

## **Proyecto Observatorio de Medio**

**1.-Nombre del medio o de la facultad de Periodismo o Comunicación que lo envía:** Editora Periódico Juventud Rebelde

**2.-Cantidad de proyectos de cambio o innovación que presenta el órgano de prensa:** 8

**3.-Definición del problema con su estado del arte: de qué situación se parte y a cuál se pretende llegar. Plasmar si el cambio se basa en una investigación o análisis del medio o si lo favoreció algún estudio de la academia:**

Una investigación desarrollada como Trabajo de Diploma de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana en 2016, al examinar cómo se gestionaban los contenidos en **Juventud Rebelde** como organización, arrojó que había falta de planificación y muchas prácticas empiristas en los procesos productivos del medio, y que no existía una atención sistemática a los públicos. De ahí que se decidiera fundar en la Editora un observatorio, como un proyecto integrador que ayudara a la gestión editorial, especialmente al autoanálisis de la organización como multimedio. A comienzos de 2017 se propuso la idea, y entre octubre y diciembre de este mismo año entró en un proceso de experimentación. Los objetivos del proyecto del Observatorio, uno de los más innovadores y singulares desarrollados por **Juventud Rebelde** en los últimos años, están centrados, particularmente, en la vigilancia sistemática de lo publicado por la prensa de manera general, así como el análisis del impacto de los contenidos presentados por la Editora en sus diferentes canales y plataformas a través del estudio de las interacciones con los públicos. Para su funcionamiento, se pauteó una metodología flexible de trabajo, teniendo en cuenta métodos científicos de la investigación cualitativa, que recoge cómo deber ser el análisis por medio, y el estudio integrado de los procesos productivos, los contenidos y los públicos. Si bien lo alcanzado hasta la fecha constituye una herramienta de estudio sistemático de alto valor para el medio, con resultados que favorecen la toma de decisiones editoriales, el proyecto del Observatorio pretende seguir perfeccionando prácticas, metodologías y procedimientos de trabajo, con el propósito de erigirse como una estructura evaluadora con carácter permanente de todos los procesos editoriales que tienen lugar en la organización.

## **4.-Responsables y número de profesionales implicados en el proyecto**

Responsable: Lilian Gómez Ardila, jefa del Centro de Información, Documentación y Análisis

Implicados:

Periodistas (3)

Sociólogos (2)

Psicólogos (1)

Comunicadores sociales (2)

Especialista en Atención a Lectores (2)

## **5.-Variables previstas para medir los resultados y exposición de los principales resultados hasta el momento de la presentación:**

### **Variables para medir resultados:**

- Sistematización de las prácticas de análisis
- Evaluación de los métodos y técnicas empleados en el análisis de las plataformas del medio
- Socialización y discusión de los resultados del análisis
- Uso de los criterios sistematizados en función de la toma de decisiones editoriales y la planificación y construcción de la agenda multimedia
- Posibilidades para el desarrollo de estudios a demanda, según necesidades e intereses de la dirección del medio

### **Principales resultados:**

El principal resultado de este proyecto radica en haber logrado una sistematización de sus prácticas de autoanálisis sobre bases científicas y de establecer un procedimiento que tributa de manera permanente a la gestión editorial de la organización. Asimismo, se evalúan los métodos y técnicas empleados en el análisis de las plataformas del medio. Los resultados se socializan y discuten, aunque debiera tener mayor alcance entre todos los profesionales del medio. Los criterios sistematizados por el equipo del Observatorio favorecen la toma de decisiones editoriales y la planificación y construcción de la agenda multimedia. Y se realizan con una alta frecuencia estudios a demanda, según necesidades e intereses de la dirección del medio.

A continuación se recogen algunas de las prácticas que desarrollan los miembros de este proyecto como parte del ejercicio de autoanálisis:

—Se revisan por temas, secciones y autores la ediciones impresa y digital de JR, así como se revisa lo publicado por principales medios de comunicación de alcance nacional, provincial, y del ecosistema de páginas digitales que abordan el tema Cuba, así como aquellos contenidos que, sobre nuestro país, publican las grandes agencias y otros medios internacionales.

—Se brinda seguimiento de las redes sociales, que en un principio solamente fueron Facebook, Twitter y YouTube y actualmente se siguen también Instagram, Telegram y Pinterest, siguiendo herramientas como PIWI y las que ofrecen Facebook, Twitter, Instagram, Telegram, Youtube y Pinterest.

—Se realiza una síntesis de los principales temas tratados en el ecosistema de medios digitales y los medios internacionales, analizando el enfoque de los principales trabajos.

A partir de enero de 2018 empezó a elaborarse un informe mensual que se envía a la dirección del medio y a los jefes de equipo. Dicho documento, además de presentar las estadísticas, que son las que permiten la objetividad del impacto, presenta el análisis cualitativo de cada plataforma, se marca la tendencia en relación con el mes anterior y se formulan recomendaciones.

Cada diciembre se presenta un análisis de las tendencias en cada plataforma utilizando gráficos que facilitan la visibilidad de estas. A medida que se ha ido ganando experiencia se ha profundizado el análisis y se trabaja para hacer cada vez más útil la información que se brinda.