

La revista joven
más antigua de Cuba

Medio de prensa

REVISTA ALMA MATER

Nombre del proyecto

AM MULTIMEDIA

CONTEXTO DE PARTIDA

La capacidad de acceso a Internet ha aumentado sustancialmente desde la apertura de servicios de zonas WiFi, datos móviles y Nauta Hogar para el público cubano. La cantidad de internautas se ha multiplicado, y el consumo de contenidos generados por los medios de prensa es creciente.

En este sentido, la revista Alma Mater contaba, en enero de 2020, tan solo con un sitio web de navegación nacional (cuyos contenidos debían ser borrados del servidor periódicamente debido a la falta de espacio), un espejo en la plataforma Medium (con poco empleo de recursos multimedia y un promedio de 847 visitas mensuales) y un perfil en la red social Facebook, con 10 mil seguidores (de ellos 9 mil 850 suscriptores) que no superaban las 500 interacciones por publicación. Estas redes eran manejadas por un equipo compuesto por un gestor de contenido y una gestora web.

A partir de ello, se crea el proyecto AM Multimedia.

OBJETIVOS

- Consolidar una comunidad de usuarios fidelizada con la marca Alma Mater en múltiples plataformas digitales.
- Ampliar los canales de llegada de internautas a los contenidos producidos por la revista Alma Mater.
- Establecer flujos productivos de infocomunicación, basados en/ desde/para diversas redes sociales según las características propias de cada uno de estos espacios.
- Generar un diálogo directo con los usuarios desde contenidos propiamente periodísticos y de infoentretenimiento.
- Potenciar la colaboración con otros medios nacionales con presencia en la web, instituciones y actores influyentes en espacios digitales.
- Diversificar los formatos de producción de una revista impresa hacia un multimedia (del texto y la imagen a la integración de estos con producciones en audio, video e interactivas para conformar la narración).
- Explorar plataformas, géneros, modelos productivos y de publicación no habituales en el periodismo cubano.
- Concebir flujos de retroalimentación entre la publicación web, impresa y las redes sociales del medio.

RESPONSABLES

- Armando Franco Senén
- Max Barbosa Miranda
- Laura Patricia Ruiz Ledón
- Melissa Ayala Garriga
- Jorge Alfonso Pita
- Yoandry Avila Guerra
- Oday Enríquez Cabrera
- Karla Milena Callava Díaz

RESULTADOS ALCANZADOS

Tras diez meses de implementación del proyecto, se resumen a continuación los principales resultados alcanzados:

- Actualmente, el alcance de los contenidos de Alma Mater en el sitio web se ha incrementado por encima de las 21 mil lecturas y la suma de seguidores en las plataformas sociales supera los 39 mil 500 usuarios.
- La comunidad de usuarios y seguidores de la revista se encuentra diseminada en múltiples plataformas sociales, que se han ido abriendo de modo escalonado:

Facebook (desde enero de 2020)

- Página Revista Alma Mater (28 mil 900 seguidores, de ellos 19 mil 800 suscriptores).
- Grupo público Alma Universidad (960 miembros que comparten contenidos con la comunidad de usuarios de la revista).

Instagram (3 mil 760 seguidores, desde enero de 2020)

Telegram (desde febrero de 2020)

- Canal público Canal Revista Alma Mater (3 mil 800 suscriptores).
- Grupos Gente del Alma (185 miembros, diseñado para el debate sobre los temas publicados), Libros AM (143 miembros, pensado

para el intercambio de textos entre usuarios), Preparación PI Español (228 miembros), Preparación PI Historia (324 miembros), Preparación PI Matemática (349 miembros).

- Bot Revista Alma Mater.

WhatsApp (desde marzo de 2020)

- Grupos con resúmenes informativos Alma Mater Flash (Mil 380 miembros).
- Bot de respuestas automatizadas Revista Alma Mater (más de Mil 480 consultas, desde julio de 2020).

Twitter (480 seguidores, desde junio de 2020)

Youtube (940 suscriptores, desde septiembre de 2020)

- En cada una de las redes se publican entre dos y seis contenidos propios del medio, diariamente. Se comparten los contenidos publicados en el sitio web, en más de un formato, en aras de generar tráfico hacia el contenido propiamente periodístico. Se han establecido secciones fijas, propias de cada red. Se emplean las herramientas propias de cada espacio para generar distintas vías de llegada a los contenidos: estados, historias, llamadas a la

acción, encuestas, concursos, forodebates. Se asumen formatos diversos para la presentación de la información: fotogalerías, imágenes con citas, memes, cápsulas y entrevistas en video, podcast y cápsulas en audio.

- Se han implementado las coberturas en tiempo real, que han atendido, en su mayoría, a la evolución de la COVID-19 en Cuba y específicamente su incidencia en las universidades cubanas y lo relacionado al Ministerio de Educación Superior. Se ha dado seguimiento a eventos de manera expresamente en línea, empleando la conectividad (la llegada del crucero británico con pacientes de COVID-19, la aparición del primer sospechoso de la enfermedad en la Cujae) y atendido a la agenda de actualidad de interés social en el país (realización de un dossier multimedia/multiplataformas sobre la telenovela cubana El rostro de los días, con énfasis en el caso de abuso sexual a una menor representado en la teleserie para el que se realizó un forodebate con especialistas en la plataforma Facebook).
- Se han establecido alianzas con Cubadebate (en su portal web y Canal USB, en Telegram), medios universitarios (Horizontes

Blog, de la Universidad Central de Las Villas y Nexos Radio, de la Universidad de la Habana), instituciones (Centro Che Guevara, Centro Oscar Arnulfo Romero, Campaña Evolucionaria, Etecsa, Asociación Hermanos Saiz, entre otras) y actores de influyentes en espacios digitales (May Reguera, fotógrafa; el elenco de la telenovela cubana El rostro de los días y de la serie Lucha contra bandidos, ilustradores, entre otros) para propiciar el intercambio de contenidos y la visibilidad en todas las plataformas sociales.

- Se ha logrado un alcance de hasta más de 60 mil visualizaciones con un contenido único distribuido en los canales existentes. Se han logrado validar los contenidos más leídos en función de incluirlos en la versión impresa de la revista, con una tirada menor y que de este modo quede como una selección de los mejores trabajos, a partir del criterio de los propios lectores.
- La gestión de cada plataforma se realiza por parte de un equipo de trabajo, donde todos sus integrantes tienen acceso a la publicación y gestión del contenido, pero se especializan en un canal en particular y sus características.

6 REVISTA ALMA MATER / AM MULTIMEDIA

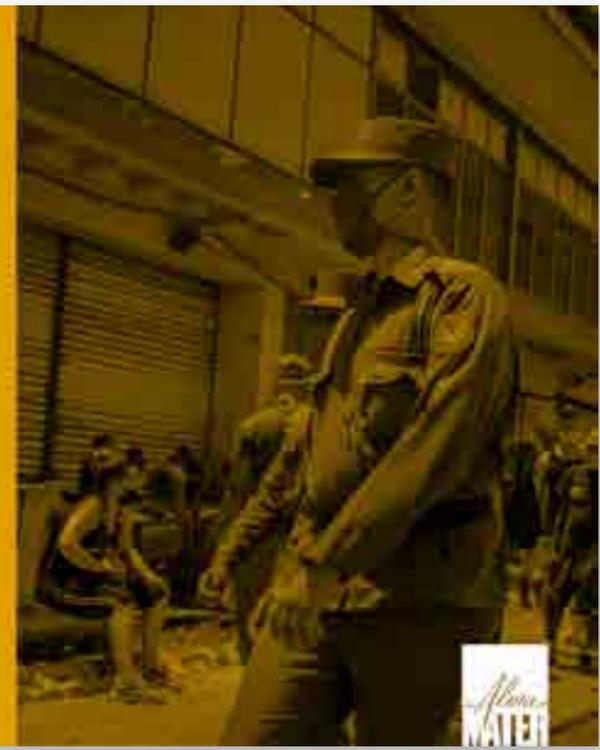


PERFIL EN FACEBOOK DE LA REVISTA ALMA MATER



PLAN DE ENFRENTAMIENTO A ILEGALIDADES

- Han participado 11 instituciones nacionales.
- Objetivo: enfrentar coleros, revendedores, acaparadores y combatir tráfico ilegal de divisas.
- Las FAR participarán de ese plan de enfrentamiento.
- Los grupos de enfrentamiento estarán integrados por representantes de CDR, FMC, CTC, núcleos zonales, PNR, FAR y personal de las tiendas.
- Se conciben 166 acciones concretas de enfrentamiento para 2979 centros o establecimientos comerciales, para eso 361 planes de acción territorial, teniendo en cuenta las diferencias entre municipios y centros.
- Operación con 3054 grupos de enfrentamiento integrados por 22281 personas, que inició el lunes 3 de agosto.



MEDIDAS DE CIMEX PARA COMBATIR COLEROS, REVENDEDORES Y ACAPARADORES

- Queda prohibido en la comercialización minorista:
- Reservar turnos a los clientes, así como mercancías en piso de venta y almacenes.
 - Vender fuera de horario.
 - Divulgar información sobre los productos en almacén y los procedimientos internos de trabajo.
 - Recibir mercancía sin la factura correspondiente; no aplicar las circulares de precio de manera oportuna.
 - Vender artículos con propiedades y garantías en blanco y sin la presentación del carnet de identidad.
 - Compra por trabajadores de productos en las unidades comerciales donde laboran.



INFOGRAFÍAS SOBRE LAS NUEVAS TIENDAS EN MLC

Revista Alma Mater
Publicado por Melina Ayala Gomez
10 de septiembre a las 14:12

El querido y respetado #meteorólogo cubano José Rubiera permanece ingresado en la unidad de Terapia Intensiva del Instituto de Cardiología y Cirugía Cardiovascular de La Habana, donde se recupera tras ser intervenido quirúrgicamente, confirmó a Cubadebate su esposa Yamilys.

El médico de cabecera que lo atiende aseguró que evoluciona de manera satisfactoria y que dentro de poco "se encontrará en la pelea junto a su pueblo para informar sobre los ciclones"

#AlmaMater y toda #Cuba está contigo.



#AlmaMater y toda #Cuba está contigo.



Alma MATER

Me gusta Comentar Compartir

368.123 personas alcanzadas Promoción disponible

Marianela Miranda y 3.8 mil personas más

1,616 veces compartido

Ver comentarios anteriores...

#DíaInternacional #Chocolate #AlmaMater.



Alma MATER

Día Internacional del Chocolate
13 de septiembre

Me gusta Comentar Compartir

67.730 personas alcanzadas Promoción no disponible

Yaimara John Pimienta y 742 personas más

493 veces compartido

#DíaInternacional #Café #GenteDelAlma



Alma MATER

Día Internacional del Café

"La vida es como una taza de café, todo está en cómo la preparas, pero sobre todo en cómo la tomas"

Me gusta Comentar Compartir

125.565 personas alcanzadas Promoción no disponible

Alfredo Merencio Goitzolo y 746 personas más

1,035 veces compartido



La revista joven
más antigua de Cuba