



Infoutopía: poner en cubano el periodismo digital en Cuba

MILENA RECIO SILVA :: 29/11/2012

Que cada persona, como sujeto social, sea portadora de una suerte de civismo informacional, y esté comprometida con la creación

Los organizadores de esta III Jornada de Cultura Cubana en medios digitales, me hacen un gran regalo al invitarme a este encuentro y obligarme así a sistematizar algunas ideas acerca de la hora actual del periodismo digital en Cuba.

Necesito comenzar recordando el panorama de hace más de quince años, cuando se estrenaron en servidores ubicados en Canadá las primeras páginas construidas en html, muy artesanalmente, anidando tablas y escribiendo uno a uno vínculos <href>.

Iniciaba Cuba sus andares en Internet y nuestros profesionales del periodismo a conocer muy de a poquito las aplicaciones más importantes de la red de redes: el e-mail, el chat, el ftp y la web.

Aparecían en las redacciones, sobre todo en los medios de prensa nacionales, las primeras computadoras con interfaces gráficas y editores WYSWYG; las máquinas de escribir iban quedando en los rincones menos concurridos del salón.

Grandes descubrimientos marcaron a personas que vivieron de manera casi épica aquellos años de innovación y renovación. Hoy podemos pensar en ellos como fundadores de unas formas profesionales a las que, al parecer, desgraciadamente, no hemos querido celebrarle cumpleaños.

Cuando los ejemplos pioneros[1] demostraron a los decisores las potencialidades que tendría una prensa “hecha en Cuba” disponible en formatos altamente reproducibles para el mundo entero a través de la web, capaz de romper el bloqueo informativo tradicional contra los discursos oficiales desde la Isla, se convirtió prácticamente en una “tarea de choque” que todos y cada uno de los medios de prensa nacionales y provinciales estrenaran sus sitios web.

Gradualmente, la mayor parte de las veces de manera improvisada, motivados más por una exigencia externa que por una necesidad autógena, se fueron sumando uno a uno estos medios, repetidos ahora en sus versiones digitales.

Muchas de estas webs comenzaron como “subsidiarias”, en términos de alojamiento y dominio al menos, del gran portal que fue Cubaweb, y que para entonces (1997) se presentaba a sí mismo como “The National Web Site of the Republic of Cuba”, algo así como la embajada de Cuba en Internet.

Multiplicar y promocionar

La flecha lanzada llevaba en su punta la vocación fundamental de “multiplicar” el mensaje

de Cuba en Internet[2]; de “llevar” hacia los “lectores” fuera de Cuba informaciones y enfoques que no aparecerían nunca en las portadas de los medios internacionales de mayor lectoría o audiencia mundial.

Tal propósito respondía también a una comprensión tácita inicial de Internet como un mero canal de comunicación, como un espacio geográfico colonizable, cuyos “territorios” debían ser conquistados para desde allí erigir los baluartes de “nuestra verdad”. Se reproducía, acaso sin saberlo, la táctica push (de empujar) dominante en los medios masivos de comunicación, y enraizada en las fórmulas propagandísticas y publicitarias de la comunicación tradicional.

Se asumía que mientras más “fortalezas defensivas” (sitios web) existiera, tanto mayor sería la capacidad de influencia sobre personas a las que se suponía en masa, a priori, y muchas veces de forma inconsciente, desafectos, críticos, hostiles o enemigos de las posiciones políticas de la Revolución cubana y del accionar del gobierno de la Isla[3].

Este retrato, de pinceladas gruesas, se completa mejor si recordamos la circunstancia -todavía presente, aunque ligeramente modificada- del bajísimo nivel de penetración de Internet en Cuba (hoy todavía de solo 15 por ciento[4]).

Recordemos que el país se conectó a la red de redes solo hasta el año 1996, a causa del impedimento norteamericano.

Durante los próximos años muchos de los medios de prensa online actualizarían sus páginas “a ciegas”, sin ver lo que otros veían, sin poder recorrer sus propios “territorios” virtuales. Los pocos que sí podían hacerlo, se servían entonces, y algunos todavía, de unas conexiones proverbialmente lentas.

Cuba aún hoy padece una conectividad muy precaria, una de las más bajas del mundo. Algunos autores afirman que el ancho de banda de todo el país (aproximadamente 210 megabytes de subida y 390 de bajada) puede ser comparado con el de un hotel cinco estrellas en una capital europea[5].

Quienes empezaron a mediados de los ´90s la edición de prensa digital en Cuba -no se puede olvidar, porque es una de nuestras “marcas” quizás indelebles- lo hicieron antes de haberse podido convertir en “navegantes” habituales o expertos; mucho antes de poder inmiscuirse en unas dinámicas de relación que, como ya sabemos, suponen toda una cultura emergente y definen el talante de la socialidad contemporánea.

Claro que aquella Internet no era la de hoy. Los pioneros de nuestra prensa digital trabajaban “solo” para unas 300 millones de personas, usuarios primitivos de la web en su época 1.0 y la mayoría eran angloparlantes.

El conjunto de estas circunstancias sumado a otros factores que se quedan sin mencionar, definieron el nacimiento de una prensa digital marcada por un carácter fundamentalmente promocional y en buena medida atada al propósito de “llegar” al “otro” fuera de nuestras fronteras geográficas y también culturales e ideológicas.

Este origen determinó que muchas de estas webs nacieran como tribuna de los tribunos, y estuvieran inclinadas a aplanar o extirpar las contradicciones propias de la terca realidad. Como en el resto de nuestra prensa, en la digital con más “motivos”, el acontecer nacional todavía suele ser apacible y el internacional dantesco.

Reiteradamente, desde aquellas auroras, se orientó ser bilingüe –al menos–, y se volvió una preocupación constante erradicar de los relatos toda complejidad o especificidad idiomática aspirando a una suerte de código universalista bueno-para-todos y cercano a nadie.

El propósito difusionista, de transmisión multiplicada de la “verdad de Cuba”, sumado a las más que duras circunstancias de trabajo en las que hubo que comenzar estos proyectos, la mayoría inmaduros, definieron como una práctica muy habitual el simple “volcado” hacia la web de los contenidos que se producían para los medios tradicionales, a los que le habían nacido estos hijos perturbadores de las rutinas de producción acostumbradas.

La prensa cubana en Internet, más allá de su origen geográfico o sectorial, nacería como depositaria de una agenda temática, unos enfoques y unos lemas de campaña propios de la prensa generalista nacional: una suerte de sistema de prensa digest, donde aún predomina la reproducción, el copy/paste desde las fuentes matrices del periodismo oficial y oficialista, en sus diversas escalas.

AIN, PL y Cubadebate (últimamente), en un primer nivel suelen ser los principales suministradores, pero también ocurre que medios provinciales reproducen contenidos de otros nacionales. Y a su vez, los provinciales abastecen a los municipales que hoy existen en un número considerable. Se dan muchos casos en los que los mismos materiales relativos al acontecer local son republicados por varios medios digitales de un mismo territorio. Algunos se comparten, promiscuamente, incluso a sus blogueros. Toda una trama de réplicas que termina haciendo muy monolítico y a veces un tanto inútil el flujo de la información periodística desde Cuba en Internet.

Constataciones

La tesis de doctorado de la periodista Edda Diz Garcés, quien ha ocupado varios cargos de dirección en la prensa digital cubana, diagnosticó en 2011 algunas de estas características antes enunciadas. Su estudio “Reubicar el futuro. Las mediaciones entre la cultura profesional y las lógicas de producción periodística para la web” llegaba entre otras, a la siguiente conclusión:

“Solo hay atisbos de una incipiente cultura del periodismo hipermedia, como un elemento emergente que tiene que enfrentar la resistencia al cambio en una suerte de «diálogo» interno con la cultura profesional dominante y con las culturas organizacionales establecidas en el medio, abocadas a una reconfiguración ante el emplazamiento de las tecnologías y prácticas que necesitan ritos y aprendizajes nuevos.”

Todo esto, a partir de diagnosticar algunas taras en la práctica diaria del periodismo online:

El cambio de las lógicas de producción y de las culturas profesionales es un “proceso que transcurre con bastante lentitud”.

“Las lógicas de producción para la web (...) son las del periodismo tradicional”.

Al “mantenerse redacciones cuya prioridad es producir para el medio tradicional (...), los periodistas son socializados en ese modo de hacer periodismo”.

“Los contenidos carecen de los recursos expresivos hipermediales”.

“No hay actualización continua (...) y en ocasiones desactualización o retardo informativo”.

Faltan recursos tecnológicos, “pero los existentes no se explotan debidamente”.

A los periodistas “les falta preparación y competencias profesionales”.

“No están definidos claramente la estrategia editorial y el público meta de las web”.

En el año 2005, un grupo de personas que durante años hemos seguido de muy diversas formas el desarrollo del periodismo digital en Cuba debatimos durante unas semanas en una lista de discusión creada por el CIP (hoy CIPRE) a la sazón del ¿extinto? Proyecto de Informatización de la Prensa.

Probablemente el debate más fluido lo generó entonces un aporte de Armando Santana quien había sido un importante innovador en la edición del periódico Invasor de Ciego de Ávila, en su mocedad virtual.

Con la mitad del trayecto recorrido en la historia de nuestra prensa en Internet, hace 7 años, Santana elaboró un decálogo que fue analizado por los “listeros” de [informatiza_prensacu] de arriba a abajo, y que tituló los “10 problemas más comunes en la prensa digital cubana”. A saber:

Demoras en la actualización de los contenidos del día

Deficiente titulación

Contenidos intrascendentes

Copiar trabajos de los periódicos, los noticieros de la radio o la televisión sin tener en cuenta el lenguaje de Internet.

Baja producción de contenidos propios, principalmente en los medios provinciales.

Fotografía de baja calidad.

Poco uso de los hipertextos y temas relacionados.

Errores en los metadatos de las páginas principales y las interiores que impiden a los buscadores levantar los sitios.

Poca o nula gestión de posicionamiento por parte de las redacciones digitales.

Problemas de diseño, usabilidad y arquitectura de información para la web.

Además de la dramática actualidad de algunos de estos puntos, sorprende constatar que desde entonces ya se sabía de la A a la Z todo lo necesario para remover los cimientos de una práctica periodística que a pesar de haber tenido como totalidad, una evolución positiva, y de contar con algunos ejemplos muy destacables, sigue siendo fundamentalmente mediocre.

En aquel debate Livia Reyes, especialista en información y directora del CIPRE llamaba a “repensar el papel del periodismo como profesión, de su responsabilidad social, de pasar de simples informadores para audiencias amorfas a proveedores de conocimiento.”

Por mi parte escribí: “los mejores redactores y editores, desgraciadamente, no están suficientemente implicados con los medios digitales. El contacto, la experiencia vívida, como usuarios, con estas tecnologías, es todavía escaso. ¿Nos hizo daño el modelo de webmaster todólogo que significó en alguna medida la concentración en unas cuantas personas de todo el saber necesario? Creo que sí... tantos años después no hemos adelantado mucho en que los editores y periodistas conozcan el ADN de estas tecnologías y estas prácticas (...) la tarea en Internet es comunicar, no propagandizar, no difundir, no transmitir; comunicar en Internet necesariamente implica interactuar, es pasar de publicar (colocar) a interactuar, y eso significa pensar todo el tiempo en el otro, el usuario, que no es un número de hits, o accesos o sesiones de usuario, sino una persona específica que tiene unos específicos intereses y una específica manera de interpretar, pensar, emocionarse, etc.”

Rosa Miriam Elizalde, decana en algunas de las mejores experiencias de la prensa digital en el país, afirmaba entonces: “Que todos tengan un sitio web o que se forme una plantilla en cada redacción no es condición determinante para que el mensaje de Cuba llegue a otra orilla. Hay que darle a este barco una proa para que navegue y lo haga en el rumbo adecuado. La proa es una estrategia coherente que indique para dónde vamos, con qué, cómo y para quién.

Una prueba ácida

Quince años después de aquellas primeros lances del periodismo cubano en Internet, y gracias a la oportunidad personal de haber sido en diferentes escalas, durante este tiempo, lo mismo testigo que partícipe, analista que editora, ejecutante que consejera, me siento animada para ensayar posibles análisis que contribuyan quizás a replantearnos esta tarea.

Como profesora utilizo un método diagnóstico para cuando quiero colocar a los alumnos (últimamente solo de posgrado) frente a sus propias prácticas de manera crítica. Solo tengo que preguntar, con la intención de que me respondan en calidad de usuarios comunes, cuántos medios de prensa cubana digital forman parte de su dieta diaria para informarse sobre el acontecer nacional. La respuesta suele ser siempre la misma: una exigua lista donde aparece Cubadebate y casi ningún otro sitio.

No es necesario entonces ir mucho más allá. Se vuelve un examen quizás estadísticamente valioso: los cubanos que podemos conectarnos a Internet no necesitamos nuestra propia prensa para informarnos sobre los hechos de Cuba, ni aún siendo periodistas, a quienes cabe suponernos una avidez de noticias perpetua e intensa.

Aunque es posible preguntarse entonces cómo nos informamos, qué otros caudales noticiosos visitamos, de qué corte y qué signo, mejor es posponer este asunto porque es harina de otro costal.

La gran paradoja es que el conjunto de nuestra prensa digital -salvando los casos que deban ser salvados- no está hecha para nosotros; aunque tampoco parece estar hecha para los

“otros”. Es demodé.

2400 millones de personas hoy se conectan a Internet en el mundo. Se multiplicó en más de ocho veces el “público meta” potencial desde 1997 hasta hoy, y consiguientemente se diversificaron sus perfiles. En quince años estos usuarios aprendieron muchas cosas: son más conscientes de la manipulación orwelliana de la información, y también más autónomos que nunca para “manejar” sus mensajes en todos los formatos y lenguajes, y visibilizar así sus diminutas existencias.

La web 2.0 entrena a usuarios para “leer” el mundo y “nombrarlo” (enunciarlo) de maneras más creativas, aunque sea teniendo que negociar los sentidos atribuidos a las cosas y los actos dentro de los marcos de la hegemonía imperante capitalista (al modo gramsciano de entenderla).

Las pantallas táctiles, las interfases inmersivas, los dispositivos portátiles y móviles, la banda ancha y las redes sociales dibujan hoy un panorama muy distinto del que conocieron en tiempos de la Internet-vitrina los pioneros de nuestra prensa en la red de redes.

Se afirma que el 45 por ciento[6] de la población mundial conectada a Internet son personas de menos de 25 años, nativos digitales absolutos cuyos guiones mentales y esquemas cognitivos, se han moldeado también a través de la presencia ubicua y el uso intensivo de los dispositivos que les permiten “dominar” la información hipermedial.

En este minuto, literalmente, una de cada 13 personas en el mundo está usando Facebook[7], y en el segundo que acaba de transcurrir, 11 nuevas cuentas se han creado en Twitter para sumarse a las más de 500 millones que hoy existen. Seguramente “algunas” de ellas desde teléfonos móviles, considerando que suman 5 900 millones los usuarios de telefonía celular en el mundo.

Sin embargo, las fórmulas comunicacionales al uso en Cuba siguen siendo las mismas. Tenemos en 2012 un conjunto de medios de prensa verticalmente jerarquizados que no ha logrado organizarse planificadamente, ni descentralizar sus dinámicas y sus recursos, ni coordinar su gestión, ni potenciar la cooperación para convertirse en un sistema dinámico eficiente. Medios que padecen además carencias tecnológicas importantes, de recursos humanos e informacionales.

Seguimos teniendo sitios web operados desde la misión (auto)impuesta del “traslado”, la “trasmisión” de “nuestra verdad”. La “multiplicación” del mensaje se sigue entendiendo como la acción de clonación de los discursos, y de reiteración de los argumentos y las fórmulas expositivas, -típicas recetas de la publicidad—a pesar de que ya sabemos que resulta del todo imposible comunicar en clave antihegemónica sin hacerlo desde la estrategia de construir comunidad, lo que equivale a estar abierto al diálogo, dejarse interpelar, intercambiar roles, integrar(se) y amasar confluencias.

Quince años después, y sin dejar de reconocer la evolución de algunos proyectos que han avanzado significativamente, la distancia entre las posibles expectativas de los “públicos” (siempre preferiré decir usuarios) en cuanto al consumo de información periodística proveniente de medios cubanos políticamente alineados con el proyecto de la Revolución, y

las ofertas que se brindan en la web, en sus dimensiones formales y de contenido, probablemente sea mucho mayor hoy que lo que era en 1997.

Es cierto que ha aumentado numéricamente el volumen de tráfico desde fuera de Cuba hacia las páginas de nuestro periodismo digital, pero no lo ha hecho en la misma proporción en que ha crecido el número total de usuarios de Internet en el mundo. Y en todo caso esta relación no es medible solo en términos cuantitativos. La gratificación de necesidades infocomunicacionales no se calcula con los algoritmos del Webtrends ni la puede contabilizar Alexa.

Es difícil abordar todas las causas que expliquen este panorama. Se trata como siempre de un fenómeno multicausal.

No se puede señalar solo la precariedad de la dotación tecnológica que padecemos. Aunque hace años venimos exponiendo la necesidad de organizar pools: grandes medios unificados que gestionen desde una sola marca, mayores volúmenes de información, con mayor calidad, optimizando recursos de conectividad, hosting, de contenido, etcétera, además de los recursos humanos con mejores aptitudes, capaces de ser competitivos. Una idea solo realizable con voluntad política y aprovechando que no es el mercado, ni la ley del valor quien dirige la prensa en Cuba.

Tampoco se puede concluir que la reciente y notable desprofesionalización del sector periodístico per se (por la desagregación de profesionales formados y la agregación paralela de personas sin formación en la especialidad) ha traído estos “lodos”. Personalmente puedo atestiguar que la mayor parte de las personas, periodistas y editores en activo ante quienes he actuado como docente durante ya casi quince años, comprenden perfectamente todos los argumentos que hasta aquí he expuesto y la mayoría se manifiesta con mucha agudeza al analizar la complejidad de este fenómeno. Casi todos viven una suerte de experiencia bipolar pues cuando vuelven a sus puestos de trabajo por lo general tienen muchas dificultades para incorporar en sus dinámicas diarias lo que han aprendido en el aula.

¿Qué pasa entonces? ¿Cómo se explica el hecho de que compartamos tantos consensos entre los “implicados” y sin embargo ello no nos sirva para hacer avanzar este barco a mayor velocidad y con un rumbo que indique sobre todo la apropiación creativa de estos artilugios tecnológicos que hoy pueblan el ámbito de la comunicación y el periodismo en todo el mundo?

Infoutopía

Conocer el estado del arte del periodismo digital en Cuba, hacer un diagnóstico como el que, de manera aproximada se ofrece en las páginas anteriores, y en cientos de otras muy valiosas páginas dedicadas al tema como parte de tesis de licenciatura, maestría y doctorado, en todo el país, ha constituido el primer paso para reconocer que la envergadura de este fenómeno es mucho mayor que lo que podría suponerse, por todo lo que “dice” acerca del orden social cubano y el proyecto de país que hemos estado construyendo.

Vale la pena volver sobre las palabras de Rosa Miriam Elizalde, cuando reclamaba una “estrategia coherente que indique para dónde vamos, con qué, cómo y para quién”.

La obstinada ausencia de esa estrategia para la prensa digital es la consecuencia natural de la falta de una estrategia mayor, infocomunicacional, que conduzca al país, y atraviere todos los sectores y dominios de la vida nacional de forma transversal.

Que la comunicación se vuelva algo más que un vehículo para la acción reactiva y “concientizadora” en términos ideopolíticos, y que la información adquiera un valor primordial en todos los procesos de intercambio dentro del sistema social cubano.

Que ninguna política se defina al margen o a contrapelo o para contener los flujos informacionales en la sociedad, de modo que estos sean el soporte de un crecimiento colectivo indetenible, fundamentado en la soberanía nacional, colectiva e individual.

Que cada persona, como sujeto social, sea portadora de una suerte de civismo informacional, y esté comprometida con la creación, la puesta en común y la crítica de la información como base del conocimiento, comprendido este como el más valioso y poderoso articulador de la vida social.

Una infoutopía que se fundamente en la crítica a los modelos informacionales liberalistas que han servido para sustentar la dominación burguesa capitalista; una infoutopía que se base en la construcción creativa y colectiva de sus propios contenidos, con un enfoque socialista.

En un texto escrito para La Jiribilla en marzo de 2011, reflexionaba: “Un camino posible para la reconstrucción de una utopía socialmente compartida y movilizadora, podría ser la del dominio in extenso y útil de las fuentes, los canales, los usos y el consumo de información en esta Cuba llamada a rearticular sus posibilidades históricas en este siglo xxi.”[8]

Para apartarnos de un enfoque tecnologicista habría que decir con Dominique Wolton que “todo cambio técnico o toda estructuración de un nuevo mercado no representa ninguna novedad radical en una estructura generalizada de la comunicación, porque la organización de la comunicación a escala individual o social no es una técnica. La imprenta no permitió la Reforma, sino que la Reforma dio sentido a la revolución de la imprenta. Igualmente, la radio y después la televisión han obtenido un impacto importante sólo porque iban del brazo con el movimiento a favor de la democracia de masas.”[9]

De modo que es iluso pensar que el escenario actual pueda modificarse solo bajo el influjo positivo que significará en un futuro, que no puede ya ser muy lejano, en el que aumente por lo menos 3000 veces[10] la conectividad actual de Cuba y se amplíe significativamente el índice de penetración de Internet en el país.

Si por arte de magia o de cualquier otro origen enigmático, mañana mismo empezara a notarse la existencia del anhelado cable submarino que ya enlaza La Guaira-Siboney con capacidad de aportar las mejoras mencionadas, no es dable esperar un cambio cualitativo proporcionalmente trascendental en la práctica periodística para y con Internet: falta diseño y método para encaminar el cambio.

Poner en cubano

La fragua y diseminación de esta infoutopía articuladora será viable también, aunque no solo, en la medida en que podamos “poner en cubano” la práctica de comunicación digital en Cuba. Esto significa en primera instancia reorientar los esfuerzos mayores hacia los usuarios cubanos en la Isla (y también fuera de ella), previendo, por supuesto, escenarios inevitables de mayor conectividad a una Internet full. En segundo lugar, corregir el sesgo promocional que ha asumido este periodismo que hacemos para redireccionarlo hacia un enfoque dirigido por la crítica social colectivamente fundada.

Para ello los periodistas y los directivos deberán reconquistar, remozar, actualizar (todo ello a la vez) la noción del periodismo como servicio público y deberán dejarse interpelar por el mandato popular. Este es el primer paso para detener el avance de la disrupción progresiva entre los discursos de la prensa y los discursos de la vida cotidiana en Cuba.

Este criterio de servicio público no excluye la tarea de propagación y discusión “político-ideológica” –esto no es más que reconocer el derecho de los comunicadores para defender una hegemonía o intentar hacer avanzar una contrahegemonía. Pero al mismo tiempo incluye comprender la presencia en medios digitales como una oportunidad para vehicular el uso intensivo de la información en los procesos de nuestras vidas cotidianas reconociendo y compartiendo su natural conflictividad.

Renuevo ahora mis propias palabras, publicadas en 2011: “Resolver la infección [de marabú] de las tierras es condición para ofrecer alimento a los estómagos; desperezarse, ir en campaña hacia un modelo de sociedad sustentada en el valor del conocimiento nos daría ciertas garantías para un futuro en el que toda vocación no se reduzca al mero estómago.”[11]

La Habana, noviembre 2012

Notas

[1] Granma Internacional fue el primer medio de prensa cubano que “saltó” a la red, en abril de 1996.

[2] “¿Cómo multiplicar la presencia de Cuba en Internet?” Disco compacto que incluye los contenidos, programas y aplicaciones informáticas tratados en el primer curso de postgrado “Cómo multiplicar la presencia cubana en Internet”, convocado por la Unión de Periodistas de Cuba. La dirección del enlace es: <ftp://ftp.cip.cu/Recursos/multimedia-Como-multiplicar-la-presencia-de-Cuba-en-internet.zip> Disponible en:

<http://www.cip.cu/contenido/recomendamos/bfcomo-multiplicar-la-presencia-de-cuba-en-internet/> Nota de la autora: El enlace al documento actualmente no funciona, pero traemos aquí la referencia completa como demostración de este enfoque. Consultado: 12/11/12.

[3] Ecured: “Al insertarse en Internet, Granma fue una de las publicaciones pioneras del periodismo digital en el país, espacio que ha convertido en otra trinchera de ideas para divulgar la verdad sobre Cuba.” Disponible en:

http://www.ecured.cu/index.php/Peri%C3%B3dico_Granma. La cursiva es de la autora. Consultado: 10/11/12.

[4] Internet World Stats. Disponible en: <http://www.internetworldstats.com/stats10.htm>
Consultado: 10/11/12.

[5] Ver en el post de Raymond J. Sutil Delgado: “Y, ¿Qué hay en los sitios web .cu? Un artículo de preguntas”, en Sin tecnoestrés, 27 de diciembre de 2011. Disponible en: <http://sintecnoestres.cubava.cu/2011/12/27/y-que-hay-en-los-sitios-web-cu-un-articulo-de-preguntas/#more-69> Consultado: 12/11/12.

[6] Fuente: www.pingdom.com. “Acceso a Internet alcanza a un 30% de la población mundial” en Cubadebate, 31/1/2012. Tomado de: <http://www.cubadebate.cu/noticias/2012/01/31/acceso-a-internet-alcanza-a-un-30-de-la-poblacion-mundial/> Consultado: 9/11/12.

[7] “Una de cada 13 personas en el mundo usa Facebook”. Tomado de: <http://myspace.wihe.net/infografia-obsesionados-facebook/>. Consultado el 9/11/12

[8] Milena Recio: “La hora de los desconectados”, en La Jiribilla, 26 de febrero al 4 de marzo de 2011, núm. 512, La Habana. Año IX. Disponible en: http://www.lajiribilla.co.cu/2011/n512_02/512_07.html

[9] Dominique Wolton: Internet, ¿y después?, Editorial Gedisa, Barcelona, 2000. s/p

[10] Juan Marrero: “¡Una buena noticia!: el cable submarino entre Venezuela y Cuba”, en Cubadebate, 12 de enero de 2011. Ver en: <http://www.cubadebate.cu/noticias/2011/01/12/%C2%A1una-buena-noticia-el-cable-submarino-entre-venezuela-y-cuba/> Consultado: 13/11/12. Más información sobre este tema: <http://ecured.cubava.cu/2012/05/29/quien-me-tira-un-cable/>

[11] Milena Recio: Ob cit.

<https://www.lahaine.org/mundo.php/infoutopia-poner-en-cubano-el-periodismo>