

Un adelantado de la prensa cubana

Acostumbrado a reinventarse una y otra vez durante sus 46 años de historia, *Escambray* figura entre los medios de la isla que experimentan un nuevo modelo de gestión editorial, económica y tecnológica

Gisselle Morales Rodríguez

Por más que se viniera advirtiendo desde hace años la urgencia de renovar los modos de concebir la prensa cubana; por más que se debatiera de congreso en congreso, en todas las reuniones gremiales y hasta en las tertulias de mediodía en los medios, el nuevo modelo de gestión editorial, económica y tecnológica parecía más una ilusión de periodistas románticos que una realidad tangible. “Cuando lo vea lo creo”, rumiaban por los pasillos de *Escambray* no pocos escépticos.

Quizás por esa reticencia ante lo nuevo, casi todos pusimos el grito en el cielo cuando Ricardo Ronquillo Bello, presidente de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC), al hacernos entrega del Premio a la Innovación 2021 del II Festival Nacional Virtual de la Prensa, anunció que el cambio era ya, en cuestión de meses, y que *Escambray* había sido seleccionado entre los 16 medios que se adelantaría al resto, experimentando los cambios necesarios para hacer posible la transformación posterior.

Como “los zapadores de la prensa cubana” calificó al periódico Ronquillo Bello, una definición a la postre premonitoria que ha venido cumpliéndose en cada escollo sorteado durante una carrera de acomodos y reacomodos que ha sido más de resistencia que de velocidad.

Fue entonces que comenzamos a pensarlo en serio, a darle forma concreta a lo que hasta entonces habían sido fabulaciones de redacción. Pensarlo en serio y entre todos, un estilo de trabajo en colectivo que se ha venido consolidando durante décadas y que tiene el sello indiscutible de Juan Antonio Borrego, el alma de *Escambray*, para quien de seguro este experimento hubiese sido uno de sus tantos desvelos quijotescos.

Las dudas se fueron disipando a medida que tomaba cuerpo un proyecto forjado en debates colectivos, en reuniones por departamentos, en entrevistas individuales para conocer qué podía aportar cada uno a los propósitos ulteriores; una estrategia esculpida milimétricamente por Enrique Ojito Linares, el reportero estrella de Bacuino



El suplemento *Es mi barrio*, uno de los productos comunicativos surgidos con el experimento. /Fotos: Alien Fernández

y Premio Nacional de Periodismo José Martí que nos ha enseñado a ponerle ciencia al ajeteo diario, al punto de crear una propuesta metodológica integral para la gestión del órgano que parece salida de la más encumbrada academia.

Aquel esfuerzo sin precedentes puso a todos a pensar en cómo generar ingresos que contribuyeran a mejorar las condiciones de infraestructura, tecnológicas y de estimulación a los trabajadores y, sobre todo, cómo lograr que esa inyección financiera redundara en el perfeccionamiento de la gestión editorial, justo lo que los lectores reclaman con vehemencia.

Lo de generar ingresos se dice fácil, pero fue uno de los principales dolores de cabeza de un colectivo con muy escasa cultura económica, acostumbrado a depender de un presupuesto que nunca había sido holgado y que de buenas a primeras tuvo que armar un departamento con especialistas capacitados para asumir la avalancha de procedimientos contractuales, económicos y contables que sobrevendría luego.

Para cuando se anunció oficialmente el inicio del experimento, el 1 de noviembre de 2023, no se habían disipado del todo los susos y las reticencias, pero puertas adentro ya venía asentándose la idea de que, en lo adelante, el rotativo no sería solo un órgano de prensa, sino una pequeña empresa de comunicación con una muy particular nomenclatura: Unidad Presupuestada con Tratamiento Especial Periódico *Escambray*.

Comenzó entonces un arduo proceso de ensayo-error, de aprendizaje sobre la marcha, que ha puesto a prueba la resiliencia del colectivo en más de una ocasión y ha conminado a cada profesional a desdoblarse.

De ello dan fe los reporteros, que investigan un tema para redactar un comentario, mientras conciben la estrategia de comunicación de una empresa; el equipo de audiovisuales, que graba una emisión del noticiero *VisionEs* y luego edita un video promocional para un nuevo actor económico; o los correctores y editores, que revisan textos de interés de los clientes sin descuidar la calidad de la edición impresa de *Escambray* que circula el sábado.

“La clave ha estado en ser músicos y poetas sin volvernos locos”, resume Yoleisy Pérez Molinet, editora general del órgano, esta nueva etapa de una plataforma que no ha parado de transfigurarse desde el 4 de enero de 1979: del linotipo al ciberespacio, a la era de la convergencia y al ecosistema de las organizaciones mediáticas.

En el proceso de transformación actual ha jugado un rol determinante el Centro Experimental para el Desarrollo de la Comunicación Social (CEDCOS), una especie de entidad coordinadora de la innovación que hoy dispone de una cartera con alrededor de 300 servicios y se ha afianzado como el centro de negocios de *Escambray*.

Pero no son las necesarias mutaciones internas del órgano las que interesan a las audiencias, sino los contenidos que consiga publicar en los más diversos géneros, formatos y soportes, con una hondura analítica y formal a la altura de los tiempos que corren.

En ese empeño por revelar, como dijera el poeta, “las palabras que digan lo de más”, el periódico de los espirituanos ya tiene una historia de décadas que, no obstante sus muchos premios, ha seguido escribiendo a raíz del llamado experimento.

Ahí están, para probarlo, los

productos comunicativos surgidos al calor de las complejas circunstancias que vive la isla, como el suplemento *Es mi barrio*, líder en la integración de los tres ámbitos del Sistema de Comunicación de Cuba: el organizacional, el mediático y el comunitario; o el nacimiento de secciones como *A fondo* o *Gente nuestra*, diseñadas para hacer coincidir en mayor medida las agendas pública y mediática; o el fortalecimiento de la producción audiovisual e infográfica, ámbitos que posicionan a *Escambray* como la multiplataforma que en realidad es.

Para aquilatar en su justa medida los resultados más notables del nuevo modelo de gestión, nadie como Juan Carlos Castellón Véliz, quien se estrenó como director del periódico justo cuando el órgano de prensa desembarcaba en el “experimento” y ha logrado meter en cintura un empeño de semejante magnitud, en el que no siempre los vientos soplaron a favor.

“El impacto ha sido evidente —asegura Castellón Véliz—, porque *Escambray* se ha enrolado en un grupo de proyectos de innovación, tanto editoriales como en el ámbito de la comunicación social, que han significado un paso de avance en lo profesional. Además, en medio de la situación económica que atraviesa el país, el experimento ha permitido autofinanciar en parte nuestros procesos, así como estimular en mayor medida a los trabajadores”.

De ahí que el nuevo modelo de gestión que ensaya *Escambray* siga espolcando las reuniones gremiales y tertulias de mediodía; pero, a un año y dos meses después de que dijera “aquí estoy yo”, ha terminado por convencer a los escépticos.

Escambray

Ofrece servicio de diseño y elaboración:

Estrategias de comunicación



Manual de gestión de la comunicación

Manual de identidad visual corporativa

Manual de ceremonia y protocolo

Estos contactos: 41323003 Adolfo del Castillo No. 10
50936873 41323025 Código Postal: 60 200, Sancti Spiritus periodicoescambray1979@gmail.com

Ejemplo de los más de 300 servicios que ofrece *Escambray*.



El periódico obtuvo el Premio a la Innovación 2021 en el II Festival Nacional Virtual de la Prensa.



Escambray

Órgano Oficial del Comité Provincial del Partido en Sancti Spiritus

Fundado el 4 de enero de 1979

Director: Juan Carlos Castellón Véliz

Editora: Yoleisy Pérez Molinet

Subdirector administrativo: José M. Medina

Diseño: Yanina Wong y José A. Rodríguez

Corrección: Reidel Gallo y Arturo Delgado

E-mail: cip220@cip.enet.cu

Teléf. 41323003, 41323025 y 41323047

Dirección: Adolfo del Castillo No. 10

Código Postal: 60 200. Sancti Spiritus

Impreso en Empresa de Periódicos.

UEB Gráfica Villa Clara. ISSN 9664-1277