

## La representación mediática de la creación cultural cubana: el caso de OnCuba

### The media representation of Cuban cultural creation: the case of OnCuba

**AUTORA:**

MSc. Profesora Yanelis Martínez González

<https://orcid.org/0000-0003-3843-8377>

Departamento de Periodismo-Comunicación Social. Facultad de Comunicación y Letras. Universidad de Holguín. Dirección: Ave. Celia Sánchez # 1, e/ Ave. de los Internacionalistas y Final, Rpto. Hilda Torres, CP 80 100. Holguín, Cuba.

Telf. +53 24 48 1030.

Correo: [yanelis-martinez@uho.edu.cu](mailto:yanelis-martinez@uho.edu.cu)

Redes Sociales: LinkedIn, Facebook

**Resumen:**

La presente investigación propone un acercamiento a la representación de la creación cultural cubana realizada por la publicación estadounidense OnCuba. Para ello se recurre a una metodología predominantemente cualitativa y encuentra su referente teórico en la representación mediática. El objetivo del presente estudio estriba en caracterizar la representación de la creación cultural cubana realizada desde el medio anteriormente mencionado en el periodo comprendido entre diciembre de 2014 y marzo de 2016, atendiendo a lo trascendente del hecho que marca el inicio: el restablecimiento de las relaciones diplomáticas entre Cuba y Estados Unidos y los sucesos posteriores hasta el hecho que cierra el periodo: la visita del presidente Barack Obama a Cuba. La selección de la unidad de análisis responde, entre otros motivos, a la peculiaridad de que de los medios no institucionales que tienen en el centro de sus agendas el tema Cuba es el único acreditado como tal ante la Oficina de Prensa del

**Abstract:**

This research proposes an approach to the representation of Cuban cultural creation made by the American publication OnCuba. To do this, we resort to a predominantly qualitative methodology and find its theoretical reference in media representation. The objective of this study is to characterize the representation of Cuban cultural creation made from the aforementioned medium in the period between December 2014 and March 2016, taking into account the transcendent of the event that marks the beginning: the re-establishment of relationships diplomatic meetings between Cuba and the United States and subsequent events until the end of the period: the visit of President Barack Obama to Cuba. The selection of the unit of analysis responds, among other reasons, to the peculiarity that of the non-institutional media that have the Cuba theme at the center of their agendas, it is the only one accredited as such before the Press Office of the Ministry of Foreign Affairs (Minrex). This approach constitutes an

Ministerio de Relaciones Exteriores (Minrex). Este acercamiento se constituye un estudio exploratorio, dado que en su realización no se encontraron precedentes sobre el presente tópico. Los resultados evidenciaron la existencia de una representación amplia, inclusiva y diversa de la creación cultural cubana, no habitual en los medios tradicionales.

**Palabras clave:** Representación mediática, Cuba, Nuevos Medios Sociales, TRIC, OnCuba

exploratory study, since in its realization no precedents were found on the present topic. The results showed the existence of a broad, inclusive and diverse representation of Cuban cultural creation, not usual in traditional media.

**Keywords:** Media representation, Cuba, New Social Media, TRIC, OnCuba

## 1. Introducción

La emergencia de las nuevas plataformas tecnológicas ha transformado el mapa de medios en Cuba. En la actualidad confluyen medios públicos, mayormente estatales en el interior del país, y otro sistema de medios estatales y privados, anclados fundamentalmente en Estados Unidos u otros radicados en La Habana. A partir de estas características coincidimos con lo planteado por Rosa Miriam Elizalde (2014: 17), al asegurar que en Cuba convergen los Medios de Comunicación Masiva (MCM) y los Nuevos Medios Sociales (NMS). En nuestro caso, debido a las características del medio objeto de análisis, nos centramos en algunas de las características de estos últimos.

Los NMS están interconectados con la Sociedad Informacional, a partir de su percepción como objetos culturales derivados de la interacción con las TRIC (tecnologías + relación + información + comunicación) (Marta-Lazo y Gabela, 2016: 26). La propia Elizalde plantea que son los entornos virtuales que aplican los principios activos de la digitalización, la hipermediación y la interactividad, utilizados por individuos y organizaciones para intervenir en el espacio público común con el fin de intercambiar contenidos (multimedia, noticias, opiniones, contactos, perfiles, eventos) con un enfoque colaborativo, comunicativo, y/o de entretenimiento (Elizalde, 2014:26).

Las investigaciones cubanas en torno al análisis de este tipo de medios aún son incipientes, aunque algunas, como la ya citada (Elizalde, 2014), han trazado determinadas pautas. A ello se suma el creciente interés de los investigadores más jóvenes de las diferentes universidades del país. Aún así se torna complejo encontrar trabajos de autores cubanos que sirvan de referencia y sustento teórico. Igualmente durante la investigación no se encontraron estudios que pudieran considerarse como antecedentes para el caso específico de OnCuba.

La necesidad de estudios como este radica en que es preciso dilucidar, desde una perspectiva científica, la representación que estos medios construyen de la realidad cubana. De ahí que este estudio exploratorio procure establecer un acercamiento a la forma en OnCuba representa a la sociedad cubana, específicamente su creación cultural, ante una audiencia radicada, en buena medida, fuera de Cuba.

Se delimitó como objeto de estudio la representación mediática de la creación cultural cubana

en OnCuba, creación entendida como uno de los cimientos del estado-nación, que existe y funciona más allá de los límites geográficos. Además, es un tema al que le presta gran atención la máxima dirigencia política del país, como lo reflejan los principales encuentros de intelectuales celebrados durante los últimos años: el IX Congreso de la Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC) y el III Congreso de la Asociación Hermanos Saíz (AHS), donde se debatió cuál es la imagen que los medios transmiten de la cultura cubana.

La investigación parte del siguiente problema científico: ¿Qué características discursivas y temáticas caracterizan la representación mediática de la creación cultural cubana en la publicación digital OnCuba entre diciembre de 2014 y marzo de 2016? Se plantea como objetivo general: determinar las características discursivas y temáticas que caracterizan la representación mediática de la creación cultural cubana en la publicación digital OnCuba entre diciembre de 2014 y marzo de 2016. En consonancia se erigió como hipótesis: la representación mediática de la creación cultural cubana en la publicación digital OnCuba, entre diciembre de 2014 y marzo de 2016, se caracteriza por la diversidad de temas y la inclusión de actores sociales no habituales en los medios masivos de comunicación, al tiempo que consideran que los sucesos del 17 de diciembre impactarán de forma considerable la misma.

## 2. Metodología

La elección del tema, del objeto de estudio y de la muestra analizada no es casual. La selección del medio tiene que ver con sus características, el acercamiento a temas a veces excluidos o poco tratados en las agendas mediáticas de los medios de comunicación tradicionales. Además, al ser una publicación norteamericana con una corresponsalía permanente en La Habana, acreditada como tal ante el gobierno de la República de Cuba, su esencia editorial no es la subversión. Propone una mirada más desenfadada a la sociedad cubana. Es un discurso que conecta al cubano de la diáspora con el de acá, un puente entre la nación y su emigración, entendidas ambas como un todo único, indisoluble y complejo. Al mismo tiempo, extiende su alcance e influencia a otros lectores potenciales que no son cubanos, interesados en acercarse a la realidad de la nación caribeña.

La elección del marco temporal está condicionada por dos sucesos históricos estrechamente relacionados e interdependientes. El reinicio de las relaciones diplomáticas entre los gobiernos de Cuba y EE.UU., el 17 de diciembre de 2014 (inicio), y la visita oficial de Barack Obama a Cuba del 20 al 23 de marzo de 2016 (cierre del periodo), debido a que marcan un antes y un después en las relaciones bilaterales entre los gobiernos de Washington y La Habana. Tal suceso supuso para algunos un relanzamiento de la creación cultural cubana, debido a la visita de coleccionistas o marchantes estadounidenses a la Isla.

La población de trabajos periodísticos del periodo es de 379 textos. A los efectos de la investigación se analizaron los correspondientes a los autores menores de 35 años con más de cinco textos publicados. La muestra elaborada de manera intencional excluyó a los que aparecen bajo el crédito OnCuba, considerados editoriales. Si bien estos textos podrían ofrecer la postura institucional del medio, la exclusión se debió a que la investigación tiene especial interés en conocer la forma en que los cubanos más jóvenes, en este caso periodistas, conciben la creación cultural de su país, criterios que se evidencian desde la selección del tema, el enfoque e incluso la repercusión que le ofrecen al contexto sociopolítico que delimita la etapa de estudio.

De esta forma la muestra quedó conformada por 119 trabajos.

En el proceso investigativo se realizaron entrevistas: a José Jasán Nieves, editor jefe en el período analizado y a Mónica Rivero, editora jefa en la actualidad, para conocer la visión del medio sobre la creación cultural cubana, así como los intereses editoriales para representar dicho tópico y los criterios de selección para la publicación de un trabajo.

Para el análisis de contenido se elaboró una guía con el fin de identificar qué actores sociales, escenarios, fenómenos, sucesos y temas de la creación cultural cubana se representan en OnCuba. Primeramente las de tipo formal: género, temática, tipo de titular. Los datos cognitivos se analizaron a partir del análisis de construcciones y expresiones incluidas en los textos:

- Nombre: referido a la palabra o frase nominal con que se designa el objeto. La variedad de dichos nombres definirá, en general, los límites del campo de representación.
- Atributos: referido al conjunto de rasgos atribuidos o atribuibles al objeto y que formalmente se pueden identificar en la forma de adjetivos o frases que cumplen una función adjetiva.
- Definición: En estrecha relación con los atributos, la definición se ocupa de sintetizar en un concepto un conjunto de atributos que implican una cualificación y clasificación del objeto.
- Actitudes: Se refiere, en este estudio, a una disposición afectiva o expresión de emociones y sentimientos, positivos o no, respecto al objeto.

Otros aspectos de tipo discursivo fueron: referencias o alusión al 17 de diciembre de 2014 o al proceso iniciado ese día, impacto para la creación cultural cubana de dicho acontecimiento.

### 2.1. Breve acercamiento teórico a la representación mediática

Si bien la teoría de las representaciones sociales constituye el punto de partida para el estudio de la representación mediática, se hace necesario también el análisis de enfoques más cercanos a los medios de comunicación. Manuel Martín Serrano hace alusión en su teoría social de la comunicación a las representaciones mediáticas. Según este autor puede afirmarse que tanto la comunicación producida en la interacción privada como en la pública están estrechamente relacionadas con los cambios producidos en el entorno y la transformación de las representaciones del mundo. Por ello coincidimos con el autor en lo referido al rol de los medios en las representaciones:

Las representaciones del mundo, como las prácticas sociales de las personas, son el resultado de conflictos subjetivos y objetivos, individuales y colectivos, que se suscitan entre las necesidades y los valores, entre los deseos y las limitaciones. La comunicación institucional, con otras fuentes de información no menos influyentes, puede activar esos conflictos; también puede esforzarse en canalizar el desenlace hacia un estado de conciencia o hacia una actuación inducidos por el Relator (Martín, 1986:114).

A diferencia de los presupuestos de Serge Moscovici (1989) y sus continuadores, Martín Serrano se interesa más por la condición mediadora en que actúan las representaciones que en los aspectos cognitivos de la misma. Para analizar este fenómeno son tres las perspectivas propuestas por este estudioso de la comunicación, pero es la tercera: a nivel de los productos comunicativos, la que más se acerca al presente estudio, pues se pretende ahondar en un fenómeno social a través de la representación mediática que sobre el mismo se ha realizado.

Sary Calonge en su teoría de la representación mediática establece que es “la manera en que los medios de comunicación social transmiten ciertos contenidos de interés colectivo, contenidos que se incorporan ulteriormente al discurso social y a la memoria de los individuos” (en Tablante, 2005:148).

Calonge parte de las representaciones sociales para dar cuerpo a una teoría y método. Para caracterizar las representaciones mediáticas la autora propone dos dimensiones de análisis: la pragmática y la cognitiva. La primera agrupa los trazos relativos al actuar del individuo en vinculación con el medio de comunicación, mientras en la cognitiva se detiene en los elementos del orden socio-cognitivo de la representación (2006:78).

A su vez determina en la dimensión pragmática una serie de categorías. En este caso resulta interesante su opinión sobre el discurso mediático, cuando llega a corroborar que, una vez aludido el objeto social mediante el discurso mediático, la construcción de este primero es una tarea social. Por su parte, la dimensión cognitiva de la representación mediática se constituye por los rasgos cognitivos generales, rasgos cognitivos específicos y las formas de conocimiento social y mediática.

Los rasgos cognitivos generales son los dos procesos formadores de las representaciones sociales: la objetivación (tiende hacia la concretización del pensamiento social para volverlo vivaz y eficaz en la vida cotidiana, para facilitar la comunicación) y el anclaje (corresponde a la significación de los contenidos de la representación, ese sentido nos informa sobre las raíces del pensamiento social).

Los productos mediáticos y las representaciones que estos construyen influyen en la reconstrucción de las representaciones sociales de las audiencias. Al mismo tiempo introducen nuevos elementos que influyen en dicha transformación.

Por consiguiente se puede afirmar que determinadas representaciones mediáticas de la realidad social participan tanto en la objetivación como en el anclaje. “En el anclaje, pues los media aportarían una determinada propuesta de categorización de la realidad social; en la objetivación, porque el discurso mediático sería escenario de concretización de ciertas realidades (sobre todo aquellas más lejanas o inasibles), y de traducción de conceptos en imágenes” (Bacallao, 2010:3). Tales fenómenos se relacionan con los postulados de la Agenda-Setting.

Se suma como rasgo característico la cognición polifacética, que señala la diversidad de opiniones sobre un mismo objeto, lo mismo entre diferentes medios, al interior del propio medio e incluso dentro de un producto comunicativo. Pese a existir multiplicidad de enfoques sobre la representación que emiten los medios, la teoría de la representación mediática, de Sary Calonge, es un soporte básico de la investigación, pues a partir del análisis de contenido y otros recursos metodológicos se podrá interpretar la imagen que a través de la representación mediática se ha construido de la creación cultural cubana.

No se puede perder de vista que para el análisis de esta representación es preciso tener en cuenta que la misma se produce en el contexto de los NMS o del ciberperiodismo, como también se le denomina. Tal es así que llega a considerarse como “una herramienta prometedora

capaz de fomentar la comunicación interactiva transnacional y el empoderamiento de actores e incipientes movimientos locales de base" (Schulz, 2014: 172). La comunicación se internacionaliza, lo que "afecta en la actualidad a los límites culturales del mundo" (Fernández, 2002: s/p).

Se produce un flujo de comunicación transnacional, acompañado por el intercambio cultural, aspectos que han tenido varios análisis, desde los que van al surgimiento de identidades globalizadas, más plurales y diversas (Hall, s/a Fernández, 2002: s/p) hasta los que llegan a plantear que este tipo de comunicación coloca las mentes a la merced de las industrias culturales (Schiller, 1996 en Fernández, 2002: s/p). Incluso no falta quien asegura que la sociedad actual no puede considerarse como la de la comunicación transnacional, sino como la de múltiples espacios de comunicación (Moragas, 1986 en Fernández, 2002: s/p). Independientemente de las posturas asumidas, la comunicación ha sufrido cambios. Al respecto Ramón Zallo asegura que el ciberespacio dialógico, como nuevo espacio social y público insertado, añade agendas múltiples a los mass media. Esa interacción social reestructura el flujo informacional al punto que el otrora receptor pasivo puede llegar a proponer e imponer su agenda (2016: 82).

Quizás esa sea una de las principales transformaciones: un actor pasivo, llamado incluso prosumer, fruto de la regla de oro de esta nueva etapa comunicacional: la interactividad. Ahora se cuenta con un mayor número de fuentes y brinda la posibilidad de estar en relación directa con los públicos. Este tipo de periodismo debe "tender a reflejar la realidad", pero sin conformarse con representar una "realidad viciada o sin interés para el público" (Rodríguez, 2008:71).

La construcción del mensaje, unido a sus formas de transmisión y jerarquización (archivos, comentarios, multimedia), harán de los *posts*<sup>(1)</sup> publicados en cualquier cibermedio una vía para construir y sostener el orden de la cibernsiedad. Uno de los cambios sustanciales es el operado en el discurso periodístico, mediado por la inclusión del hipertexto. Son algunos de estos aspectos los que llevan a hablar de un nuevo lenguaje periodístico, virtual, necesario también para representar la cultura desde los medios. "Los elementos con los que usualmente se construía el sentido (lingüístico, para-lingüístico y supra-lingüístico) ahora se abordan desde el metalenguaje del hipertexto" (Rodríguez, 2008:72).

A ello se une otra serie de elementos dirigidos a conservar la atención de los usuarios. Entre ellos destacan la tendencia a acortar los textos desde un estilo claro, conciso; a lo que se une la utilización de títulos informativos y la fragmentación del contenido periodístico a través de recursos gráficos, sugerencias de lectura, archivos de sonido, entre otros. Del mismo modo se alude a nuevos géneros periodísticos. Ramón Salavarría hace referencia a la infografía interactiva, los reportajes multimedia, los nuevos formatos de noticia, la entrevista digital, que permite la intervención incluso en tiempo real de los lectores y los foros, entre otras novedades (Salavarría en Martín, 2005: 29).

Estas transformaciones en el modo de concebir, construir y difundir la información, unido a las disímiles maneras para consumirla suponen nuevas maneras de los usuarios interactuar con el medio y en la medida de que cada actor social lo asuma de manera activa se podrá hablar entonces de la existencia real de un prosumer que propicia la interacción con los medios y la producción de nuevos contenidos.

## 2.2. OnCuba, maneras diferentes de representar a Cuba

OnCuba, a decir de sus gestores, es la marca que distingue una plataforma de comunicación multimedia sobre Cuba, perteneciente a la empresa norteamericana Fuego Enterprises Inc. (OTCUS: FUGI), radicada en Miami. Según Hugo Cancio, emprendedor cubanoamericano, CEO de la empresa y fundador de la publicación digital, OnCuba "trabaja para construir puentes de información, respeto y compromiso con nuestro país y con nuestra cultura" (OnCuba, 2016a).

Dentro de esta marca se publican las revistas impresas OnCuba y ArtOnCuba, con frecuencia bimestral y trimestral respectivamente, así como una revista trimestral digital: OnCuba Real Estate y una revista digital en la web con actualización diaria, objeto de la presente investigación: [www.oncubamagazine.com](http://www.oncubamagazine.com)<sup>(2)</sup>. Ofrece, además, servicios de viajes norteamericanos a la Isla a través de la división OnCuba Travel.

Desde una corresponsalía permanente en La Habana, acreditada ante el Centro de Prensa Internacional del Ministerio de Relaciones Exteriores de Cuba, se edita OnCuba en su versión digital.

Este medio fue creado en marzo de 2012 con la intención de "reunir el talento de todos aquellos que quieren dar una visión de Cuba inquietante, polémica, bien argumentada y a la vez ágil, fresca y joven", según asegura en un editorial. Más adelante agrega: "este principio aplica tanto para volver asequibles temas complejos, como para ampliar el horizonte de lo que merece ser publicado y leído". Según sus gestores a OnCuba en la web la distinguen la actualización diaria a través de un soporte interactivo que permite conocer los detalles de la realidad cubana dentro y fuera del país, contenidos con los que interactúan más de un millón de personas (OnCuba, 2016a).

Entre sus columnistas se encuentran prestigiosos académicos, artistas, científicos, escritores y especialistas como el Dr. José Rubiera, Arturo Arango, Jesús Adonis Martínez, Eduardo del Llano, Marilyn Bobes, entre otros. Su colectivo editorial asegura que su principal interés es mantener un estilo editorial que evite las discusiones y polarizaciones políticas, centrada en contar la realidad cubana desde los cubanos que la construyen, que muestre la pluralidad, la diversidad y la complejidad de la vida cubana desde una visión transnacional de la sociedad cubana (OnCuba, 2016a).

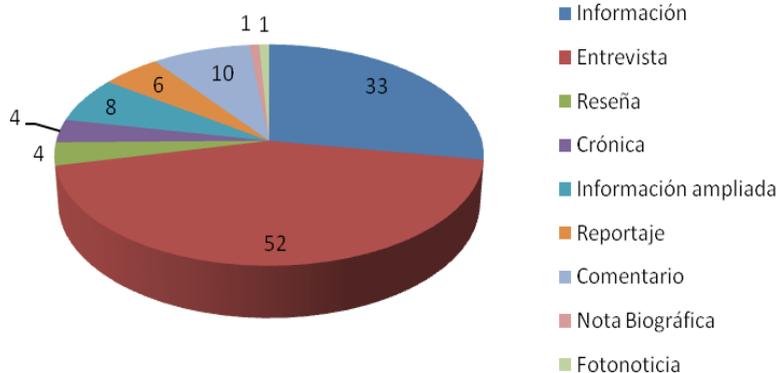
## 3. Resultados. La cultura cubana y la cruzada ideológica.

La publicación de los trabajos en OnCuba no responden a una estricta política informativa, como la mayoría de los medios convencionales, sino "a criterios abiertos, flexibles, inclusivos, mediados por la actualidad noticiosa, la relevancia del tema pero también por las historias personales o la trascendencia de los procesos abordados", según refiere Mónica Rivero, editora jefa de la publicación. Con esta perspectiva coincide lo asegurado por José Jasán Nieves, editor en la etapa analizada, al referirse al criterio de publicación a los trabajos recibidos: "interés de la audiencia potencial (diáspora cubana) y si aportan algo al fortalecimiento de los lazos entre Cuba con los Estados Unidos (en el espíritu del intercambio cultural verdadero)".

Como parte del análisis en los aspectos formales se evidenció un balance genérico favorable,

con predominio de la entrevista (52), destacándose las de personalidad, no solo a figuras reconocidas en dicho ámbito, sino también a jóvenes que comienzan a destacarse, o que presentan una propuesta artística atractiva. (Gráfico 1)

**Gráfico 1: Utilización de los géneros periodísticos en la sección Cultura de OnCuba.**

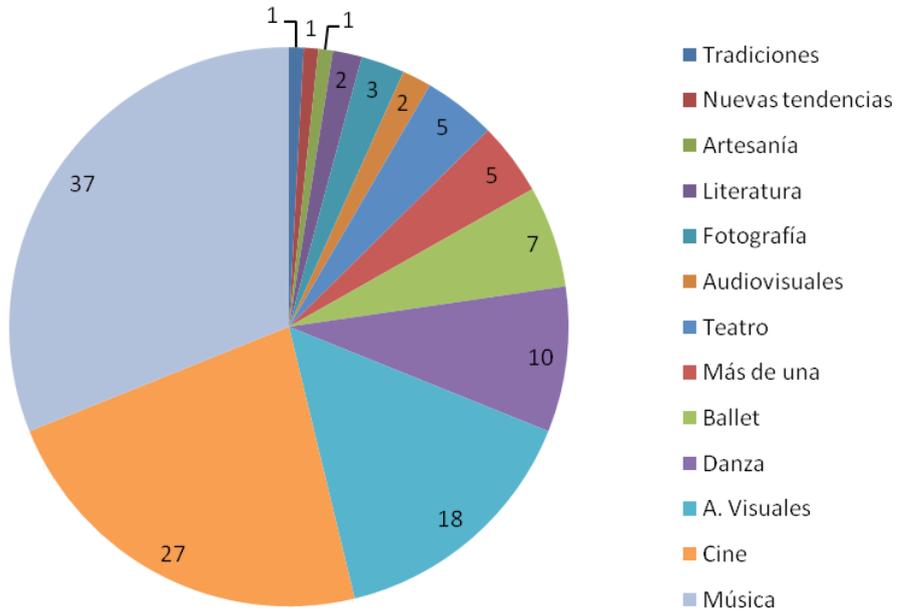


Fuente: elaboración propia

Con ello se logra un acercamiento a los receptores que descubren nuevos actores, fenómenos y valores que podrían llegar a convertirse en noticia u objeto de interés. Sería, desde el punto de vista de los valores/noticia, el valor humano y el de cercanía. Resulta significativo que en las entrevistas, además de interesarse por la faceta creativa, se busque la opinión del entrevistado respecto a determinados procesos o sucesos de su realidad individual y social. Al indagar sobre este enfoque con la editora web, esta aseguró que dan “cobertura lo mismo a los artistas consagrados que a los emergentes; y buscamos representarlos en su complejidad, saber más que el nombre de su próximo disco o su última película”.

A la entrevista le sigue la información (33). No la información fría, de estructura y discurso convencional, sino que trasciende la mera narración de lo sucedido, ofrece detalles. El periodista inicia la presentación de un tema, que luego trabaja desde géneros de mayor amplitud y profundidad. Se apreció un marcado interés por los tópicos que delinean el país más allá de lo artístico y lo literario, que trasciendan las Bellas Letras y Bellas Artes. La música fue la más representada (37), seguida por el cine (27) y las artes visuales (18) (gráfico 2).

**Gráfico 2: Representación de las temáticas culturales en la sección Cultura de OnCuba**



Fuente: elaboración propia

Las referencias a esas ramas o manifestaciones del arte tienen que ver con propuestas estéticas de jóvenes que se insertan con fuerza en el panorama creativo de la Isla, y cuyas miradas son más acuciantes y críticas, por tanto, menos complacientes, respecto a la sociedad cubana que emplazan. Las inquietudes que los movilizan están estrechamente ligadas con la realidad compleja y contradictoria que les ha tocado vivir y se convierten en temas recurrentes desde diversos enfoques en su creación cultural.

Las tradiciones populares, la historia local y los elementos identitarios de las diferentes regiones del país también encuentran espacio para la representación, pero en menor medida, lo que sin dudas limita un componente tan importante como las expresiones raigales; lo que entra en contradicción con lo planteado por la jefa editorial: “entendemos la cultura más allá de la cultura artística. Por eso nos interesan también los procesos de la cultura, los hábitos, las tradiciones, la vida cotidiana”

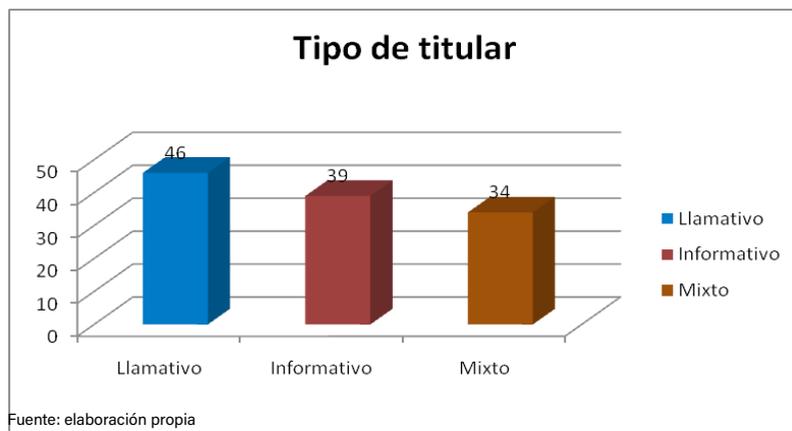
Igualmente se incluyen manifestaciones que se ubican en el segundo y tercer campo que Pierre Bourdieu señala dentro de la cultura, como son la fotografía, la artesanía, la música popular y tradicional, la sonoridad urbana, el jazz afrocubano y latino, el flamenco. Otras tendencias creativas, más contemporáneas y experimentales, al caso las instalaciones dentro de las artes visuales, los bailes y ritmos de moda y las nuevas tendencias de la danza contemporánea, también resultan objeto de interés para los periodistas de OnCuba. Otras de las expresiones

representadas son los avances y tendencias tecnológicas que influyen de forma directa en la sociedad cubana contemporánea. Para su estudio la autora los ha denominado nuevas tendencias. Entre ellas se encuentran la influencia de los videojuegos y el denominado Paquete semanal en el Sistema Social (SS) cubano.

En cuanto a la relación entre el contenido de los trabajos periodísticos y su vínculo con la temática analizada se puede asegurar que el tratamiento del tópico es directo, pues es el enfoque que prevalece desde diferentes aristas, ya sea desde los propios actores sociales que la conforman o a partir de fenómenos, procesos y sucesos sociales que se producen al interior del sistema. Suelen ser los actores quienes hablan de sí, de su creación artística y del medio o contexto social en el que se desarrollan. Se presentan como actores activos de los diferentes acontecimientos que se producen al interior del SS. Incluso en los trabajos donde el periodista lleva el hilo del suceso, emergen constantemente esos actores, protagonistas reales de la historia que se narra. De ahí que se pueda concluir que OnCuba representa mediáticamente la cultura cubana de forma directa.

Otro de los aspectos de tipo formal que no debe pasarse por alto es la utilización de los titulares a partir del rol que estos desempeñan para captar la atención de los lectores. El análisis arrojó que los titulares más utilizados son los llamativos (gráfico 3), que si bien en algunos casos pueden atraer al usuario, también es cierto que varios manuales de redacción para la web o de ciberperiodismo aconsejen el empleo de titulares informativos de clara redacción que faciliten la comprensión y no exija del lector reflexiones y tiempo para comprender la esencia del titular.

**Gráfico 3: Empleo de los titulares en la representación de la cultura cubana en OnCuba**



Dentro de la construcción discursiva se analizaron situaciones, posturas o sucesos ante los cuales los diferentes actores sociales que participan en la construcción del sistema adoptan determinadas posturas. Algunas de las acciones no culturales se producen en un marco exterior al SS, en el entorno inmediato y que repercuten en él. Es el caso de la fecha que inicia el periodo de análisis: el 17 de diciembre de 2014 (17D), día en que se restablecieron las relaciones diplomáticas entre los gobiernos de Cuba y los Estados Unidos.

Resulta recurrente la utilización por parte de los autores del vocablo "deshielo", para referirse al proceso iniciado mucho antes pero hecho realidad el 17D. Si se tomara textualmente a partir de su significado como transformación del hielo en agua y la distensión en las relaciones entre personas o países podríamos afirmar que se construye una suerte de metáfora que expresa la relajación de la tensión y el inicio de un periodo más favorable, entendiéndose el hielo como estancamiento y el agua resultante de su descongelación como fluidez, desarrollo.

A partir de la contextualización de este vocablo se derivan algunos sintagmas que replantean las relaciones entre Cuba y Estados Unidos. Se convierte en la descripción más recurrente de importantes sucesos de la creación cultural cubana, como la "Bienal del deshielo" o "Festival del deshielo"; para referirse a la Bienal de La Habana y al Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano, respectivamente, lo que deviene en un atisbo de la importancia concedida y la repercusión del hecho en el ámbito cultural.

En la categoría Nombre resulta interesante que más que formas de referirse a la creación cultural se encuentran alusiones al 17D que evidencian un punto de giro al referirse a EE.UU. y su gobierno. El vínculo entre nosotros y los otros es el marco de representación dado que se analiza la relación entre las partes desde los medios de uno de ellos. Destacan las expresiones que continúan percibiendo distanciamiento: ("país del Norte", "el lado de allá", "los vecinos"); al tiempo que se suman otras que más que al país describen al proceso, incluso con aires de asombro o de incredulidad sobre el mantenimiento del diálogo: ("lo que está sucediendo entre Cuba y EE.UU es increíble", "el momento de reconciliación que viven Cuba y Estados Unidos", "deshielo de las relaciones diplomáticas entre los dos lados del Estrecho de la Florida", "a ver cuánto dura...").

Es notable la forma en que los trabajos periodísticos convierten los sucesos políticos en el centro, al punto de que los procesos creativos, artísticos, culturales se coloquen en función del primero. Se identifican actitudes que aseguran que Cuba, la creación cultural, la obra de los artistas cubanos adquirió mayor visibilidad, mayor atención en la esfera mediática internacional tras el 17D. Se encuentran frases como "hoy hay un Boom con Cuba" o "venir a Cuba es moda y La Habana trending topic, "en menos de una semana han pasado por aquí desde el gran Mick Jagger hasta el campeón Floyd Mayweather Jr".

Además, se emplean con frecuencia sintagmas como "nuevo escenario" o "nuevo panorama". Destacan las actitudes asumidas, sobre todo por los propios creadores, sobre la repercusión del 17D para la distribución y comercialización del arte, al percibirlo como una oportunidad: ("futuro promisorio del arte cubano", "la irrupción del arte cubano en el mercado", "valor del arte cubano después del deshielo", "tras el 17D el arte cubano ha regresado a los ojos del mundo"). Con estas expresiones podría pensarse que el arte y la cultura cubana estaban ausentes del panorama internacional en la etapa precedente, lo cual no es cierto. A estas se suman otras actitudes de los artistas que perciben los sucesos como una posibilidad de intercambio, crecimiento y enriquecimiento de nuestra cultura: ("todo esto se resume en riqueza para nuestro país y nuestra cultura", "la voluntad de mejorar las relaciones, manifiestas por ambos gobiernos, tendrá sin dudas repercusiones en la cultura", "clima de diálogo y apertura").

También se identificaron actitudes, en este caso de artistas o comerciantes estadounidenses

ses, referidas a la calidad artística ante la presencia de los coleccionistas: (“antes de que los americanos tomen la ciudad” o “lo que yo no quiero es que los artistas hagan obras malas por el dinero, porque aquí va a venir mucha gente y van a vender”). Sin embargo, son varios los criterios que aseguran que la identidad y la cultura nacional permanecerán inalteradas en su esencia primigenia, aun cuando la oleada de visitantes de esa nacionalidad vaya en aumento. En cuanto a las maneras de definir el sistema es recurrente que los creadores refieran desde su especialidad una suerte de conceptualización que puede extenderse a la creación cultural. Resulta recurrente la concepción del arte y de la cultura cubana, de forma general, como un acto de provocación social, pues no solo persigue la creación en su sentido más amplio, sino que también busca la reflexión sobre situaciones cotidianas: (“el ballet no es una profesión, sino un estilo de vida”).

Los actores representados se diversifican y amplían. Ciertamente los artistas cubanos encuentran espacio para que su creación sea representada. Al mismo tiempo se incluyen voces desconocidas dentro del país, fundamentalmente por encontrarse radicados en el exterior (Susana Pérez, Tanya, Omi, entre otros). Hallan en OnCuba el espacio para dirigirse a su público base, el que reconoce su talento y su condición de cubano. Se estructura una representación mediática mucho más amplia y diversificada de la creación cultural de la sociedad cubana actual. Tal postura permite referirse a la existencia de una cultura cubana cosmopolita, globalizada, que fusiona armónicamente los componentes generados dentro de los límites geográficos con los gestados desde la diáspora. Logra así uno de los fines declarados por la publicación: convertirse en puente entre los cubanos de aquí y los de allá

La identificación de lo cubano más allá de las fronteras expone uno de los atributos presentes en la creación cultural. En la mayoría de los casos dicha identidad tiene una marcada presencia en los actores que se encuentran fuera del país: (“soy cubano y moriré siéndolo aunque tenga otras ciudadanías o viva en otro país”, “yo soy cubana, es como un virus que no se quita, y tengo un irremediable amor crónico por Cuba”, “haber nacido en Cuba es parte de mi identidad, no una etiqueta (...) Cuba es mi hogar porque es donde está mi gente”).

Para los que permanecen dentro de los límites geográficos los atributos referidos a la identidad emergen sin esperarlo porque está latente en cada acción social. Dentro del proceso de continuidad y ruptura, de preservación cambiante de lo que nos identifica se enfatiza en la necesidad de mirar al pasado para de allí tomar los elementos necesarios en el presente y que pueden guiar el futuro: (“es algo que tienes tatuado no en la piel, en el corazón, en el cerebro. Es algo que aunque quieras no te lo puedes quitar”, “siempre que uno se mire adentro y busque atrás, podrá entonces mirar para adelante”).

#### 4. Discusión y Conclusiones

Se puede afirmar que la representación mediática de la creación cultural cubana se conforma desde una variedad temática que supera la manejada por los MCM y trasciende el mero carácter informativo y narrativo, pues incluye un adecuado seguimiento a través de criterios valorativos y juicios de opinión.

Tal variedad temática posibilita la visualización no solo de la cultura consagrada, sino también de otros componentes no incluidos en ese estrecho rango, de forma que se representan ma-

nifestaciones no habituales ni reconocidas junto a disímiles actores involucrados, tanto los de mayor reconocimiento, internacional y nacional, como los más noveles. No obstante, no se puede obviar que en el periodo analizado, existen manifestaciones que aun demandan un mayor seguimiento por este SC.

Otro aspecto relevante del análisis es la repercusión que ha tenido, o se supone tendrá, para la creación cultural cubana el 17D. Se produce una contraposición de criterios, pues mientras algunos aseguran que el 17D ha devenido en una suerte de redescubrimiento de la cultura cubana, al punto de asegurar que será invadida por los cánones socio-culturales norteamericanos, otros sostienen que la cultura cubana, pese a recibir ese influjo, continuará incólume en su esencia, pero abierta a la retroalimentación, como parte de ese conocido proceso de transculturación que nos ha definido como estado nación y pueblo.

A esto se une que esta fecha marcó un punto de inflexión en el discurso periodístico relativo a las relaciones entre Cuba y EE.UU., condicionado en el caso de OnCuba, por la recurrencia de sintagmas que aducen el final del diferendo diplomático entre los dos países y el cambio de la retórica informativa y noticiosa.

En lo referido a la identidad como elemento distintivo se aprecia la emergencia de una identidad que trasciende los límites geográficos insulares. Esta condición supera a su vez las discrepancias o fracturas históricas de naturaleza política. La cultura se erige como puente que enlaza a los cubanos radicados en el país con los que se encuentran en la diáspora. El hecho de ser cubano y los aspectos que conforman tal condición prevalecen por encima de las posturas o criterios políticos.

Aunque la representación mediática de la cultura cubana que propone OnCuba es más abarcadora, flexible e inclusiva que la de los MCM, también se debe señalar que podrían explotar con mayor eficacia los recursos mencionados con anterioridad referidos a las características del periodismo desde una ciberredacción. Si bien las galerías de fotos (incluso el foto-reportaje), y los videos como soporte mediante enlaces a YouTube, en algunos casos es deficitario o insuficiente el empleo de los recursos infográficos y de los hipertextos, además de que no cuentan con un canal para la difusión de archivos de voz. Un aspecto positivo es que cuando se apoyan en estos componentes del lenguaje digital o hipermedia, el lector es direccionado a otros trabajos del medio OnCuba, con lo cual evitan la remisión a una tercera fuente. De esta forma el usuario se mantiene dentro de la plataforma y evitan su pérdida.

La representación mediática de la creación cultural cubana en la publicación norteamericana OnCuba se caracteriza por la amplificación de los fenómenos estéticos asociados al cambio, que superan lo artístico para acercarse a la esfera de lo social.

## 5. Referencias bibliográficas

Bacallao, L.M. (2010). Representaciones mediáticas de las redes sociales: un estudio de casos. en Revista Latina de Comunicación Social, 65, páginas 114 a 125. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. Disponible en [http://www.revistalatinacs.org/10/art/887\\_UZaragoza/09\\_Lazaro\\_Bacallao.html](http://www.revistalatinacs.org/10/art/887_UZaragoza/09_Lazaro_Bacallao.html). DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-887-114-125.

Calonge, S. (2006) La representación mediática: teoría y método. (Documento en PDF). Disponible en <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psie/n23/v23a05.pdf>.

Castells, M. (1997). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Volumen 1, La sociedad red. Madrid: Alianza Editorial

Elizalde, R. M. (2014). El consenso de lo posible. Principios para una política de comunicación social desde la perspectiva de los periodistas cubanos. La Habana: Upec. (Resumen de la tesis doctoral en Ciencias de la Comunicación homónima, versión en formato digital)

Fernández, S. (2002). La globalización de la comunicación. Ámbitos, núm. 8, 2001-2002, Universidad de Sevilla, Sevilla, España. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/168/16800808.pdf>.

Hall, S, (s/a). The Question of Cultural Identity. En Fernández, S. (2002). La globalización de la comunicación. Ámbitos, núm. 8, 2001-2002, Universidad de Sevilla, Sevilla, España. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/168/16800808.pdf>.

Marta-Lazo, C. y Gabelas, J.A. (2016). Comunicación digital. Un modelo basado en el factor R-elacional. Barcelona: Editorial UOC.

Martín Herrera, I. (2005). Ciber redacción periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, diciembre, número 092, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito, Ecuador, pp. 24-29.

Martín-Barbero, J. (2002). La educación desde la comunicación. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Moragas, M. (1986). Sociología de la comunicación de masas. En Fernández, S. (2002). La globalización de la comunicación. Ámbitos, núm. 8, 2001-2002, Universidad de Sevilla, Sevilla, España. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/168/16800808.pdf>.

Redacción OnCuba. (2012). Trabajar con nosotros. Disponible en [www.oncubamagazine.com](http://www.oncubamagazine.com)

Rodríguez, J. (2008). Periodismo cultural y medios electrónicos: Sofisticados galimatías hacia una praxis renovadora. Punto Cero, Año 13, No. 16, 1er Semestre. Pp. 67-77. Disponible en [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762008000100008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762008000100008&script=sci_arttext).

Schiller, H. (1996). Information Inequality: The Deepening Social Crisis in America. En Fernández, S. (2002). La globalización de la comunicación. Ámbitos, núm. 8, 2001-2002, Universidad de Sevilla, Sevilla, España. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/168/16800808.pdf>.

Schulz, M. S (2014). Nuevos medios de comunicación y movilización transnacional: el caso del Movimiento Zapatista. Perfiles Latinoamericanos, No. 44. Julio-diciembre, pp.: 171-194.

Scolari, C. A. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Gedisa.

Tablante, L. (2005). Representaciones sociales, medios y representaciones mediáticas. (Documento en PDF). Disponible en <http://saber.ucab.edu.ve/handle/123456789/28266>.

Zallo, R. (2016). Tendencias en Comunicación: cultura digital y poder. Barcelona: Editorial Gedisa.

#### **NOTAS:**

(1) El anglicismo post designa un artículo individual publicado en un blog o cualquier otro medio digital.

(2) Debe señalarse que desde el 1 de octubre de 2018 la publicación cambió su perfil de revista a uno más cercano al diario, donde prima lo informativo, por lo que pasa a denominarse OnCuba News ([www.oncubanews.com](http://www.oncubanews.com))

#### **CURRICULUM VITAE. Yanelis Martínez González.**

Licenciada en Periodismo. Máster en Ciencias Sociales y Pensamiento Martiano. Profesora de la Carrera de Periodismo en la Universidad de Holguín, Cuba. Ha obtenido varios premios, entre ellos el de Investigación en el Congreso de Pensamiento Memoria Nuestra, 2017. Publicó el artículo De las TIC a las TRIC. Una nueva realidad socio-comunicacional en Cuba, en la revista [index.comunicación](http://index.comunicacion). Disponible en <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/319>. Fue aceptada en el Doctorado de Antropología y Comunicación de la URV, en Tarragona.