

Acercamiento a las redacciones integradas en la Radio Cubana: Caso de Estudio Radio COCO

Autores: Lenay Barceló Soto

Elena Iglesias Cuesta

Yelemny Estopiñán

Jesús Muñoz Machín

Radio COCO 2020

Introducción

El entorno de una emisora radial está integrado por una amplia variedad de profesionales con diferentes especialidades, pero unidos todos por un único fin, ofrecer una programación que mantenga informado y sirva de compañía al oyente.

De ahí que pareciera algo logrado el término de redacción integrada en las emisoras radiales, formas de trabajo que aún tienen que definirse y sobre todo construirse desde el punto de vista orgánico de cada institución.

La emisora Radio COCO es una planta radial con más de 80 años de existencia que en la actualidad es sostenida por profesionales jóvenes con muchos deseos de trabajar. Su programación es eminentemente deportiva e informativa, con presencia también de espacios musicales que ponderan la música tradicional cubana.

En este sentido, sus diferentes áreas tienen una alta dosis de técnicos y especialistas quienes trabajan con información para elaborar diversos mensajes comunicativos a la audiencia desde las diferentes plataformas que impone la contemporaneidad.

Para ser más claro, existe el departamento informativo a la cual se supedita también el área especializada en los programas deportivos, en su mayoría de corte analítico y con elevada carga de opinión. Por otra parte, está la redacción informativa que cuenta con un amplio grupo de periodistas que tributan información para los espacios informativos de temática general y también para la página web.

En medio de este entramado se han identificado en la COCO, tres públicos diversos: uno que consume los programas por las frecuencias radiales (91.7FM y 980 AM), otro que consulta los contenidos desde la página web y escucha por audio real en Internet y otro que sigue aquello que se comparte en las redes sociales.

Este complejo sistema, impone un reto fundamental para los profesionales de esta emisora radial y es el de hacer confluír cada vez más, los contenidos que

se promueven en cada uno de esos escenarios donde uno de los objetivos fundamentales para lograrlo es: Aplicar los principios de una redacción integrada que permita unificar los mensajes en función de la política editorial de la misma.

Concretar una redacción realmente integrada en este complejo escenario implica desplegar varios proyectos, son ellos:

1. Perfeccionamiento de la gestión de contenidos en la Radio COCO
2. Concretar un sistema de información integrado con diversidad de salidas tanto para las redes sociales, como para la página web y la programación radial.
3. Adiestramiento de periodistas, directivos de programas, locutores y directivos de la emisora en virtual del perfeccionamiento del sistema de información integrado.

El presente trabajo pretende hacer un acercamiento a las primeras acciones a implementar para lograr la finalidad de:

- Implementar un sistema integrado de información y gestión de los contenidos en la Radio COCO.

A partir de ello el primer paso está en correspondencia con los objetivos específicos del presente trabajo:

- Realizar un diagnóstico en los modelos de trabajo en la emisora Radio COCO.
- Identificar las fortalezas y debilidades de las maneras de hacer
- Establecer estrategias para potenciar el modelo de redacción integrada en este medio de comunicación.

Desarrollo

El primer paso para implementar los principios de redacciones integradas en una emisora radial, implica determinar los diversos modelos de gestión de

contenidos, así como las maneras de hacer que existen en el medio objeto de análisis.

Para ello se aplica como método de investigación la entrevista a profesionales que laboran en los diferentes entornos del centro (**Ver Anexo 1**). Luego del procesamiento de las mismas se determinó que:

1. Los profesionales están capacitados para realizar la labor de gestión eficiente de los contenidos.
2. Existe una política editorial definida en la entidad y se tiene claridad de los usuarios potenciales y reales de los contenidos.
3. Se cuenta con las condiciones materiales por parte de los reporteros y periodistas para generar los contenidos.
4. Los profesionales del área informativa tienen compromiso con las redes sociales y páginas web, no tanto así, los periodistas del área deportiva.

Existen deficiencias con los implementos tecnológicos en las redacciones sin embargo se aplican alternativas para que se genere la información oportunamente.

Como las mayores dificultades se identificaron:

- La inestable inmediatez de la publicación de los contenidos.
- La falta de correspondencia, en ocasiones, de los contenidos que se comparten en las redes sociales y páginas web, con respecto a lo que se transmite por las frecuencias radiales.
- La descoordinación, en diversos momentos, atenta contra la publicación inmediata de los contenidos.

A pesar de ello, se considera existe un avance con respecto al año anterior sobre todo en lo referente a la presencia de los programas radiales de la emisora en las redes sociales.

Ya algunos de los espacios tienen su referente en este entorno, aunque se sigue trabajando en lograr la inmediatez de la publicación, así como la

búsqueda constante de una interacción con los usuarios por esta vía, tal y como sucede por la vía telefónica durante la transmisión real.

Del mismo modo, se trabaja en la determinación de estrategias que permitan hacer más expedita la publicación de los contenidos en la página web, y se ha avanzado en la integración de los periodistas del área deportiva a la página web.

Experiencias prácticas: Ejemplo Cobertura aniversario 500 de La Habana

Durante la cobertura al aniversario 500 de La Habana se puso de la manifiesta en la redacción informativa de la COCO un modelo de trabajo que permitió durante poco más de dos meses, mantener una estrecha sintonía entre los contenidos informativos que se radiaban y lo que se difundía por la página web y las redes sociales.

En este aspecto, vale mencionar que un reducido grupo de periodistas contaba con teléfonos celulares con datos móviles, los cuales subían a la red social Facebook los contenidos de manera inmediata y el equipo de la página web los tomaba y publicaba al instante en la plataforma.

Por otro lado, con aquellos periodistas que, si tenían la herramienta, pero no la posibilidad de conexión, se aplicó la estrategia de envío por SMS los mensajes de texto y se tomaban las imágenes del suceso en cuestión del perfil de otro profesional que se encontrara en la cobertura.

Con este método se mantuvo la actualización inmediata en la Web, que a su vez servía de referencia para la programación radial.

A este método se le debe agregar que en ocasiones las entradas a la programación radial eran realizadas por profesionales de la página web, siempre citando la autoría del periodista que facilitara la información.

De igual modo, esta estrategia incluyó compartir de manera inmediata los contenidos de los periodistas en el perfil oficial en redes sociales de la emisora.

La organización del trabajo fue clave en el éxito logrado: mantener en estrecho vínculo a los profesionales de los programas radiales, con los periodistas y los responsables de la actualización de la página web y las redes sociales.

Ante la necesidad de seguir involucrando al resto de los profesionales de la emisora en esta gestión de los contenidos informativos una continuación de este trabajo implicará trazar otras estrategias que involucren en este modelo de gestión al resto de las áreas de la entidad.

Aunque resta mucho por hacer, la experiencia se mantiene hasta la actualidad y la estrategia se aplica diariamente en el seguimiento y gestión de contenidos para la emisora en los diversos soportes mencionados, en el seguimiento inmediato de espacios como la Mesa Redonda, comparecencia de los altos dirigentes del país en reuniones, eventos y fórums nacionales e internacionales.

Por otra parte, el uso de la herramienta en la cobertura de la Covid-19 ha servido de aprendizaje e incentivo para mejorar el trabajo con el fin de llegar cada vez a un número mayor de público y seguidores en el caso del ciberespacio.

Conclusiones

La emisora Radio COCO cuenta con profesionales capacitados para aplicar y hacer cumplir los principios de una redacción integrada.

Se debe involucrar a todos los profesionales en virtud de lograr concurrencia entre los contenidos que se emiten al éter y aquellos que se divulgan en las redes sociales.

Se propone continuar trabajando en la emisión con inmediatez de los contenidos, aplicando las experiencias obtenidas de la cobertura del aniversario 500 de la ciudad.

Se recomienda involucrar aún más a los profesionales del área deportiva con los espacios digitales de la web y las redes sociales.

Bibliografía Consultada

El reto de la convergencia de redacciones en Cuba. Miguel Ernesto Gómez Manjuán. Disponible en: <https://mesadetrabajo.blogia.com/2009/101707-el-reto-de-la-convergencia-de-redacciones-en-cuba.php> Consultado (Marzo, 2020)

La convergencia periodística en la prensa cubana. Nuevos roles profesionales para periodistas y académicos. Linnet Molina Rodríguez. Revista Islas, núm. 189; Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas, enero-abril de 2018. <http://islas.uclv.edu.cu>. Consultado (Marzo, 2020)

Redacción integrada y analogías radiales (+ Diapositivas). Radio Rebelde. Abril, 2015. Disponible en: <http://www.radiorebelde.cu/noticia/redaccion-integrada-analogias-radiales-20150404/> Consultado (Marzo, 2020)

Anexo 1

Preguntas realizadas en entrevista con 30 profesionales de la Radio COCO para identificar sus rutinas productivas.

Nota: El grupo entrevistado contenía profesionales de las diferentes áreas de gestión de contenido de la emisora incluidos: periodistas, directores de programas, locutores, directora, jefes de departamentos y corresponsales.

1. ¿Cómo obtiene la información para generar el producto comunicativo que publica en la Radio COCO?
2. ¿Cómo hace llegar esa información a la emisora?
3. ¿Cómo se retroalimenta de los contenidos que publica en la emisora?
4. ¿Recibe orientaciones de algún ente orientador para gestionar la información o lo realiza de manera individual y autónoma?
5. ¿Cómo se retroalimenta del impacto que tiene su información en la audiencia?