

ARTÍCULO CIENTÍFICO**Competencias profesionales y ciberperiodismo en la red social X. Análisis desde Radio Caibarién/ *Professional skills and cyberjournalism in social network X. Analysis from Radio Caibarién.*****Lic. Alejandra Rojas Pérez,**<https://orcid.org/0009-0009-7507-1827>

Radio Caibarién, Caibarién, Cuba.

alejandra.radio.rojas@gmail.com**Lic. Maydiel Valle Lazo,**<https://orcid.org/0009-0006-9266-9095>

Radio Caibarién, Caibarién, Cuba.

maydiel.valle@gmail.com**Lic. Marielis Fernández,**<https://orcid.org/0009-0009-2550-3652>

Radio Caibarién, Caibarién, Cuba.

marielys.fg@nauta.cu**Recibido:**10/03/25**Aprobado:**01/05/25**Resumen**

La presente investigación tiene un enfoque mixto, y se enfoca en caracterizar las competencias profesionales de los redactores y reporteros de *Radio Caibarién* en la red social X. Desde el punto de vista comunicológico es un estudio de emisor, que parte de la conceptualización de las categorías, y la observación del fenómeno desde las particularidades del contexto cubano. A través de diversos métodos teóricos, empíricos y matemáticos se obtuvo como resultado que las competencias en la red social X de los sujetos analizados son limitadas, e impiden un ejercicio periodístico integral en el contexto mediático actual, matizado por el ciberperiodismo y las nuevas tendencias de la comunicación. A su vez, se identificaron las competencias que, a juicio de los periodistas y redactores de la planta radial, pueden contribuir a lograr un mejor desempeño en la red social X. En tal sentido, sobresalieron la mejora en la edición de videos, la fotografía, las estrategias de marketing digital, y lo referente a la utilización de herramientas de redes sociales. De manera general, quedó demostrado que adquirir las competencias profesionales antes mencionadas resulta fundamental

para los trabajadores de la prensa. Finalmente, se proporciona una perspectiva valiosa, cimienta de otros estudios en el ámbito de la comunicación.

Palabras Clave: Red social, Competencias profesionales, Periodistas, Radio Caibarién.

Abstrac

This research has a mixed approach, and focuses on characterizing the professional competencies of Radio Caibarién's editors and reporters on the social network X. From a communication perspective, it is a study of the issuer, based on the conceptualization of categories and the observation of the phenomenon from the particularities of the Cuban context. Through various theoretical, empirical, and mathematical methods, it was found that the subjects analyzed had limited competencies on the social network X, impeding comprehensive journalistic practice in the current media context, characterized by cyberjournalism and new communication trends. In turn, the competencies that, in the opinion of the radio station's journalists and editors, could contribute to achieving better performance on the social network X were identified. In this sense, the most notable were improvements in video editing, photography, digital marketing strategies, and the use of social media tools. Overall, it was demonstrated that acquiring the aforementioned professional competencies is essential for press workers. Finally, a valuable perspective is provided, which serves as a foundation for further studies in the field of communication.

Keywords: Journalists, Professional Skills, Social network, Radio Caibarién.

Introducción

La conceptualización de competencias profesionales en la prensa ha suscitado diversas miradas en los estudios comunicológicos. Autores como Arévalo y Juanes (2022) destacan la importancia de las competencias como herramienta clave para la gestión de recursos humanos en el ámbito mediático. Al respecto, no solo facilitan la articulación entre gestión, trabajo y educación, sino que permiten, además, mayor adaptabilidad frente a los cambios en el entorno laboral.

En el contexto cubano, lo anterior ha sido abordado desde diversas perspectivas. Acosta y Costales (2016) han investigado cómo el enfoque de formación por competencias puede mejorar el desempeño profesional de los periodistas, y adaptarlos a las demandas actuales del mercado laboral. Este enfoque se basa en la transferibilidad y la gestión del cambio, elementos cruciales para el desarrollo profesional en un entorno mediático que evoluciona con rapidez.

Por su parte, García y Franco (2017) han explorado la gestión de medios en Cuba, subrayando la necesidad de potenciar la autorregulación y las competencias profesionales para enfrentar los nuevos retos de la sociedad. Y plantean que: la convergencia periodística y la integración de

redacciones son procesos que requieren no solo cambios organizativos, sino también la transformación en la cultura profesional de los periodistas.

Para respaldar el concepto de competencias profesionales de la presente investigación, tomamos como base la definición propuesta por Acosta y Costales (2016), quienes han investigado exhaustivamente la formación por competencias en la prensa cubana. Refieren que estas comprenden el conjunto de habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para desempeñar de manera eficaz y ética las funciones periodísticas en el contexto actual (Acosta y Costales, 2016).

Según Schena, Besalú y Singla (2018), las competencias profesionales en el periodismo deben adaptarse a los desafíos tecnológicos y sociales actuales. Al respecto, resulta innegable que en la actualidad, la formación académica de periodistas y comunicadores exige nuevas demandas y retos, teniendo en cuenta el creciente acceso a las herramientas interactivas *online* y la inserción de la prensa cubana en el ciberespacio.

Es por ello que lo relacionado con el empleo de la red social X (antes *Twitter*) por parte de los periodistas y redactores de la emisora *Radio Caibarién*, emerge como objeto de la presente investigación. Esta plataforma debería utilizarse adecuadamente para dichos profesionales, en un entorno mediático signado por la inmediatez y la saturación de información.

La presencia casi inexistente de los periodistas de la emisora en la red social X, demanda un análisis exhaustivo. En esta planta radial, al igual que en otros medios de prensa cubanos, todavía persisten hábitos y valores profesionales más cercanos al periodismo tradicional.

En primer lugar, es válido señalar que desde los organismos superiores se orienta la necesidad de una mayor presencia en esta plataforma, pues además de resultar la más usada por políticos de todo el mundo, deviene escenario también de una feroz batalla mediática. Por otro lado, el aprovechamiento del alcance y posibilidades de esta herramienta fortalecería la capacidad de interactuar de manera más efectiva con mayor número de personas.

Las competencias profesionales inherentes a la comunicación en esta red social, no solo abarcan la habilidad de transmitir noticias de forma clara y concisa, sino también la capacidad de adaptar el contenido a las preferencias y necesidades del público objetivo. En la actualidad, la comunicación digital constituye un pilar esencial para la difusión de información, por lo que la falta de competencias puede traer consigo consecuencias significativas.

En el caso de los periodistas, la ausencia de las habilidades adecuadas para interactuar y transmitir información en redes sociales como X, puede limitar su capacidad para concretar un ejercicio periodístico integral. Los profesionales de la comunicación que no cuenten con las competencias

necesarias para desempeñarse en el escenario digital, corren el riesgo de perpetuar la brecha informativa, y contribuir a la desinformación y disminución de la credibilidad en las instituciones periodísticas.

A medida que las plataformas sociales se consolidan como espacios de información y debate, es imperativo que los comunicadores desarrollen estrategias efectivas que permitan la adaptación a estos entornos. Investigar lo anterior en *Radio Caibarién* no solo contribuirá a la formación profesional de sus periodistas, sino que potenciará el papel de la emisora en el panorama mediático actual.

A pesar de la brevedad de los mensajes, es posible referirse en este escenario al término ciberperiodismo, práctica fundamental y caracterizada por la inmediatez e interacción como principios que definen la dinámica de la información. En la actualidad, la naturaleza participativa de esta plataforma permite que los usuarios no solo consuman contenido, sino que también se conviertan en creadores y curadores de información, lo que plantea nuevos desafíos éticos y profesionales.

Señalar, además, que el ciberperiodismo en X ha llevado a una reconfiguración de las estrategias comunicativas, pues resulta innegable que el uso de los algoritmos y la analítica de datos desempeñan un papel preponderante en la difusión y recepción de la información.

Para el desarrollo de la presente investigación, se trazan los siguientes objetivos:

El objetivo general es caracterizar las competencias profesionales de los redactores y reporteros de Radio Caibarién en la red social X. Y los objetivos específicos son:

- Identificar las competencias profesionales necesarias para los redactores y reporteros de Radio Caibarién en la red social X.
- Describir la importancia de las competencias profesionales en la red social X para los redactores y reporteros de Radio Caibarién.

El presente estudio ofrece una perspectiva valiosa en el contexto de la comunicación digital. Al analizar el uso de la plataforma para difundir información y conectar con la audiencia, se revelan, no solo las habilidades técnicas necesarias para manejar herramientas digitales, sino también las competencias éticas y comunicativas que permiten a los profesionales adaptarse al contexto mediático actual.

Materiales y Métodos

La población del presente estudio está compuesta por los 13 trabajadores (periodistas y redactores) del departamento informativo de la emisora *Radio Caibarién*. Dado que el tamaño de la población es manejable y se busca obtener resultados precisos, se opta por trabajar con toda la población en lugar de seleccionar una muestra.

La presente investigación presenta un enfoque mixto, pues se emplean elementos de la investigación cualitativa y cuantitativa. Metodológicamente, el estudio clasifica como descriptivo, y desde el punto de vista comunicológico constituye un estudio de emisor.

Con el propósito de obtener los resultados esperados, se emplearon los siguientes métodos de investigación:

1. Del nivel teórico:

- Inductivo–deductivo: permitió ofrecer respuestas a las interrogantes planteadas y esbozar las conclusiones del estudio, transitando de lo general a lo particular.
- Analítico–sintético: permitió realizar un análisis profundo de la información inherente a la temática del estudio, dilucidar lo más importante, adquirir el nivel de síntesis necesario, y comprender el asunto a través del estudio de sus partes.

2. Métodos del nivel empírico:

- Análisis Documental: resultó fundamental para revisar y sintetizar cada una de las fuentes bibliográficas sobre el tema de investigación, conocer los antecedentes y plantear conclusiones sólidas.
- Observación directa: se realizó el estudio de cada una de las cuentas de los periodistas y redactores del departamento informativo de *Radio Caibarién*. Asimismo, se prestó especial atención a los contenidos difundidos por dichos profesionales y a las competencias necesarias para ello.
- Encuesta: constituyó el método fundamental para el análisis de las competencias profesionales de los periodistas y redactores de *Radio Caibarién*. Los encuestados recibieron información sobre las competencias profesionales de los periodistas, entendidas como el conjunto de habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para desempeñarse de manera eficaz y ética en la red social X. Las encuestas indagaron sobre el estado de esas competencias, a través de una serie de preguntas que ofrecían la posibilidad de elegir entre varias opciones.

3. Del nivel Matemático:

- Análisis Porcentual: Permitió expresar cuantitativamente la información recogida en las encuestas sobre las competencias profesionales de periodistas y redactores de *Radio Caibarién*.

Resultados y Discusión

A nivel institucional y de país se analiza en la actualidad lo referente a la integración de redacciones periodísticas (tradicional y online) en todos los medios de prensa; sin embargo, en la práctica no existen modelos o programas desde los cuales implementar los cambios culturales y organizacionales que implica pensar el periodismo para la web (Molina, 2018). Tampoco se aprovechan en su totalidad las potencialidades de las tecnologías digitales para presentar un producto comunicativo con altos niveles de aceptación y credibilidad por parte del público.

En el caso de Radio Caibarién, en realidad, se trata de un solo medio, con dos plataformas de difusión, la radial y la online (Villegas, Comunicación Personal, 21 de diciembre de 2024). Tal coyuntura sitúa al órgano de prensa frente a una de las disyuntivas actuales del escenario mediático de Cuba y el mundo: el estado de relación que existe entre ambas redacciones.

Aun cuando las tendencias contemporáneas apuntan a la integración, modelo de trabajo que incluye cambios estructurales, organizativos y conceptuales que superan la simple fusión de tecnologías, *Radio Caibarién* mantiene cierta imbricación entre las dos redacciones, pero la estructura organizativa se subordina al funcionamiento de la emisora tradicional. Aunque existe cierta coordinación entre el trabajo de la redacción hipermedia y la tradicional, no puede hablarse de integración ni convergencia entre ambas plataformas de difusión.

Según la periodista María Elena Villegas, las herramientas propias del periodismo digital requieren conocimiento profundo y capacitación constante en aras de implementarlas en su total cabalidad. De manera similar sucede con el uso de las redes sociales (Villegas, Comunicación Personal, 21 de diciembre de 2024).

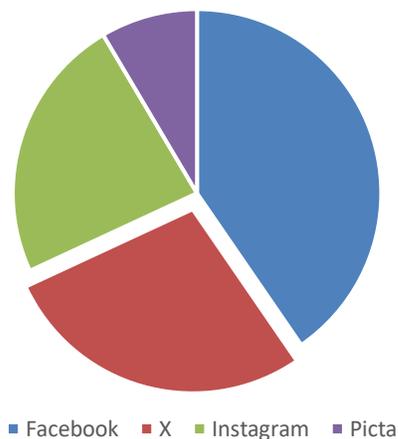
En ese sentido, dado la prioridad de las emisoras como medios de prensa, resulta imprescindible el trabajo con la plataforma X. Sin embargo, se observa que carece de prioridad pues artistas y personal periodístico deciden postear contenidos propios, ya sea en el ámbito personal o profesional.

Los encuestados mencionan entre las causas, la falta de públicos de Caibarién en esa plataforma, lo poco atractivo que les resulta la interfaz y el hecho de que, para el dominio cubano, en la web no está disponible la versión *Lite* de la aplicación. Esta última observación adquiere relevancia pues los

usuarios de Internet en la emisora municipal tienen como principal vía de conexión los teléfonos móviles.

Como muestra la figura 1, de una veintena de trabajadores de la radio encargados de generar contenido noticioso, solo 13 tienen cuentas activas en X. Esto implica que aproximadamente el 35% no utilizan esta plataforma para fines profesionales, lo que puede limitar su alcance y capacidad de interacción con la audiencia digital. Además, es relevante señalar que entre aquellos que sí poseen cuentas, algunas están desactualizadas.

Figura 1: Presencia de los periodistas y redactores de Radio Caibarién en X



Nota: elaboración propia.

Los redactores-reporteros de prensa del Departamento Informativo de la emisora *Radio Caibarién*, tienen presencia regular en la plataforma X. Una decena de ellos tienen cuentas personales, y de ese grupo, un tercio administra también la cuenta institucional de la emisora, @EmisoraCMHS. Esto demuestra la necesidad de una mayor integración de todos los miembros del equipo en el uso de herramientas digitales y redes sociales para fines periodísticos.

A través de la observación participante se confirma cierta preferencia por *Facebook* para compartir contenidos periodísticos, aunque todos los periodistas afirmaron usar la red social X para su trabajo diario, aspecto que fue corroborado, mediante la observación directa en sus perfiles.

Algunos reporteros entrevistados manifestaron que acuden a la plataforma X por el “valor político ideológico de apoyo al proyecto social cubano, y “el trabajo en conjunto del PCC y los medios de prensa”. (Máximo Luz Ruiz, comunicación personal, 6 de enero de 2025). Ese mismo aspecto fue

señalado por los directivos del medio con cuentas en X como una de las razones por las que utilizan la plataforma.

Sin embargo, la mayoría de los encuestados sí reconoce la inmediatez como una de las características de esta modalidad periodística. “La inmediatez es fundamental, hacer una noticia más rápida. Muchas veces me entero de lo que está pasando por Twitter” (Cruz, comunicación personal, 21 de diciembre de 2024).

A partir de las encuestas aplicadas a la muestra seleccionada, con mayor incidencia en directores de programas informativos y periodistas en ejercicio, el presente informe analiza las competencias profesionales de los periodistas de Radio Caibarién en el uso de la red social X. La encuesta incluyó preguntas demográficas y de contexto profesional, así como *ítems* sobre la frecuencia de uso de la red social, el tipo de contenido compartido, el conocimiento de herramientas útiles y las competencias profesionales que los periodistas desean adquirir o mejorar.

Los resultados obtenidos de un total de 13 encuestados muestran que la mayoría de los periodistas utilizan la red social X con alta frecuencia, siendo las respuestas más comunes “Varias veces al día” y “Diariamente”. Esto refleja la relevancia de la plataforma en el quehacer cotidiano de los periodistas, quienes la emplean principalmente para generar contenido propio y repostear desde otros perfiles. En cuanto al tipo de contenido compartido, predominan las publicaciones de noticias con texto y foto, seguidas de enlaces y contenido textual.

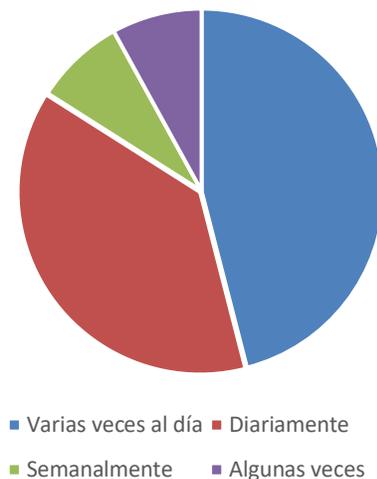
Un hallazgo significativo de la encuesta es el limitado conocimiento de herramientas específicas de la red social X que puedan asistir en el ejercicio periodístico. La mayoría de los encuestados indicó conocer pocas o ninguna herramienta útil para su trabajo en esta plataforma, lo cual subraya la necesidad de capacitación específica en el uso de herramientas digitales para optimizar el desempeño profesional.

Los periodistas manifestaron un fuerte interés en perfeccionar habilidades técnicas específicas como la edición de videos y fotografía, y el desarrollo de estrategias para una mejor presencia y efectividad en redes sociales. Estas competencias se consideran esenciales para mejorar la calidad del trabajo periodístico y aumentar la interacción y confianza con la audiencia en plataformas digitales. La importancia de estas competencias se evidencia en la prioridad que otorgan a habilidades tales como la utilización de editores de imagen, texto, audio y otros soportes tecnológicos, seguida de conocimientos interdisciplinarios aplicados a la creación de mensajes comunicativos.

Como muestra la figura 2, la frecuencia de uso de la red social X muestra que el 46% de los periodistas la utiliza varias veces al día, mientras que el 38% la usa diariamente. Lo anterior indica

un uso intensivo de la plataforma, aunque el 8% de los encuestados la usa semanalmente, y otro 8% algunas veces.

Figura 2: *Uso de la red social X por periodistas y redactores de Radio Caibarién.*



Nota: elaboración propia

El uso principal de X revela que el 54% de los periodistas generan contenido propio, seguido de un 31% que repostea desde otros perfiles. Un 15% utiliza la plataforma exclusivamente para informarse desde otros perfiles. Respecto al tipo de contenido compartido, el 69% de las publicaciones son noticias con texto y foto, el 15% son enlaces, y otro 15% incluyen etiquetas. Un 8% comparte videos, pero casi nadie opta por solo texto.

En términos de capacitación recibida, los resultados de la encuesta revelan importantes disparidades en la formación de los periodistas de *Radio Caibarién*. Solo el 23% de los periodistas encuestados ha recibido formación académica específica en el uso de esta plataforma. Muchos de los encuestados no se formaron inicialmente como periodistas, sino que fueron reorientados desde otras especialidades, o se graduaron hace muchos años, antes de que las redes sociales adquirieran relevancia en el campo mediático. Esto deja a muchos periodistas con una base teórica, pero sin las habilidades prácticas necesarias para manejar eficazmente estas herramientas digitales.

En contraste, un 61% de los periodistas ha participado en talleres durante su ejercicio profesional. Este alto porcentaje indica que las instituciones periodísticas, como las emisoras y departamentos informativos, están tomando medidas para llenar este vacío formativo a través de capacitaciones internas. Los talleres se convierten así en un medio esencial para que los periodistas adquieran las competencias digitales necesarias para navegar y utilizar la red social X de manera eficiente. Sin

embargo, la naturaleza de estos talleres puede variar significativamente, afectando la profundidad y la calidad de la formación recibida.

Señalar que es preocupante que un 38% de los periodistas no ha recibido ninguna capacitación formal en el uso de la red social X. Esta falta de formación puede limitar severamente la capacidad de estos profesionales para emplear eficazmente las redes sociales en su trabajo diario.

Tal como refiere Donarys Cruz, periodista graduada, la ausencia de capacitación formal implica que estos periodistas deben recurrir al aprendizaje autodidacta o depender de colegas más experimentados para adquirir las habilidades necesarias, lo cual puede ser un proceso ineficiente y desigual (Cruz, comunicación personal, 21 de diciembre de 2024).

Aunque las iniciativas de capacitación profesional muestran un esfuerzo por parte de las instituciones periodísticas para equipar a sus empleados con las herramientas necesarias, aún existe una significativa carencia de formación académica formal, especialmente entre aquellos que fueron reorientados o se graduaron hace muchos años. Esta brecha destaca la necesidad de integrar más plenamente la enseñanza del uso de redes sociales en los programas de estudio de periodismo, así como de estandarizar y mejorar la calidad de los talleres y capacitaciones ofrecidos en el ámbito profesional.

Así, se puede asegurar que todos los periodistas, independientemente de su formación original o antigüedad, tengan acceso a las competencias digitales esenciales para desempeñar su labor de manera eficaz y ética en el contexto actual.

A consideración de los encuestados se organizaron varias competencias según la prioridad que le conceden para el trabajo diario (ver tabla1).

Tabla 1: Prioridad de Competencias

Competencia	Prioridad Promedio
Conocimientos interdisciplinarios aplicados a la creación de mensajes comunicativos	1.8
Utilizar editores de imagen, texto, audio y otros soportes tecnológicos	2.4
Conocer y aplicar los softwares específicos y las nuevas tecnologías digitales al sector	3.7
Conocer los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, análisis, eficacia	4.8
Recuperar, analizar y procesar información para difundirla	5.5

Conocimiento y práctica de la ética y deontología profesional	6.2
Utilizar datos y estadísticas de manera correcta	6.7
Conocimiento de varios idiomas	7.6

Nota: Elaboración propia.

La primera competencia mencionada, "Conocimientos interdisciplinarios aplicados a la creación de mensajes comunicativos", ha sido clasificada como la más importante por una parte significativa de los encuestados. Esto sugiere que los periodistas valoran altamente la capacidad de integrar diferentes disciplinas y enfoques en la creación de contenido para redes sociales.

La interdisciplinariedad permite a los periodistas abordar temas desde múltiples perspectivas, enriquecer sus narrativas y conectar mejor con una audiencia diversa. Esta competencia es fundamental para producir contenido que no solo informe, sino que también eduque y entretenga de manera efectiva.

La segunda competencia más valorada es "Utilizar editores de imagen, texto, audio y otros soportes tecnológicos". Esta clasificación destaca la importancia de las habilidades técnicas en el manejo de diversas herramientas digitales para la creación de contenido multimedia. Los periodistas reconocen que, en un entorno digital, la calidad visual y auditiva del contenido es crucial para captar la atención de la audiencia. Saber utilizar estas herramientas permite a los profesionales del periodismo producir contenido atractivo y profesional que se destaque en la saturada esfera de las redes sociales.

En tercer lugar, se encuentra la competencia "Conocer y aplicar los softwares específicos y las nuevas tecnologías digitales al sector". Esto refleja la necesidad de estar al día con las últimas tecnologías y aplicaciones que pueden mejorar la eficiencia y efectividad del trabajo periodístico.

Los encuestados entienden que el dominio de *software* especializado no solo optimiza el proceso de creación de contenido, sino que también permite la implementación de estrategias más avanzadas y la utilización de funcionalidades específicas que pueden diferenciar su trabajo del de otros periodistas.

La cuarta competencia es "Recuperar, analizar y procesar información para difundirla". Esta competencia es crucial para el trabajo periodístico, pues la capacidad de manejar grandes volúmenes de información y extraer datos relevantes, resulta esencial para producir contenido preciso y fundamentado. Los periodistas deben ser capaces de filtrar la información de manera eficiente, verificar su veracidad y presentarla de una manera que sea comprensible y atractiva para su audiencia. Esta habilidad es particularmente importante en un contexto en el que prevalece la desinformación.

La competencia "Conocer los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia" ocupa una posición intermedia en la escala de importancia. Esto indica que, aunque los periodistas reconocen la relevancia del *marketing* digital, puede que no lo vean como su prioridad principal. Sin embargo, la comprensión de estas técnicas es vital para maximizar el alcance y el impacto de su contenido en las redes sociales. Saber cómo posicionar contenido y segmentar las audiencias permite a los periodistas llegar de manera más efectiva a sus públicos objetivos.

Competencias como "Conocimiento de varios idiomas", "Conocimiento y práctica de la ética y deontología profesional" y "Utilizar datos y estadísticas de manera correcta" son también valoradas, pero clasificadas con menor prioridad. Esto no implica que sean menos importantes, sino que los periodistas pueden considerar que ya poseen un nivel adecuado en estas áreas o que otras competencias son más urgentes de desarrollar en el contexto digital actual.

La ética y la deontología profesional, por ejemplo, son la base del periodismo responsable, mientras que el conocimiento de varios idiomas y el uso adecuado de datos y estadísticas son habilidades complementarias que enriquecen la calidad y la integridad del trabajo periodístico.

En cuanto a las competencias profesionales que los periodistas de Radio Caibarién desean adquirir o perfeccionar para el trabajo en la red social X, se observa una tendencia significativa hacia la mejora de habilidades técnicas y estratégicas. La edición de videos, la fotografía y las buenas prácticas para el posicionamiento en redes sociales se mencionan con frecuencia.

Ello indica una preocupación por la calidad del contenido multimedia y la efectividad en la presencia digital. Los periodistas buscan no solo crear contenido atractivo, sino también garantizar que este llegue a una audiencia amplia y comprometida (ver tabla 2).

Tabla 2: *Competencias profesionales que desean adquirir en X los periodistas y reporteros de Radio Caibarién*

Competencias profesionales que desean adquirir X	Cantidad de menciones
Mejora en la edición de videos	3
<i>Fotografía:</i>	2
Estrategias de marketing digital:	2
Utilización de herramientas de redes sociales	2
Optimización de campañas publicitarias	1
Análisis de métricas y estadísticas	1
Conocimientos en idiomas	1

Posicionamiento web	1
Trabajo en equipo	1

Nota: elaboración propia.

La importancia de las competencias tecnológicas es evidente. Varios encuestados mencionan el deseo de aprender a utilizar herramientas específicas de la red social X y cómo programar mensajes de manera eficaz. Esto refleja la necesidad de una alfabetización digital avanzada, que permita a los periodistas aprovechar al máximo las funcionalidades de las plataformas sociales. La capacidad de utilizar editores de imagen, texto y audio se destaca como una prioridad, lo que sugiere que los profesionales del periodismo reconocen el valor de presentar información de manera visualmente atractiva y técnicamente precisa.

Ante el avance vertiginoso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se requiere del esfuerzo e interés personal para una autopreparación constante, que permita alcanzar mayores destrezas, y contribuya al logro de mayor profesionalidad en el ejercicio periodístico. Pero debe ser también un imperativo que ese interés parta además de los medios, a través de un plan de capacitación que potencia la actualización de competencias profesionales enfocadas en el ciberperiodismo.

Conclusiones

Las competencias profesionales de los periodistas y redactores de la emisora *Radio Caibarién* en la red social X resultan limitadas. La mayor parte de estos trabajadores reconoce que no domina las herramientas necesarias para el trabajo en la plataforma.

Los periodistas y redactores de la emisora *Radio Caibarién* identifican que entre las competencias profesionales que más necesitan para el trabajo en la red social X se encuentran la mejora en la edición de videos, la fotografía, las estrategias de marketing digital, y lo referente a la utilización de herramientas de redes sociales. Para adquirir mayor profesionalidad en el ejercicio periodístico, resulta de gran importancia que los periodistas y redactores de *Radio Caibarién* alcancen altas competencias en la red social X.

Referencias bibliográficas:

Acosta, M., y Costales Pérez, Z. (2016). Formación por competencias profesionales en la carrera de Periodismo. *Revista Cubana de Educación Superior*, 35(1), 75-84.
<https://doi.org/10.1234/rces.35.1.75>

- Arévalo, J. P., y Juanes, B. Y. (2022). La formación de competencias desde el contexto latinoamericano. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(1), 517-523. https://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_isoref&pid=S2218-36202022000100517&lng=es
- Cruz, D. (21 de diciembre de 2024). Comunicación personal.
- García, R., y Franco, A. (2017). ¿Cómo se dirige la prensa cubana?: Un acercamiento a la gestión de medios, desde la perspectiva de sus periodistas y directivos. *Revista ARCIC*, 6(12), 81-110. https://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2411-99702017000100005
- Luz, M. (6 de enero de 2025). Comunicación personal.
- Molina, L. (2022). Tipicidades del ciberperiodismo cubano contemporáneo. Desafíos para la investigación académica y el ejercicio profesional. *Islas*, 64(202), 17-27.
- Schena, J., Besalú, R., y Singla, C. (2018). Valoraciones actualizadas de las competencias profesionales en la práctica laboral de los periodistas españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1268-1282. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1268>
- Villegas, M. (21 de diciembre de 2024). Comunicación personal.