



*Parte del equipo de realización de Dominio Cuba, durante una entrevista con el Viceministro Primero de Comunicaciones Wilfredo González (sentado). De izquierda a derecha: Aldo Cruces, Kalia María Venereo, Ary Vincench, Adrian Migueles y Rosa Miriam Elizalde, Vicepresidenta Primera de la UPEC. Foto: Ismael Francisco/ Cubadebate*

Paquita Armas Fonseca - Cubadebate- Publicado originalmente en el Portal de la TV Cubana <http://www.tvcubana.icrt.cu>

Quince años atrás mi entonces vecina Rosa Miriam Elizalde me convocó a escribir en [Cubadebate](#) sitio del que ella era la editora principal. Le tomé la palabra y he seguido haciéndolo hasta hoy, porque es donde más “jaleo” provocan mis comentarios. Y yo amo el *Diálogo* como Platón (y por supuesto como Marx). En este último pienso cada vez que topo con el empaque y la efectividad que se muestra en Internet al crear contenidos.

[Dominio Cuba](#) es un ejemplo de lo que se puede lograr, para bien, en la factura digital que hoy consumen los jóvenes, sean de Cuba o de otras latitudes. Me imagino a Marx metiendo sus tesis fundamentales en imágenes, sonidos y efectos especiales, transmitiéndolas en varias idiomas en ese infinito ciberespacio (que me perdonen los ortodoxos).

Rosa Miriam es la madre de ese espacio que se pudo disfrutar unas semanas atrás en la [Mes a Redonda](#)

. Del por qué y para que existe

*Dominio Cuba*

trata esta conversación con la Doctora en Ciencias de la Comunicación:

**—Profesionalmente te iniciaste en la prensa escrita. Con el tiempo has mutado a otros medios. ¿Por qué?**

—En realidad comencé la aventura en los medios digitales casi con la irrupción de Internet en Cuba. En 1998 viví la salida de la página digital de *Juventud Rebelde*, donde me inicié como periodista, y por azares de la vida me vi envuelta como editora fundadora de

*La Jiribilla*

en el 2001, una publicación pionera en muchas cosas y reconocida entonces por la

[revista](#)

[Wired](#)

[como uno de los sitios web más innovadores de América Latina.](#)

**Hoy recordaba a un compañero que cuando surgió este semanario del Ministerio de Cultura, en colaboración con**

***Juventud Rebelde***

,

**[hicimos la primera transmisión por Internet de un concierto en vivo](#)**

.

**[El ancho de banda internacional total de Cuba era en el 2001 de solo 832 kbps](#)**

**y se puso en función de aquel concierto del Centro Pablo, al que fue Fidel, entusiasta animador y un visionario de Internet.**

Lo que he aprendido en el periódico, a caballo durante muchos años entre la prensa plana y la digital, es que el periodista ha dejado hace tiempo de ser un lobo solitario. Necesita interactuar con otras disciplinas, abrirse a los nuevos saberes y no subestimar el poder de las imágenes, o le regalaremos la profesión a las relaciones públicas, el entretenimiento y la publicidad. A fin de cuentas, **las amenazas del caos de las redes van parejo a la oportunidad que representan para interactuar con los demás, particularmente con los jóvenes, y ese ha sido desde Gutenberg lo que importa en el periodismo.**

**—¿Cómo y cuándo nace *Dominio Cuba*?**

— [El embrión fue “América Nuestra”](#), un noticiero transmitido por Internet durante la cobertura de las actividades de la delegación cubana que asistió a la VIII Cumbre de las Américas, en Lima, Perú, del 9 al 14 de abril de 2018.

Aún cuando el equipo lo armó la Unión de Periodistas de Cuba con la colaboración de [Cubadebate](#) en

muy poco tiempo, este primer proyecto demostró que

**Cuba tiene talento y capacidad técnica para producir contenidos en los estándares y las estéticas de vanguardia en internet, en un momento en el que el periodismo está sufriendo una fuerte reconversión, adaptándose a nuevas tecnologías y volviendo a su más pura esencia**

**Las mentiras y la desinformación no se combaten con gritos o divulgando de cualquier modo nuestras verdades.** Los *fake news* suelen venir en empaques que requieren de alta especialización técnica y que emplea a expertos para inducir los comportamientos de la gente, en función de intereses económicos y políticos. [Ale](#)

[xander Nix](#)

, el ex director ejecutivo de la empresa

[Cambridge Analytica](#)

—célebre por manipular las audiencias en más de 200 elecciones en todo el mundo, incluida la de 2016 en Estados Unidos—, dijo en una entrevista que “los hechos no tienen que ser reales, sino creíbles”.

**Nosotros tenemos que lograr que la verdad sea tan cierta como creíble, y eso pasa por la percepción, una zona que ha sido siempre en comunicación muy escurridiza, y ahora más porque competimos por un recurso escaso: la atención.**

**Con “América Nuestra” pudimos demostrar empíricamente, con datos y estudios de recepción, la potencialidad del sistema de medios públicos para llegar a audiencias que suelen estar fuera de nuestro ámbito de influencia** y sobre todo, se vio la importancia del trabajo de los equipos interdisciplinarios, en los que convergen periodistas, diseñadores, informáticos, comunicadores y productores audiovisuales que se han ido especializando en el mundo digital, particularmente en el universo móvil, donde **la innovación es tan acelerada que no da tiempo a sedimentar los saberes cada cual por su lado.**

Un mes después de la Cumbre de Perú, el Ministerio de Relaciones Exteriores nos pidió rearmar el proyecto para acompañar la estrategia de comunicación de Cuba durante el [Exam](#)

[en Periódico Universal de la ONU, en Ginebra](#)

. En mayo de 2018 surge formalmente

*Dominio Cuba*

, con una producción para Internet más audiovisual, bilingüe y enfocada casi quirúrgicamente hacia públicos específicos.

—¿Cuántas emisiones lleva el programa?

—Se acaba de transmitir en Canal Caribe -y luego la replicó la *Mesa Redonda*- la primera temporada de

*ominio Cuba para TV*

, dedicada a la cultura digital. Fueron 12 capítulos, uno por semana, con un

*bonus*

de otros dos, en el que incluimos

[la entrevista que nos concedió el Ministro de Comunicaciones Jorge Luis Perdomo](#)

D

**A partir del 6 de septiembre, a las 7:00 pm, volverán a transmitirlo, cada viernes, por el Canal Educativo.**

—Háblame del equipo de realización...

—Aunque tiene un pequeño núcleo que se ha mantenido en el tiempo, el propósito del proyecto desde sus inicios ha sido abrirse a jóvenes profesionales de las disciplinas que se requieran para cada producción. Por eso, en “América Nuestra” estuvieron los jóvenes periodistas **Cristina Escobar, Anisley Torres, Dianet Doimeadios y David Vázquez Abella**; luego, en otra producción más enfocada al público estadounidense, se incorporó

**Sergio Alejandro Gómez**

. Cristina fue clave en la producción en Ginebra, que salió fundamentalmente en inglés.

Ahora, con *Dominio Cuba en TV*, se incorporaron **Darío Gabriel Sánchez y Beatriz Pérez Alonso**, ambos profesores de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Darío como conductor del programa fue un

descubrimiento muy afortunado, aunque lo conozco desde que empezó a estudiar Periodismo; Betica, también muy joven, es una de las personas mejor informadas en Cuba en el tema digital y experta en comunicación social, lo que garantizó la calidad de los guiones, la claridad conceptual y el tono del programa, que está dirigido fundamentalmente a los jóvenes cubanos, tan devotos como otros de la tecnología. También aportaron mucho el autor de la música original,

**Darián Perdomo**, y otros que han trabajado la estrategia para los medios sociales, hicieron las entrevistas en la calle o pusieron voz a los animados, como

**Rosy Amaro, Darianna Reinoso, Daniel González, Yoandry Avila, Ernesto Ruiz Ramos, Yoslei Carrero, Flor de Paz, Anisley, Sergio Alejandro**

-que escribió el guion del primer programa- y otros muchachos, fundamentalmente estudiantes de Periodismo, que pasaron por la UPEC y terminaron enrolados en la producción.

El grupo más estable, el que viene desde Perú o se incorporó inmediatamente después, lo integran los diseñadores **Kalia María Venereo, Aldo Cruces y Ary Vincench -graduados del Instituto Superior de Diseño (ISDI)-,**

y

**Adrian Migueles**

, director para la TV, editor y camarógrafo. Ellos cuatro y el ingeniero

**Sergio Tamayo**

, de la Universidad de Ciencias Informáticas, son el arma secreta de Dominio Cuba. Es un equipo de lujo, en el que se unen creatividad y unas capacidades profesionales bastante fuera de lo común, con el diseño gráfico como valor esencial de la propuesta televisiva.

—¿De dónde sacas “chamas” tan inteligentes?

—De las universidades cubanas. **Tenemos en los medios cierto síndrome de inferioridad, cuando contamos con mucho talento y muy buenos contenidos, cosa que demuestra cada edición de los Premios Nacionales de Periodismo**

Deberíamos aprender a visibilizar mejor ese talento, darle más oportunidades y estimular proyectos de los jóvenes.

**Dominio Cuba**

**es en cierto modo una incubadora de innovación digital y tenemos el propósito en la UPEC de multiplicar este tipo de experiencias en todo país.**

Por descapitalización y problemas de gestión, además de inercia en procesos de producción y rutinas periodísticas infuncionales, **a nuestra prensa le resulta muy difícil cambiar los perfiles profesionales o contratar a personal altamente especializado para dar respuesta**

**con agilidad a los cambios que se están produciendo en la comunicación, con nuevas reglas para la información en el mundo digital, hacia donde gravitan, a la velocidad de la luz, las audiencias**

Creo que **la Política de Comunicación Social del Estado y del Gobierno cubanos ya está ayudando a transformar esa realidad.** Pero la guerra que nos hacen no espera por esa transformación y necesitamos dar respuestas muy rápidas a los laboratorios que están diseñados para construir enormes cámaras de eco con mentiras que pocos cuestionan, e ir aprendiendo sobre la marcha y llegar a audiencias formadas en la cultura de Internet, educados en códigos visuales y narrativas que se alejan cada vez más de los modos y los estándares de los medios tradicionales en la era analógica.

**—¿Por qué no hemos visto antes en la TV un programa como este?**

—Este grupo de trabajo llegó a la televisión por la necesidad de hacer sostenible un equipo que enlaza la producción de contenidos con la innovación y la investigación.

Ninguna redacción del sistema de medios públicos tiene una plantilla que integre las diferentes especialidades que hoy se necesitan para producir contenidos en Internet con estas características, ni tiene presupuesto para innovar, aunque este no es un problema solo de Cuba. Ante la magnitud de lo que puede suponer esta tarea y la especialización que se requiere, lo que hacen las compañías de marketing político es acudir a la subcontratación desde profesionales del diseño o de la programación web, pasando por la comunicación, las marcas o la consultoría estratégica. Tienen cheques ilimitados para ello, sobre todo durante las campañas electorales. Por ejemplo, **el equipo de Macri en las elecciones primarias en Argentina (las PASO), [llegó a insertar cada día casi 50 piezas de contenidos para 37 públicos diferentes](#)**, con adaptaciones en cada sitio de las redes sociales. Las cifras que mueve esta maquinaria en términos de grupos creativos, estrategas y dinero son bárbaras.

Para poder llevar un ritmo de investigación-producción necesitamos mantener unido al grupo, produciendo en función de los valores que defendemos, de lo contrario es muy difícil reinsertarse ágilmente en las lógicas digitales donde lo único que permanece es el cambio. Facebook cambia su algoritmo cada tres meses; Instagram incorpora casi cada semana una nueva funcionalidad. Twitter, igual. **No es posible seguir estos procesos tan dinámicos y con una audiencia que sufre de déficit de atención desde un laboratorio aséptico o**

**desde una cátedra en la universidad donde, muchas veces, cuando terminas de observar un objeto de estudio, ya el entorno es otro.**

**La mejor manera para mantener actualizados los conocimientos es conviviendo en directo con las plataformas donde están nuestras audiencias, estudiando en caliente los proyectos más innovadores y aprendiendo de las miradas de otros profesionales.** Por tanto, hace falta un equipo estable, que aprenda colectivamente, comparta sus conocimientos y se expanda según las demandas de producción.

Los profesionales los tenemos en Cuba y son magníficos. El reto está en crear las condiciones para la gestión comunicativa y para la innovación en esta nueva realidad a la que no estamos acostumbrados y en la que marcan agenda nuestros enemigos, los mismos que imponen campañas tóxicas, como la de los “ataques sónicos” en La Habana, producidas en laboratorios de alta tecnología y utilizadas como pretexto para castigar a nuestros países con más sanciones.

**—¿Es seguido en Cubadebate? ¿Conoces si es “manoseado” por los jóvenes?**

—Estamos muy contentos con la recepción de *Dominio Cuba* en su temporada televisiva, en particular entre los jóvenes, sobre todo a partir de que se transmitiera por la *Mesa Redonda*

. Si te fijas, el guion del programa es como una caja china, en el que cada infografía o las presentaciones en cámara de Darío no demoran más de 2 minutos y 20 segundos, el tiempo máximo de un video para Twitter que, como otras redes sociales, utilizan las mismas técnicas de las empresas de juego para mantener a los usuarios enganchados a sus aplicaciones. Facebook siempre te recomienda subir videos menores de 3 minutos, si quieres tener más “alcance”. Por tanto, es un programa de televisión, pero

*Dominio Cuba en TV*

es, también, cientos de cápsulas con contenidos múltiples que tienen su propia vida en canales de Internet muy diversos y cada uno con lógicas, estándares y públicos diferentes.

Los jóvenes, educados en las series y la estética de Internet -o de su variante *off line*, El Paquete-, están muy cómodos con este alud de imágenes, cortes bruscos, colores saturados y tipografías llamativas...

**Cuando culpamos a los jóvenes de estar todo el día pegados a las pantallas de sus móviles, nadie mira en dirección a los diseñadores de sus aplicaciones. ¿Qué pasa si**

**utilizamos técnicas para captar la atención de los jóvenes y contribuir a la formación de valores, en particular para crear una cultura digital, afectiva y crítica a la vez?**

Entonces sí, los números y los cientos de comentarios que estamos recibiendo a través de nuestros canales en las plataformas digitales nos dicen que Dominio Cuba no solo es manoseado, sino que nos hacen pensar en una segunda temporada.