recogido en ley nos toca a nosotros. Los medios –reporteros, productores de contenidos y directivos– deben disponer, con iniciativa y por voluntad, del espacio que nos toca ocupar en representación de la ciudadanía.

Hoy las audiencias ya no son consumidoras pasivas, sino generadoras de matrices de opinión y productos comunicativos.

Cada vez emergen más canales alternativos de comunicación con múltiples estrategias para lograr la inmediatez y apego a las demandas informativas de los públicos, con más recursos y esquemas de atractivos de retribución. Por ende, urgen en nuestros medios prácticas comunicativas descentralizadas cuyo abordaje parta desde lo heterogéneo y lo contradictorio para llegar al consenso.

Como bien decía el presidente de la República Miguel Díaz-Canel durante la clausura del XI Congreso de la UPEC: “Sin una prensa crítica, que apele a la conciencia y a los valores humanos, no es posible la Revolución; sin una comunicación política, institucional y social transparente, eficiente y orientadora, no hay Revolución; y sin un periodismo comprometido creíble, ético, exigente, crítico y educativo, no hay Revolución”.