##### VII CONFERENCIA INTERNACIONAL DE ESTUDIOS HUMANÍSTICOS (CIESHUM)

**Prácticas de la televisión local en Cuba. Bases para su reconceptualización desde contextos digitales**

***Local television practices in Cuba. Bases for its reconceptualization from digital contexts***

**Nombre y Apellidos1, Nombre y Apellidos2, …**

1-Grettel Rodríguez Bazán. UCLV. Cuba. [grodriguez@uclv.edu.cu](mailto:grodriguez@uclv.edu.cu)

2- Samuel Viamontes Sardiña. UCLV. Cuba. sviamontes@uclv.cu

**Resumen:** El uso de los medios locales en América Latina se mantiene constante, sin embargo, las migraciones de las audiencias a Internet amenazan la supervivencia de estos medios, entre ellos, la televisión. Cuba, con 16 canales locales de televisión, exhibe carencias para atraer a los públicos a sus canales de YouTube. Por ello, se plantea como objetivo del presente artículo: establecer los principales cambios a realizar en los canales provinciales en Cuba para lograr un mayor reflejo de las audiencias desde contenidos locales. Con este fin se emplearon métodos como el análisis de contenido de los telecentros provinciales y entrevistas a periodistas, webmasters y especialistas. Los principales resultados demostraron deficiencias estructurales-organizativas que afectan la producción autónoma de estas redacciones digitales, una selección de contenidos que no logra la interacción con los públicos o atraer desde los principios de proximidad y el poco aprovechamiento de los recursos de la plataforma de YouTube.

***Abstract:*** *The use of local media in Latin America remains constant, however, the migration of audiences to the Internet threatens the survival of these media, including television. Cuba, with 16 local television channels, exhibits shortcomings to attract audiences to its YouTube channels. For this reason, the objective of this article is: to establish main changes to achieve a greater reflection of the audiences from the local content in the Internet of the provincial channels in Cuba. To this end, methods such as content analysis on the 16 YouTube channels of the provincial telecentres and interviews with journalists, webmasters and Cuban specialists. The main results showed structural-organizational deficiencies that affect the autonomous production of these digital newsrooms, a selection of content that does not achieve interaction with the public or attract from the principles of proximity and the little use of the resources of the YouTube platform.*

**Palabras Clave:** Redes sociales; Televisión local; Periodismo; Digitalización, YouTube

***Keywords:*** *Social media, television, local journalism, digitalization, YouTube*

**1. Introducción**

La renovación comunicacional ha exigido a los medios migraciones para subsistir y afianzarse en un espacio caracterizado por el empleo cotidiano de tecnologías en constante evolución. Los públicos, cada vez más heterogéneos, han encontrado en las redes sociales alternativas para satisfacer sus necesidades diversas y plurales. Realidades que han obligado a los medios tradicionales a buscar en estas multiplataformas un lenguaje y prácticas discursivas que los reposicionen en este contexto y, también, los haga perdurables.

Diversas investigaciones (Sanz Hernando, 2017; Villarrubia-Martínez, Aguaded-Gómez y Delgado-Ponce, 2019; Monje y Rivero, 2018) han indagado en la naturaleza de estas migraciones y cómo se asume un cambio en la práctica periodística en los medios de comunicación. Las mayores repercusiones se buscan desde el ámbito regional o nacional y no siempre se interesan en igual medida por las realidades de los medios con un alcance geográfico más limitado, enfocados en lo local o comunitario. En una época de un hegemonismo voraz, de imposiciones culturales y poca voz a las minorías, la permanencia de estos espacios se vuelve trascendental y necesaria.

En el caso específico de la televisión, su cambio empezó a suscitarse con el traspaso a la televisión digital y la crisis que provocó el apagón analógico para muchos canales y regiones. La digitalización generó cambios en las parrillas de programación, los públicos, espacios y contenidos, pero también la pérdida de varios canales y televisoras (Negreira-Rey, López-García y Vázquez-Herrero, 2020).

Aun así, América Latina continúa la apuesta por los referentes y opciones que ofrece la televisión como medio de comunicación, así lo confirman las investigaciones enfocadas en este ámbito (Fuenzalida, 2019; Hernández Alfonso y Paz Enríquez, 2022; Rincón, 2019). La importancia de las televisiones locales se mantiene vigente para reafirmar valores identitarios, mantener patrones y motivaciones que potencien los intereses regionales culturales y romper con el corte generalista de las televisiones públicas.

No obstante, para asumir estos cambios deben existir premisas tales como una cultura profesional que incentive la transformación, preocupación del medio por lograr migraciones que satisfagan los intereses de proximidad y cercanía y una estrategia de competitividad que les permita fidelizar y alcanzar nuevas audiencias. En especial, se manifiesta el valor de tener un espacio en las comunidades virtuales para mayor repercusión y visibilidad.

En Cuba, la dirección del país se ha enfocado en repensar la comunicación social a través de la adopción de la Política de Comunicación del Estado y el Gobierno (2018), la creación del Instituto de Información y Comunicación Social (2021) y la aprobación de la Ley de Comunicación Social (2023). De esta forma, se propone crear espacios que, desde la participación y la innovación, ayuden a fortalecer el sistema de medios públicos, su credibilidad y sostenibilidad.

En la actualidad, la televisión cubana se estructura en canales de alcance nacional y regional. Todas las televisoras responden a las directrices del Instituto de Información y Comunicación Social y se rigen por su política informativa y de programación. Según el organigrama de la estructura de este instituto, en su página oficial, en el país existen tres tipos de canales: canales digitales (5), canales nacionales e internacionales (6) y canales territoriales (31). Estos últimos se componen de tres tipologías: telecentros provinciales (16), telecentros municipales (15) y las corresponsalías.

Dentro de la misión de los telecentros provinciales y municipales se encuentra responder a un público local, comprendido en el espacio provincial según la división político-administrativa vigente en Cuba. Con salidas diarias, estos canales deben suplir las necesidades comunicativas de su audiencia y ofrecer contenidos e informaciones que contribuyan al conocimiento de la actualidad local, rescate de sus tradiciones y su gente, promoción de la historia y sus raíces, divulgación del talento comunitario y, además, informar sobre la repercusión del territorio y su implicación en el desarrollo socioeconómico del país.

No obstante, diversas investigaciones han demostrado carencias en los contenidos que se transmiten, ruptura entre las agendas públicas y mediáticas (Fernández Herrera, 2020), falta de elementos dramáticos para confeccionar la diversidad de los programas (Ramos Díaz, 2022), mal uso de las fuentes informativas (Lobelle Muñiz, 2022) y bajos índices de audiencia e insatisfacciones con el modelo televisivo que asumen estos canales (Drake Tapia y Herrera Barreda, 2019). Dichos aspectos requieren análisis y una restructuración para representar mejor el ámbito local desde el medio televisivo.

Las circunstancias antes descritas se agravan por la baja migración a plataformas digitales de los contenidos televisivos (Viamontes Sardiña, 2022), a la vez que se mantienen prácticas obsoletas en tiempos de dinamismo e interactividad (Rodríguez Bazán y Martín Castillo, 2020) y no existe un aprovechamiento de las tecnologías digitales y sus lenguajes para una migración e hibridación de una parrilla televisiva tradicional a otra digital.

Tomando como eje estas consideraciones, el presente artículo tiene como pregunta de análisis ¿Qué cambios deben realizar los canales provinciales en Cuba para lograr un mayor reflejo de los contenidos locales en Internet?

Para esto se propone como objetivo general: Establecer los principales cambios a realizar en los canales provinciales en Cuba para lograr un mayor reflejo de las audiencias desde contenidos locales.

En función de alcanzar este objetivo se realiza una sistematización de la producción investigativa realizada sobre televisiones locales en Cuba, se recurre al método análisis de contenidos con fines cualitativos de la producción audiovisual de las televisoras en sus canales en YouTube y se realizan entrevistas a periodistas corresponsales y webmásters de los cuatro telecentros provinciales de la región central del país.

**2. Metodología**

La investigación parte del análisis de 25 tesis de licenciatura sobre televisión local realizadas en los últimos 10 años por estudiantes de diferentes carreras de Periodismo en Cuba. Además de dos tesis doctorales que sistematizan la práctica de la televisión comunitaria o local en el país. Sustentados en esta revisión bibliográfica se identificaron las prácticas comunes, insuficiencias y características de la televisión local en Cuba.

Una vez sistematizados los resultados teórico-prácticos se realizó un análisis de contenido desde un enfoque cuantitativo y cualitativo de los canales de YouTube de los 16 telecentros provinciales existentes en el país. Los datos cuantitativos estuvieron enfocados en cantidad de suscripciones al canal de YouTube, cantidad de videos, visualizaciones totales y visualizaciones promedio. Estos datos recogen las cifras desde la creación de los canales en la plataforma de video hasta el 22 de julio del 2022, fecha en que se realizó el primer corte por parte de los investigadores (tabla 1). Así, los criterios de actualización tuvieron en cuenta la publicación en los 30 días correspondientes entre el 1 y el 30 de marzo de 2023.

Tabla 1. Listado y estadísticas hasta el 22 de julio del 2022 de los 16 telecentros provinciales analizados en la investigación

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Telecentro (provincia) | Suscripciones | Cantidad de videos | Visualizaciones totales | Visualizaciones promedio |
| Tele Pinar (PR) | 72 | 140 | 5.981 | 42 |
| Islavisión (IJV) | 1.410 | 2.947 | 213.655 | 72 |
| ARTV (ART) | 3.860 | 5.457 | 704.869 | 129 |
| Canal Habana (HAB) | 5050 | 2.492 | 270.598 | 108 |
| Tele Mayabeque (MAY) | 2.110 | 3.612 | 491.481 | 136 |
| TV Yumurí (MTZ) | 10.000 | 2.805 | 2.062.089 | 735 |
| Perlavisión (CFG) | 4.410 | 4.586 | 1.098.634 | 239 |
| Telecubanacán (VCL) | 4.640 | 2.601 | 827.327 | 318 |
| Centrovisión Yayabo (SSP) | 7.890 | 2.459 | 4.266.582 | 1.735 |
| TV Avileña (CAV) | 42.400 | 2.434 | 13.209.922 | 5.427 |
| Televisión Camaguey (CMG) | 12.900 | 7.115 | 3.870.060 | 543 |
| Tunavisión (LTU) | 27.300 | 9.886 | 13.389.309 | 1.354 |
| Tele Cristal (HOL) | 5.350 | 2.851 | 897.458 | 314 |
| CNCTV Bayamo (GRA) | 16.100 | 7.586 | 4.815.684 | 634 |
| Tele Turquino (SCU) | 5.170 | 7.141 | 1.233.242 | 172 |
| Solvisión (GTM) | 4.850 | 6.968 | 1.063.660 | 152 |

Fuente: Elaboración propia

Para el análisis cualitativo se tuvo en cuenta la propuesta de ficha de contenido de Santín y Álvarez-Monzoncillo (2020) con el objetivo de analizar los videos publicados por medios de comunicación en la plataforma de YouTube y así llegar a una elaboración propia que incluye categorías que responden a un lenguaje audiovisual adaptado a las exigencias digitales. En la tabla 2 se muestran las categorías que guiaron el estudio de los 16 canales provinciales estatales existentes en Cuba.

Tabla 2. Ficha de análisis de contenido de videos publicados por telecentros provinciales en sus canales de YouTube

|  |  |
| --- | --- |
| Origen del video: | \_Creación propia \_Fuentes externas |
| Presencia de rotulado: | \_Sí \_No |
| Logotipo incrustado: | \_Sí \_No |
| Montaje: | \_Simple \_Complejo |
| Estrategia de narración: | \_Rótulos \_Voz en off \_Periodista en cámara |
| Imágenes empleadas: | \_Imágenes fijas \_Videos \_Ambas |
| Incorporación de totales: | \_Sí \_No |
| Sonido: | \_Fondo musical \_Sonido ambiente \_Locutor |
| Función principal del video: | \_Informativa \_Formativa \_Entretenimiento \_Otras |
| Temas: | \_Política nacional \_Política Internacional \_Economía \_Sociedad \_Cultura \_Deportes \_Ciencia y naturaleza \_Otros |
| Duración: | \_<30 seg \_31 seg-1 min \_1:01 min-2 min \_2:01 min-5 min \_5:01 min-10 min \_>10:01 min |
| Me gusta: | \_0 \_1-5 \_6-10 \_11-20 \_>20 |
| Reproducciones: | \_<10 \_11-50 \_51-100 \_101-500 \_501-1000 \_>1001 |

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de Santín y Álvarez-Monzoncillo (2020) para medios nativos digitales.

Para contrastar la información obtenida se entrevistaron a cuatro periodistas corresponsales provinciales de la región central de Cuba que contribuyen con sus trabajos a la visibilidad de los contenidos locales en los espacios informativos nacionales y han sido designados en este cargo por su calidad y experiencia en el medio televisivo y a los cuatro webmasters de esos telecentros provinciales (Villa Clara, Sancti Spíritus, Cienfuegos y Ciego de Ávila). Sus respuestas fueron útiles para ahondar en las prácticas productivas de los medios televisivos, las fases que se establecen para migrar y producir de manera autónoma para Internet y las limitaciones que tienen en la actualidad. Además, fueron entrevistados Max Barbosa Miranda y Miguel Ernesto Gómez Masjuán, especialistas en el tema del ciberperiodismo en medios de comunicación cubanos con una amplia experiencia docente e investigativa, así como abundante producción científica en el ámbito de los usos con fines periodísticos del video en las redes sociales digitales.

La obtención de datos por estas vías permitió triangular la información, comprender el fenómeno estudiado en mayor profundidad y proponer cambios que permiten la restructuración y aprovechamiento de los contenidos para internet que transmiten y producen los telecentros provinciales en Cuba.

**3. Resultados y discusión**

Los medios de comunicación fundamentales en Cuba se caracterizan por la propiedad estatal y pública, logran una cobertura a escala nacional, provincial y local y responden por línea directiva al Instituto de Información y Comunicación Social. Las transmisiones de las televisoras locales están sujetas a los transmisores nacionales y coinciden en salida por la frecuencia de un canal de alcance nacional, debido a ello transmiten solamente alrededor de dos horas al día distribuidas en horario del mediodía y la tarde. Divididos en dos departamentos principales: Programación e Informativo, organizan sus parrillas programáticas en función de contenidos que satisfagan las necesidades locales o, al menos, aspiran a lograrlo. A la vez, fungen como corresponsales en el país para la producción informativa nacional (Herrera Barreda, Saladriga Medina y Garcés Corra, 2016), lo que garantiza la presencia de los municipios y las provincias a nivel nacional.

Estudios e investigaciones como Drake Tapia y Herrera Barreda (2019) recogen algunas de las características generales de las televisiones locales o territoriales en Cuba:

Transmiten producciones de factura propia centradas en el acontecer socioeconómico del municipio, la cultura e identidad local, el quehacer de sus pobladores y las problemáticas sociales del territorio.

Sus mecanismos de participación son insuficientes, generalmente limitados a llamadas telefónicas, cartas, entrevistas, encuestas y encuentros informales; por lo que priman esquemas transmisivos y unidireccionales.

Presentan dificultades con la infraestructura técnica, que en los inicios de la experiencia se correspondía con los estándares internacionales de calidad, pero con el transcurso de los años se ha ido desgastando o quedando inutilizada casi sin posibilidades de remplazo.

Consolidan prácticas y formas de hacer autónomas, aunque persiste la tendencia a imitar los referentes estéticos y formales de la televisión nacional. (p. 10)

Como parte de la informatización de todos los sectores de la sociedad, la mayoría de los medios en Cuba cuentan con un sitio web y un canal de YouTube para justificar su presencia en Internet y poder difundir sus contenidos en el ciberespacio. No obstante, mayoritariamente “los medios cubanos carecen de estrategias transmedia, debido a que tanto las estructuras directivas como los productores de contenidos se asumen a sí mismos como monomediáticos, en detrimento de todo un universo simbólico más versátil y multiforme” (Sánchez Torres, 2022, p. 3).

El análisis de los 16 canales territoriales cubanos demostró que todos han logrado establecer un canal de YouTube como forma más funcional de producción de videos con contenidos locales en el escenario digital. A diferencia de otros medios, disponer de una técnica de filmación y personal capacitado para la edición y producción audiovisual, además de una parrilla de programación del medio tradicional, propicia que se publiquen con mayor frecuencia contenidos audiovisuales. No obstante, esta producción en la generalidad de los casos está signada por la improvisación, inestabilidad y el volcado informativo de los formatos del soporte original del medio.

La periodista y webmaster Arlety White Morales explica que “el lenguaje sencillamente es otro y, por tanto, los contenidos son diferentes. Para empezar, el personal que labora en los telecentros está envejecido y acostumbrado a las dinámicas y rutinas que no son congruentes con el medio digital” (comunicación personal, 25 de abril del 2023).

Analizar esta práctica implica considerar los antecedentes del funcionamiento de estos canales provinciales. Desde que hace casi 40 años comenzaran a implementarse en todas las provincias, su impacto ha quedado relegado en relación con los años fundacionales. Si bien existe un público potencial que busca el reflejo del acontecer informativo comunitario en las horas de transmisión, la identificación con los contenidos y las formas de construir la historia muestran resquebrajamientos.

El uso de internet y la creación de contenidos ajustados a las características y necesidades de los públicos por parte de los medios acumula carencias desde la disposición de su personal, la integración de las redacciones y el otorgamiento de prioridad, mayoritariamente, al medio tradicional (Rodríguez Bazán y Martín Castillo, 2020), además, no siempre se disponen de las tecnologías y competencias profesionales necesarias para asumir una redacción acorde a las exigencias del medio online (Rodríguez Bazán, Hernández Díaz y Díaz Ramírez, 2022), ni se pondera la independencia para crear agendas temáticas diferentes de las realizadas para el medio tradicional (Molina Rodríguez, 2022).

Carencias estructurales y de infraestructura se determinan como primer problema para asumir una migración que contribuya a la difusión de contenidos locales. A través de las entrevistas a los websmasters de los sitios y canales de YouTube pudo comprobarse que la supeditación del equipo web a la estructura del medio tradicional resulta un freno considerable para una dinámica productiva que contribuya a la generación de contenidos independientes a los del medio tradicional.

De manera general “la web se utiliza, al interior de los medios de prensa, como un soporte más; es decir, no se asumen las lógicas profesionales y de producción de contenidos específicas de Internet” (Molina Rodríguez, 2022 p.20).

Las rutinas e ideologías profesionales continúan perpetuando los modos de hacer televisivos tradicionales, incluso en aquellos productos destinados para su difusión en línea. Los planes de trabajo, la planificación de los géneros periodísticos a realizar, los programas televisivos e incluso los contenidos de trabajos de los periodistas privilegian y determinan la preponderancia del canal de televisión. “Las rutinas productivas están centradas en el producto audiovisual y no en el digital, y lo mismo pasa con el personal, que tiene como primera y única función obligatoria la producción audiovisual” (Batista Díaz, S., comunicación personal, 13 de abril del 2023).

La falta de exigencia, de un equipo propio y de las competencias profesionales acordes a la producción informativa para redes sociales afecta directamente la calidad de los trabajos que se realizan para estas plataformas. La inexistencia de periodistas destinados a las redacciones digitales limita la actualización de la web (Rodríguez Bazán, Hernández Villa y Díaz Ramírez, 2022), su regularidad e, incluso, la visibilidad y el prestigio del medio y promueve un discurso muchas veces homogéneo (Molina Rodríguez, 2022) que no aprovecha las particularidades de la digitalidad.

A lo que se agrega que “el personal que labora hoy en los medios no domina el lenguaje audiovisual de cara a Internet y no muestran interés por aprender nuevas tendencias, formas de hacer o dominar herramientas imprescindibles para el medio digital” (Moreno García, G. comunicación personal, 21 de abril del 2023).

El análisis de contenido realizado por los investigadores demostró una generalidad hacia el volcado informativo de los audiovisuales que se publican en los canales de YouTube de los telecentros provinciales. Los 16 canales presentan los trabajos sin cambios significativos para la web. La deseada propuesta de convergencia y multimedios no ha logrado generar cambios en las formas de hacer ni transformar perfiles profesionales que lleven a “nuevas prácticas de consumo y de lectura que dinamizan la concepción tradicional sobre la producción mediática” (Sánchez Torres, 2022).

Alcanzar una migración real debe partir de crear equipos desde la mutifuncionalidad y la multidisciplinariedad (Barbosa Miranda, M., comunicación personal, 17 de septiembre de 2022) que dominen la gestión de redes y de audiencia en redes sociales para mayor efectividad.

En concordancia, se propone cambiar el flujo organizativo para crear redacciones integradas funcionales en la práctica. Así, la redacción digital no debe estar subordinada al departamento informativo del medio tradicional, sino funcionar como una redacción independiente con un jefe de redacción multimedia que tenga equipos periodísticos de trabajos propios con una agenda temática, producción de materiales exclusivos para la web y un sistema de trabajo que garantice el flujo productivo para las distintas plataformas digitales.

La fórmula empleada hasta el momento demuestra fisuras para un logro de la inmediatez, la interactividad y el interés de la audiencia. Esto se explica por las estrategias de producción fallidas en los canales con contenido local. El presente análisis demostró desequilibrios entre la cantidad de visualizaciones promedio (cantidad de visualizaciones/cantidad de videos publicados) y el número de suscriptores que exhiben los canales provinciales.

El número promedio de visualizaciones de un video publicado en YouTube de estos 16 telecentros es 757, siendo los de menor visualización TelePinar (42) e Islavisión (72) y los que mayor crecimiento han tenido TV Avileña (5427) y CentroVisión Yayabo (1735).

En Cuba, el sitio DataReportal recoge la existencia, en enero del 2024, de 6.69 millones de usuarios en redes sociales, para un 59.9 % de su población total (Kemp, 2024). A esto se suma una población flotante que ha emigrado del país y busca acceder a contenidos locales para continuar estableciendo lazos con su territorio de origen. No obstante, las cifras de suscriptores a los canales provinciales resultan alarmantes en comparación con los números de conexión que muestra el informe citado.

En las televisiones territoriales, el número de suscriptores por canales en YouTube se comporta alrededor de una media de 9 595 personas. Solamente cuatro medios televisivos sobrepasan los 10 mil suscriptores- Tv Yumurí, TV Camagüey, CNCTV Bayamo y TV Avileña- y solo uno, TV Avileña, supera los 35 mil. La figura 1 evidencia el número de suscriptores en los canales de YouTube de los 16 medios provinciales de televisión.

Figura 1. Cantidad de suscriptores en los canales de YouTube de los telecentros provinciales.

Fuente: Elaboración propia.

Aunque se considera bajo el número de suscriptores promedio (9 525) para la cantidad de personas conectadas en el país, la comparación con el número de visualizaciones (757) resulta preocupante. Estudios de recepción realizados desde la academia (Mena Luis, 2022; Arias Yusta, 2021; Fernández Herrera, 2020; Rendón Portelles, 2014, Rodríguez Viamontes, 2014) determinan insuficiencias e insatisfacciones con los contenidos que se transmiten por el medio tradicional. Las necesidades informativas y de contenido varían según las audiencias y las características geográficas como mediaciones principales, pero encuentran puntos de contacto al profundizar y ahondar en temas económicos, vivienda, alimentación, problemas de la comunidad, historia local. “La audiencia no logra percibir que la realidad reflejada en el medio corresponde con su realidad social concreta” (Fernández Herrera, 2020, p.43).

Esta desconexión entre televisoras y audiencias se exacerba en un contexto donde los medios de comunicación hegemónicos y las redes sociales digitales propician el relato de lo global en detrimento de lo local. Por ello, “hay que ofrecerles contenidos locales a los públicos, pero primero hay que estudiar qué quiere ese público mediante estudios de recepción y consumo” (Batista Díaz, S., comunicación personal, 13 de abril del 2023).

El siguiente gráfico toma como referencia al canal Telecubanacán de la provincia Villa Clara y analiza los principales temas tratados, cantidad de trabajos publicados por cada uno y el promedio de visualización en cada temática. Se tomó el mes de marzo por su significación en Cuba al realizarse las elecciones de diputados a la Asamblea Nacional del Poder Popular. El análisis arrojó un predominio de los temas políticos relacionados directamente con el proceso eleccionario y recorridos de los diputados al parlamento en sus encuentros con la sociedad, no obstante, como promedio estos temas no fueron los más visitados por las audiencias como se muestra en la Figura 2.

Figura 2. Relación entre temas y visualizaciones en los videos publicados en el canal de YouTube de Telecubanacán durante marzo de 2023

Fuente: Elaboración propia.

Las rupturas entre agendas públicas y mediáticas que se suceden en los medios locales cubanos tienen repercusiones significativas en su credibilidad y seguimiento por parte de las audiencias. Investigaciones realizadas en el país demuestran que en muchas ocasiones existe una verticalidad del proceso donde los emisores conforman las agendas desde su visión particular (Castillo Salina, Delgado Tornés y Villalón García, 2019), por lo que las políticas comunicativas deben establecer individualidades desde los contextos inmediatos para lograr una articulación más efectiva entre medios, política y ciudadanía (Castillo Salina, 2022).

Desde estas visiones se apuesta por la participación como proceso indispensable en la construcción y consumo del contenido, donde además se buscan mecanismos (Muñiz Zúñiga, 2019), modelos y fundamentos que acerquen a la ciudadanía a los medios desde agendas participativas para el consenso (Sánchez Orbea, et al, 2023).

En un contexto ideal, dentro de las televisoras regionales, los “espectadores participan en la comunidad de práctica televisiva a través de las redes sociales, foros y otros canales para comentar y discutir el contenido” (Hernández Alfonso y Paz Enrique, 2022).

De esta forma, la renovación de contenidos será el segundo paso para asumir la necesaria transición al espacio digital de los telecentros. Una renovación que exige cambios en las formas y modelos de producción de contenidos y su distribución de manera que sea más efectiva y atraiga a mayor cantidad de suscriptores.

De los telecentros estudiados, dos poseen desactivados los comentarios, algo que imposibilita establecer vías para el diálogo. Los 14 restantes, aunque poseen los comentarios activados, apenas exhiben cifras irrisorias de interactividad con los canales, los usuarios apenas comentan o comparten publicaciones y, por lo general, no reciben respuestas de los creadores del contenido

El análisis de contenido de los 16 canales de YouTube de los telecentros provinciales arrojó que cuatro de estos telecentros no hacen uso de los shorts, una de las herramientas comunicativas propias de YouTube. De ellos, ocho tienen solamente un short y, entre esos, más del 50% no se actualizan en un periodo de un año.

El caso más significativo, de manera positiva, resultó TV Yumurí con un total de 36 shorts que recogen diversidad de temas. Los relacionados con temáticas sociales y patrimonio local, obtuvieron mayores reacciones al compararlos con varios de los videos informativos publicados e incrementan el número de visualizaciones e interacciones.

Reafirmando las carencias en la producción de shorts dentro de los medios de comunicación estatales cubanos, Max Barbosa apunta:

Si bien desde Cuba no hay posibilidades de utilizar algunos recursos de la plataforma, todos los que se pueden utilizar desde Cuba, digamos los shorts, no se utilizan en prácticamente ningún medio. O sea, ahí se está perdiendo una potencialidad de la propia plataforma para publicar video. Por otra parte, el video que se publica en la mayoría de los casos no está ajustado a los estándares de la propia plataforma, como es el caso de los shorts y la posibilidad de hacer video vertical. (comunicación personal, 17 de septiembre de 2022)

Esto refuerza la idea de la necesidad de revisar los contenidos que se transmiten desde los medios locales. El análisis de contenido de los temas tratados en los videos periodísticos publicados y los shorts evidencian que las estrategias empleadas no surten efectos en las audiencias ni motivan su participación e interacción con los canales. Dentro de las principales preferencias, evidenciadas en visualizaciones, veces compartidas, reacciones y comentarios, se encuentran las historias de vidas, problemas que afectan a la comunidad, trabajos de historia local, comentarios críticos, cultura, deporte y actualidad de la provincia.

Entonces, constituye prioritario no basarse solo en el contenido periodístico sino generar una programación variada que combine los géneros propios de YouTube, segmentados en las audiencias, las plataformas y busquen diversificar contenidos que satisfagan las necesidades comunicativas de públicos cada vez más heterogéneos en sus preferencias.

El análisis presentado evidencia las carencias existentes en la producción de contenidos audiovisuales para YouTube de los telecentros provinciales en Cuba. Poco aprovechamiento del lenguaje digital y los recursos de la plataforma, volcado informativo, dependencia al medio tradicional, son factores de organización y estructura que demuestran insuficiencias en la práctica periodística audiovisual que se realiza en los telecentros provinciales. Realidad que demanda una reformulación para el aprovechamiento más objetivo y la perdurabilidad de los contenidos locales para Internet.

**4. Conclusiones**

En la actualidad, las formas que adopta el ciberperiodismo se hallan en constante transformación, el avance de la tecnología propicia la multiplicación de plataformas y la dispersión de las audiencias, hecho que promueve una adaptación de los mensajes periodísticos a un grupo cambiante de formatos. Por tanto, el imperativo de integrar prácticas editoriales y contenidos, y solidificar la cultura profesional de periodistas y directivos cobra mayor relevancia para el futuro del ecosistema mediático estatal.

A partir de los resultados obtenidos en la investigación y las tendencias sistematizadas se considera que las televisoras territoriales cubanas deben seguir las siguientes líneas metodológicas para una migración real a la web y lograr una mayor interacción y consumo por las audiencias:

Aun cuando se habla de redacciones integradas persisten los problemas de índole estructural y profesional. Razones que conllevan a repensar la funcionalidad de que los periodistas tengan dualidad de responsabilidades, reportar para ambos medios (tradicional y digital), cuando exigen códigos diferentes.

La migración hacia los canales de YouTube se torna una necesidad para la supervivencia, por lo que deben crearse equipos multidisciplinares e independientes que se sustenten en el trabajo en colectivo, el dominio de competencias profesionales propias del ciberperiodismo y una cultura digital que responda a los códigos compartidos con las audiencias.

Resulta indispensable que la redacción digital tenga una estructura independiente para construir la agenda temática a tratar, reporteros propios, y completar las plantillas más allá de un webmáster y un informático. La supeditación, se ha demostrado, no propicia un trabajo de calidad, inmediato, exclusivo, ni atemperado a las reales necesidades de los usuarios.

Renovación de los contenidos y los géneros a emplear. En los canales en YouTube de las televisiones territoriales debe mantenerse la máxima de “ofrecer programas que informen, entretengan y eduquen desde los valores socialmente aceptados por la sociedad” (Hernández Alfonso y Paz Enríquez, 2022, pp.11-12). El monitoreo de las necesidades comunicativas de las audiencias para conocer las necesidades reales de temas a tratar resulta fundamental. Deben establecerse mecanismos por vías tradicionales (cartas, llamadas, encuestas) y online (chat, grupos en redes sociales, monitoreo de comentarios, encuestas a través de Google) que generen sondeos de la opinión pública.

Resulta necesario incluir entre los contenidos publicados en la plataforma géneros propios del periodismo audiovisual en el ciberespacio o exitosos en este como el videoblog, el videonews y el live blog, además de aprovechar las oportunidades de realizar video vertical y con otras lógicas de producción a través de YouTube Shorts.

Propiciar la participación ciudadana en la generación de contenidos de interés

Los estatutos y cambios legislativos en cuestión de la comunicación en Cuba propician asumir nuevos roles e involucrar a los diferentes actores sociales en los procesos comunicativos. Desde la teoría se fundamenta la necesaria participación ciudadana que favorezca la propuesta de temas desde diferentes vías hasta la posible generación de contenidos con una supervisión e interacción con los gestores de los canales de YouTube. La proximidad local en los temas debe ser punto de partida para la generación de contenidos.

Potenciar las transmisiones en vivo para ganar inmediatez y credibilidad. En este aspecto es importante la especialización periodística en estos temas, el dominio de técnicas propias del lenguaje no verbal y seleccionar temas de interés local que posean impacto y relevancia. Se sugiere priorizar en estos casos las exigencias del medio digital y no una supeditación al tradicional.

Uso más acertado de los recursos gráficos, específicamente relacionados con la infografía, rótulos para enfatizar ideas, la presencia del comentario del periodista en cámara, empleo de subtítulos y una dramaturgia más apegada a las producciones digitales con ediciones más ágiles y creativas. El lenguaje debe ir más a lo coloquial-informativo, a la vez que se ajusten los tiempos de los videos publicados a los patrones de consumo de los usuarios en internet. Asimismo, es preciso potenciar los efectos de sonidos, musicalización y la intencionalidad en el empleo de estos recursos.

Incluir a gestores comunitarios, líderes sociales, personas reconocidas en la localidad en rol de comunicadores y conductores de programas como forma de lograr empatía y reconocimiento en los públicos.

Utilizar la pestaña de comunidad en YouTube para la interacción con los suscriptores a través de recursos como encuestas, GIF, texto, imágenes, videos y el resto de tecnologías disponibles en este apartado para promover la interactividad.

Cuando el impacto globalizador de la introducción del ejercicio periodístico en los escenarios virtuales pudiera indicar la pérdida de interés por el ámbito local, la realidad demuestra que las audiencias necesitan la presencia de medios de comunicación enfocados en su entorno más cercano. Para las televisoras locales en Cuba, la emergencia de sus contenidos en la web constituye una oportunidad de recuperar la atención de los públicos, diversificar producciones y sobrevivir en tiempos de incertidumbre económica. Sin embargo, el panorama actual exige la celeridad de los cambios, solo la reestructuración a corto plazo de las estructuras mediáticas podrá compensar el tiempo perdido.

**5. Referencias bibliográficas**

1. Arias Yusta, L. E. (2021). Gestión de contenidos en la web de Vanguardia [Tesis de Licenciatura, Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas]. Repositorio Institucional de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas (UCLV). <https://dspace.uclv.edu.cu/items/f766e726-2078-4db8-aab2-2048da72d0bc>
2. Badía Valdés, A. T., Costales Pérez, Z. y del Valle Condel, A. (2017). Comunicación audiovisual, nuevos paradigmas y tendencias. Revista Alcance, 6(12), 26-55. <http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2411-99702017000100003&lng=es&tlng=es>
3. Campello Iborra, S. C., y Arias Robles, F. A. (2017). El vídeo en las redes sociales locales: el caso de TeleElx. Miguel Hernández Communication Journal, (8). <https://doi.org/10.21134/mhcj.v0i8.214>
4. Castillo Salina, Y. (2022). Las agendas pública, política y mediática en clave de desarrollo. Un modelo para su articulación en localidades cubanas. La trama de la comunicación, 26(2), 33-54. <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-56282022000200033&lng=es&tlng=es>
5. Castillo Salina, Y., Delgado Tornés, A. N., y Villalón García, G. (2019). La interrelación de las agendas mediática y pública en un contexto local cubano. Alcance, 8(19), 128-149. <http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2411-99702019000100128&lng=es&tlng=en>
6. Drake Tapia, B. y Herrera Barreda, D. (2019). Televisión local y desarrollo cultural comunitario: De las políticas públicas al espacio local. Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina, 7(3). <https://revistas.uh.cu/revflacso/article/view/5465>
7. Fernández Herrera, V. (2020). Propuesta de reestructuración de la producción del discurso periodístico del canal provincial Telecubanacán para contribuir a la satisfacción de las necesidades informativas del público villaclareño [Tesis de Licenciatura, Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas]. Repositorio Institucional de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas (UCLV). <https://dspace.uclv.edu.cu/items/e6bbb091-3c9b-461f-99db-f1386728580f>
8. Fuenzalida, V. (2019). Análisis y propuesta para actualizar la misión pública de TVN. Perspectiva de la Comunicación, 12(1), 315-339. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672019000100315>
9. Hernández Alfonso, E. y Paz Enrique, L. (2022). Desarrollo, medios públicos y políticas latinoamericanas de comunicación. Question/Cuestión, 3(72). <https://doi.org/10.24215/16696581e722>
10. Herrera Barreda, D. H., Saladriga Medina, H. y Garcés Corra, R. (2016). Modelo de televisión local en Cuba. Una aproximación pionera a sus rasgos distintivos. Razón y palabra, (92), 1-41. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199543036020>
11. Kalogeropoulos A., Cherubini, F. y Newman, N. (2016). The Future of Online News Video. Reuters Institute Digital News Report. <https://ssrn.com/abstract=2882465>
12. Kemp, S. (14 de febrero de 2024). Digital 2024: Cuba. DataReportal. https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report.
13. Lobelle Muñiz, L. (2022). Comunicación institucional externa entre el telecentro Perlavisión y las fuentes institucionales cienfuegueras. [Tesis de licenciatura inédita]. Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas
14. Mena Luis, Y. (2022) La cultura en las páginas de Vanguardia: una mirada desde el receptor. [Tesis de Licenciatura inédita]. Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas.
15. Molina Rodríguez, L. (2022). Tipicidades del ciberperiodismo cubano contemporáneo. Desafíos para la investigación académica y el ejercicio profesional. Islas, 64(202), 17-27. <https://islas.uclv.edu.cu/index.php/islas/article/view/1226>
16. Monje, D. I. y Rivero, E. A. (2018). La televisión cooperativa y comunitaria en la Argentina frente al imperativo de la convergencia digital. Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital, 7(1), 46-76. <http://dx.doi.org/10.25267/COMMONS.2018.v7.i1.02>
17. Muñiz Zuñiga, V. (2019). En busca del consenso: agendas política, mediática y pública en Santiago de Cuba. Cuadernos.info, (44), 155-177. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.44.1167>
18. Negreira-Rey, M. C., López-García, X., y Vázquez-Herrero, J. (2020). Mapa y características de los cibermedios locales e hiperlocales en España. Revista de Comunicación, 19(2), 193-214. <http://dx.doi.org/10.26441/rc19.2-2020-a11>
19. [Ordóñez González, K.](https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=3495163) ; [Rodríguez Vázquez,](https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=1829141) A. y [Campos Freire, F](https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=243272). (2017). La televisión local y el uso estratégico de Internet. Análisis de los sites de los canales de la Zona 7 de Ecuador. Prisma Social: revista de investigación social, (19), 388-418. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6234751.pdf>
20. Ramos Díaz, E. (2022). Principios dramáticos en La hora de Todos. Un estudio sobre la construcción dramática de la revista informativa de Telecubanacán. [Tesis de licenciatura inédita]. Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas
21. Rendón Portelles, T (2012). ¿“En Marcha” con sus públicos? Un estudio de recepción al noticiero del canal espirituano [Tesis de Licenciatura, Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas]. Repositorio Institucional de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas (UCLV). <https://dspace.uclv.edu.cu/items/0b4ecee4-ffe1-42fc-a604-51de194eabef>
22. Rincón, O. (2019). Narrativas del entretenimiento expandido. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, (141), 149-160. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7320761.pdf>
23. Rodríguez Bazán, G., Hernández Villa, A., y Díaz Ramírez, M. (2022). Profesionalización del ejercicio del periodismo hipermedia en graduados de la Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas. Islas, 64(201), 111-124. <https://islas.uclv.edu.cu/index.php/islas/article/view/1219>
24. Rodríguez Bazán, G., y Martín Castillo, C. M. (2020). Villa Clara desde la web. Una aproximación al periodismo hipermedia desde el centro de Cuba. Islas, 62(195), 132-143. <https://islas.uclv.edu.cu/index.php/islas/article/view/1125>
25. Rodríguez Viamontes, F. (2014). La señal que nos une: propuesta de parrilla de programación para el telecentro de Caibarién. [Tesis de Licenciatura, Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas]. Repositorio Institucional de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas (UCLV). <http://hdl.handle.net/123456789/466>
26. Sáez, C., Fuente-Alba, F. y Avilés, J. (2023). Pluralismo en la TV local, regional y comunitaria chilena. Voces tras las cámaras. Cuadernos.info, (54), 247-268. <https://doi.org/10.7764/cdi.54.50169>
27. Sánchez Orbea, G., Jara Solenzar, D., Alonso Freyre, J., Nieves Portal, L., Hernández Grave de Peralta, M., Díaz Monserrat, L., Hernández Alfonso, E., Paz Enríquez, L., Caballero Rivacoba, M., Garcés González, R., Azcuy Aguilera, L., Villamañán Alba, M., Águila Sánchez, J., Muñiz Zúñiga, V. y Castillo Salina, Y. (2023). Comunicación y participación ciudadana: teoría y praxis para un proyecto inaplazable en el actual panorama sociocomunicativo. Anales de la Academia de las Ciencias de Cuba, 13 (1). <https://revistaccuba.sld.cu/index.php/revacc/article/view/1045>
28. Sánchez Torres, M. (2022). Hacia un modelo de televisión transmedia en Cuba. Revista Alcance, 11(28), 4-21. <http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2411-99702022000100004&lng=es&tlng=pt>
29. Santín, M., y Álvarez-Monzoncillo, J. M. (2020). YouTube en la prensa española: un modelo por definir. Profesional de la información, 29(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.16>
30. Sanz Hernando, C. (2017). La migración digital y la crítica situación de la prensa y televisión marcan el ecosistema informativo de Castilla y León. Miguel Hernández Communication Journal, (8), 617-642. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6120214.pdf>
31. Suing, A., Ordoñez, K. y Yaguache, J. (2018) Transición en los modelos de negocios de los medios de comunicación local: El caso de los medios de comunicación local de la República del Ecuador. Comhumanitas: Revista Científica de Comunicación, 9(1), 28-40. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6481998.pdf>
32. Viamontes Sardiña, S. E. (2022). El ciberperiodismo audiovisual en YouTube. Análisis de contenido de los videos publicados en los canales de YouTube de los cibermedios Escambray e Invasor durante el primer semestre de 2022. [Tesis de licenciatura inédita]. Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas.
33. Villarrubia-Martínez, A., Aguaded-Gómez, J., y Delgado-Ponce, Á. (2019). Implementación de la Televisión digital en Chile: ¿una oportunidad real para la TV Comunitaria? Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, (140), 279-296. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7319394.pdf>

(Para elaboración de las citas y referencias los autores tienen total libertad de utilizar la norma o estilo bibliográfico que estimen apropiado. Se sugiere el uso de la norma Harvard 8va edición o la la APA 6ta edición. (cada referencia debe estar ordenada alfabéticamente y numerada).