

UCLV
Universidad Central
"Marta Abreu" de Las Villas



FH
Facultad de
Humanidades

Departamento de
Periodismo

TRABAJO DE DIPLOMA

Las rutinas productivas en la página web de la radioemisora CMHW

Autor: Loan Ernesto Zulueta Macsan

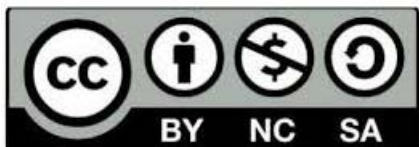
Tutora del trabajo: Lic. Carmen Milagros Martín Castillo

Título

Este documento es Propiedad Patrimonial de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, y se encuentra depositado en los fondos de la Biblioteca Universitaria "Chiqui Gómez Lubian" subordinada a la Dirección de Información Científico Técnica de la mencionada casa de altos estudios.

Se autoriza su utilización bajo la licencia siguiente:

Atribución - No Comercial - Compartir Igual



Para cualquier información contacte con:

Dirección de Información Científico Técnica. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas. Carretera a Camajuaní. Km 5 ½. Santa Clara. Villa Clara. Cuba. CP. 54 830

Teléfonos.: +53 01 42281503-1419

Resumen

Por la importancia que se le atribuye a internet, se presenta esta tesis que caracteriza las rutinas productivas en la página digital de la Radioemisora CMHW en cada una de sus fases, así como los factores que intervienen en este proceso. Desde la perspectiva cualitativa, y, mediante el empleo del Método bibliográfico documental, el método etnográfico y las técnicas observación participante, entrevistas semiestructurada y estructuradas, el grupo focal y el análisis de contenido cualitativo, se pudo triangular esta investigación y llegar a los resultados que incluyen la persistencia del volcado informativo, la utilización de herramientas web para la recolección de información, la carencia de periodistas avezados en el periodismo hipermedial, la existencia de una rutina laboral matizada por la ausencia de una agenda temática específica para la web y la falta de organización para planificar un flujo informativo eficiente al interior de la redacción digital.

Abstract

Due to the importance attributed to the Internet, this thesis that characterizes the productive routines on the digital page of the CMHW radiostation is presented in each of its phases, as well as the factors that intervene in this process. From a qualitative perspective, and through the use of the Documentary Bibliographic Method, the ethnographic method and the techniques of participant observation, semi-structured and structured interviews, the focus group and the qualitative content analysis, this research could be triangulated and the results obtained that include the persistence of the informative dump, the use of web tools for the collection of information, the lack of experienced journalists in hypermedia journalism, the existence of a work routine nuanced by the absence of a specific thematic agenda for the web and the lack of organization to plan an efficient information flow within the digital newsroom .

Contenido

Resumen	¡Error! Marcador no definido.
Introducción	4
1. Capítulo teórico	7
De la Sociología de los emisores al Periodismo hipermedia	7
1.1 Ciberperiodismo y recursos hipermedia	9
1.2 Hipertextualidad, multimedialidad e interactividad	12
1.3 Dinámicas de producción	16
1.3.1 Recogida del material informativo	20
1.3.2 Procesamiento de la noticia: La selección	24
1.3.3 La presentación	27
2. Referentes Metodológicos de la investigación	30
Capítulo referencial	33
3.2 Condiciones infraestructurales de CMHW <i>online</i>	35
Análisis de resultados	38
4.1 Factores que inciden en la producción noticiosa	38
4.2 Proceso de recogida informativa	45
4.3 La selección de la información	49
4.4 Presentación de la noticia	54
Conclusiones	59
Recomendaciones	60
Referencias Bibliográficas	61
Anexos	66

Introducción

Con la llegada de internet se han multiplicado a sobremanera las formas del periodismo contemporáneo, ya no solo se cuenta con los formatos típicos de los medios tradicionales sino, con el intercambio entre periodistas y usuarios, fortaleciéndose así las posibilidades de informar desde cualquier lugar y dispositivo, todo al alcance de un *click*.

Se considera a internet como una red de computadoras enlazadas mediante el protocolo, TCP / IP (*Transmission Control Protocol / Internet Protocol*) o al menos así lo concibió el creador de la *World Wide Web*, Tim Berners-Lee quien indica que es una red de ordenadores que se comunican entre sí en un flujo constante de información y paquetes de datos conectados mediante enlaces, conformando un universo inmaterial que ha suscitado la renovación de los cánones periodísticos para adaptarlos a nuevo espacio de socialización, intercambio y comunicación masiva.

El ciberespacio, debido a las características inherentes de la red de redes, condiciona la apropiación social de internet. De hecho, gracias a su funcionalidad, sus especificidades expresivas y simbólicas: como la interactividad, la hipertextualidad y la multimedialidad se facilita sobremanera el cumplimentar tareas de comunicación, información y difusión, dando lugar a la creación de un hipermedio.

También se determina el acatamiento de cánones específicos de comportamiento de acuerdo con el respeto a la brevedad, la veracidad y la novedad informativa. Estos valores noticia obedecen a las rutinas productivas como unidad interdisciplinaria debido al correspondiente uso con que se acreditan cada uno de los textos periodísticos. Dichos valores se aducen como uno de los conglomerados mediáticos más poderosos en cuanto a alcance e influencia en los públicos y su presencia en formatos de imágenes, texto y sonido.

Asimismo, revitaliza a los medios de comunicación como poderosos instrumentos para la educación y el enriquecimiento cultural, la actividad comercial y la participación política, el diálogo y la comprensión intercultural. No obstante, el intercambio, la producción y actualización noticiosa media la elaboración y el enfoque de determinados mensajes, así como su fuerza e impacto. En pos de lograr un acercamiento a las dinámicas productivas

de los profesionales de la comunicación, se toma como unidad de análisis a la redacción digital de la radioemisora CMHW (W) de la provincia de Villa Clara.

Por esta razón el acercamiento a sus rutinas productivas asegura una investigación viable, si bien es el primer estudio de este tipo que se realiza en el medio. También se tiene en cuenta que existen antecedentes de otros estudios, ubicando como referentes cercanos a las tesis de Lianet Alayón Pérez y Alejandra Rojas Pérez, quienes se encargaron de ejecutarlas en *Vanguardia Web* y en *Radio Caibarién*, respectivamente.

La presente tesis se rige por el **Problema de Investigación** *¿Cómo se caracteriza las rutinas productivas de los periodistas de la redacción digital de la Radioemisora CMHW durante el primer trimestre del 2018?*

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se trazó el siguiente **Objetivo general**: Caracterizar las rutinas productivas de los periodistas de la redacción digital de la Radioemisora CMHW durante el trimestre marzo-abril-mayo del 2018.

Y para cumplimentar el Objetivo General, sus correspondientes **Objetivos Específicos**:

- Identificar las características del periodismo Hipermedia hecho en la redacción digital de la Radioemisora CMHW durante el trimestre marzo-abril-mayo del 2018.
- Describir el proceso de recogida de información en la redacción digital de la Radioemisora CMHW durante el trimestre marzo-abril-mayo del 2018.
- Caracterizar el proceso de selección de la información en redacción digital de la Radioemisora CMHW.
- Caracterizar el proceso de presentación de la información en redacción digital de la Radioemisora CMHW.

Con este trabajo se pretende hacer un análisis del actuar de los profesionales de la comunicación en las redacciones de los medios digitalizados, proponiendo una óptica descriptiva de las labores de CMHW digital, a la vez que se analiza el actuar de aquellos profesionales que, sin estar directamente vinculados al universo online, intervienen también en su conformación. Con esta tesis se podrá comprender el decursar de los periodistas que integran la redacción digital; permitiendo un acercamiento a las labores informativas que estructura este medio *online*.

La presente tesis se adscribe a la perspectiva cualitativa por acercarse a los fenómenos (coberturas en tiempo real, conferencias de prensa de primer nivel, transmisiones en vivo, jornadas históricas) que afectan el trabajo en la redacción web de la CMHW, se particulariza en aspectos claves a la hora de hacer este estudio con respecto a la unidad

de análisis, y un enfoque del emisor con respecto a sus funciones en las dinámicas de producción.

Desde esta óptica se pretende mitigar cualquier predisposición por parte del medio y del investigador. También, enfatizar en la interpretación de los sucesos y acontecimientos que afectan las rutinas productivas de estos profesionales dando una descripción de los fenómenos analizados por el investigador desde su comprensión experiencial. El paradigma al cual se adscribe esta tesis es el interpretativo.

Aunque el estudio de las dinámicas de producción en todos los soportes y medios de comunicación no es un proceso nuevo, la llegada del internet y la superabundancia informativa que este multimedio suscita, han devenido en tendencia y los nuevos estudios revolucionan los roles académicos y profesionales de los periodistas, otorgándole un papel relevante en los últimos años.

Investigar las rutinas de los profesionales, tanto los que integran la redacción digital, como el departamento informativo de www.cmhw.cu ayudará a comprender algunas las dificultades del periodismo digital actual: la ausencia de filtros de calidad, la popularización en la red y el volcado informativo.

El informe está conformado por cuatro capítulos que incluyen el capítulo teórico, el referencial, el metodológico y el acápite de Resultados. El capítulo teórico se enfoca en las características del periodismo hipermmedia y enfatiza en las fases de las rutinas de producción periodística.

El Referencial se encarga de trazar una línea histórico-lógica de los diversos estadios de www.cmhw.cu teniendo como hilo fundamental, el contexto de su surgimiento, objetivos que cumple y las diferentes etapas por las cuales ha atravesado en casi 20 años de historia.

Los apuntes metodológicos declaran los métodos empleados para la elaboración del informe: Bibliográfico-Documental, Etnografía, y sus correspondientes técnicas investigativas, Revisión Bibliográfica Documental, entrevistas estructuradas y semiestructuradas, y el grupo focal. Finalmente, el acápite de resultados describe cada una de las fases del proceso productivo durante el trimestre marzo-abril-mayo de 2018.

1. Capítulo teórico

De la Sociología de los emisores al Periodismo hipermedia

El siglo xx significó la expansión de numerosos postulados teóricos bajo la justificación de la comunicación como campo temático. Los terrenos que se hicieron eco de estos desplazamientos abarcaban los medios (cine, radio y televisión) debido a su impacto e influencia en los públicos.

Para ello, se realizaron los primeros estudios concernientes a la teoría de la Comunicación: La Teoría hipodérmica, la Corriente Empírico Experimental y los Estudios Empíricos sobre el terreno, que muestran especial interés en los efectos causados por los medios en la sociedad, aunque se descuida la función social de los emisores.

Los niveles más altos de la planificación económica y de la programación política permanecen prácticamente inexplorados: las cuestiones más amplias e importantes se plantean raras veces y ha habido poquísimos intentos sistemáticos de estudiar al emisor que ocupa una posición crucial en una red social, con la posibilidad de rechazar y de seleccionar la información en consonancia con la gama de presiones que se ejercen en un determinado sistema social (Halloran, citado en Wolf, 2005).

Debe tenerse en cuenta que la disposición administrativa imperante en los primeros años de *Mass Communication Research* atenúa el interés por conocer acerca del tema, aunque también el modelo comunicativo informacional se enfoca única y exclusivamente en el mensaje y sus defectos, por ende, queda prácticamente derogada la idea de estudiar a los productores de noticias.

Mauro Wolf (2005) refiere que en Hollywood se realizan varios estudios de matiz sociológico a los productores de este recinto cinematográfico. Las categorías

analizadas: *background* social, adiestramiento profesional, roles productivos, grupos de referencia, exigencias organizativas y restricciones operativas.

Además, se establece una tipología similar al papel profesional del productor televisivo, basada en elementos como el reclutamiento, la socialización y la carrera profesional, los objetivos perseguidos, los valores compartidos y se observa cómo se corresponde con las limitaciones de los procesos productivos.

Al decir de Wolf (2005) la sociología de los emisores se orienta a la organización de la producción de noticias (factores estructural-organizativos), las competencias e ideologías profesionales (factores profesionales) y la influencia de agentes externos en las instituciones mediológicas (factores externos).

Este autor refiere que el último ámbito constituye, en años recientes, un importante rubro de investigaciones. Su valor está vinculada al hecho de ofrecer la posibilidad de interrelacionar las dos principales tendencias de análisis, la sociológica y específicamente la comunicativa, representando, en este sentido, un ejemplo parcialmente realizado de la interdisciplinariedad tantas veces demandada en los estudios mediológicos.

Para visualizar este desplazamiento en las dinámicas de producción dentro del ámbito comunicativo, las investigaciones se direccionan en dos líneas principales: el *gatekeeping* y el *newsmaking*.

En los inicios de la segunda mitad del siglo xx el teórico David White citado en Wolf (2005) se apropia del término *gatekeeping*, creado por el psicólogo Kurt Lewin, noción que alude la selección, depuración, o supresión de la información en la práctica periodística, por lo que Stella Martini (2009) afirma que:

El *gatekeeping* se enfoca en la manera irregular en que las informaciones circulan y se encuentran sometidas a instancias que las demoran o “traban” en algún punto de la cadena comunicacional, y la fluidez con que circulan luego aquellas que consiguen pasar la barrera.

Aunque el *gatekeeper* o seleccionador realiza una labor de filtro del caudal informativo dentro de los medios, o sea, se encarga de tomar o desechar las informaciones, nuevamente es notable un descuido del trabajo del emisor como

actor social. Por esta razón los presupuestos planteados por la teoría del *newsmaking*, complementan el trabajo del seleccionador.

Como resultado de las rutinas en las dinámicas de producción y la cultura profesional de los periodistas, se amplían los enfoques de los estudios de emisores al destacar la distorsión involuntaria. Al decir de la académica estadounidense Gaye Tuchman (1983), la distorsión involuntaria o manipulación inconsciente¹ se determina en gran medida por los criterios de importancia y noticiabilidad que desarrolla la teoría del *newsmaking*.

Aunque Wolf (2005) y Stella Martini (2009) diferencian distorsión involuntaria y manipulación consciente al interior de los procesos de producción de las noticias, es el investigador estadounidense Denis McQuail (citado en Hernández, 1997) quien reconoce la objetividad periodística como una de las tres áreas de mayor interés para los estudios desarrollados por la sociología de los emisores.

Las relaciones entre este enfoque de la sociología de los emisores y algunas tendencias de la *Mass Communication Research* resultan muy factibles, teniendo en cuenta la imbricación entre los estudios de los efectos a largo plazo y las distorsiones que día a día acentúan una cierta representación de la realidad social, en la que se subyugan determinados aspectos en favor de otros.

Paralelamente los estudios sobre los efectos se han ampliado en los análisis de la producción de los *media*: ahora el centro de atención está ocupado por la condición normal, cotidiana, de los aparatos, tanto respecto a los mensajes que producen como a los efectos que determinan, aunque los desplazamientos más actuales en materia de comunicación advierten el posicionamiento de un novedoso y poderoso multimedia: La internet.

1.1 Ciberperiodismo y recursos hipermedia.

La llegada a finales del siglo XX de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), reescribió visiblemente todas las formas comunicativas existentes hasta el momento. Todos los países del mundo, independientemente de

¹La manipulación consciente deviene distorsión voluntaria de la información, efectuada por los gatekeepers con el fin de crear representaciones (de objetos o sujetos) total o parcialmente diferentes a sus referentes reales. Por ello, la manipulación consciente descarta la distorsión involuntaria inherente al proceso subjetivo de producción de comunicación.

su desarrollo económico o cultural, se vieron afectados por la era de la informatización, aunque en algunos sectores impactó a sobremanera.

En relación a los procesos comunicativos, el arribo de las TIC implicó la reconfiguración de paradigmas y rutinas instituidas, además de la posibilidad de repensar teóricamente el nuevo panorama, modelos, y la praxis de sus profesionales.

El advenimiento de internet, con una audiencia, y accesibilidad por parte de los usuarios, superior a los otros medios, confirmó esta idea. Creó una brecha a escala social que sacudió a los grandes consorcios de la información activamente custodiados por los medios tradicionales. Perturbó sus delimitados procesos de acceso, producción y transmisión: "Internet emergió como una "red horizontal, multidireccional, descentralizada e interactiva, lo cual resulta poco frecuente en el caso de los medios de comunicación anteriores". (Echeverría, 1996).

La periodista Lisandra Oviedo (2009) reconoce que en estas instancias cualquier persona con acceso a la Red de redes podía editar contenidos y colocar al servicio de la comunidad virtual sus realidades. Generó la ruptura del paradigma de los receptores pasivos a la espera de la información. Porque ellos tuvieron la oportunidad de tomar la palabra y hacerse visibles, fuesen o no profesionales de la comunicación.

Por lo que la retroalimentación en los flujos comunicativos de los mass media, antes, tema permanente en las agendas investigativas de los comunicólogos, adquiere ahora otro matiz. El entorno digital impone nuevos retos en la relación con los receptores. Las TIC sugieren sujetos activos y más allá de un *feedback*, brindan la posibilidad de interactividad. Personalización, actualización constante, multimedialidad e intercambio de roles están presentes en el escenario que perfilan.

Ya sea periodismo digital o comunicación hipermedia en general, se aduce una concepción de trabajo distinta pues esta nueva infraestructura posee la fusión de los formatos tradicionales adscriptos a cada uno de los medios, ya sea en imagen o sonido, o escritura plana. Otorgan la oportunidad de ejercer un periodismo en

vivo con la actualización informativa al momento y una interacción entre los usuarios abierta y participativa rompiendo con la linealidad de la prensa plana, la radio o la televisión.

Internet ha influido en los modos de hacer y decir del periodismo. Las herramientas de la World Wide Web (WWW) introducen cambios significativos en las redacciones periodísticas. Esta nueva oferta tecnológica va a remover el diseño, los contenidos, los géneros, los porcentajes temáticos y las secciones, los formatos, muchas de las rutinas de las redacciones, el trabajo personal del periodista, etc. (López, 2007)

Los medios de comunicación hoy día ya no se adaptan a estar presentes en la red, sino que se adecuan a las nuevas tendencias para mantener e incrementar el número de suscriptores. Los lectores de la era digital crean, comentan, comparten, y les interesa asumir también estos roles en las webs noticiosas lo que coincide con el rol de los periodistas que trabajan para las paginas digitales y el criterio de numerosos autores.

El Periodismo Hipermedia es aquel que se ejerce desde y para la producción de contenidos en diversos formatos hipermedia. Se caracteriza por un lenguaje periodístico que aún está construyendo su propia gramática, lo que supone nuevas competencias profesionales para enfrentar este proceso y/o producto comunicativo. No hace referencia solo a los periodistas tradicionales que producen textos para publicarlos en la red, sino, en mayor grado, se refiere a aquellos que tienen competencias en el manejo de herramientas tecnológicas y las integran a su ejercicio profesional para producir contenidos con formato hipermedial. (Tejada, 2007)

No obstante, la presente investigación reconoce el Periodismo Hipermedia según la definición de la Profesora Milena Recio (2006), quien plantea que "Es una forma de ejercicio del periodismo que depende de su inserción en redes digitales y que se expresa fundamentalmente, en toda su amplitud, a través de la aplicación de la

web. Recurre a las herramientas funcionales y organizacionales que posibilita esta aplicación, fundamentalmente el hipertexto, la interactividad, la multimedia y la actualización prácticamente continua que fomenta la publicación y el manejo de información en tiempo real".

Esta definición guarda relación con la que al respecto hace la Licenciada Arianna Oviedo (2009) cuando expresa que el modelo tradicional de producción periodística se basa en horarios de cierre de ediciones casi siempre rígidos, debido a sus características y rutinas productivas.

La prensa impresa debe cerrar, imprimir y distribuir sus ejemplares; la radio y la televisión acogen los materiales de los reporteros destinados a noticieros, revistas y boletines informativos con horarios precisos. Sin embargo, para la nueva plataforma en estos términos ni siquiera el tiempo está limitado.

La flexibilización en las frecuencias de las actualizaciones, la renovación y reedición de los contenidos y el desvanecimiento del cierre único supone un cambio significativo en las rutinas productivas, pues: permite corregir errores y actualizar los contenidos siempre que se hallen nuevos elementos para dar seguimiento a la información o un suceso en desarrollo. Las tendencias actuales dictaminan que muchos medios colocan en los textos periodísticos la hora y la fecha de la próxima actualización como una marca de novedad y actualidad constante.

1.2 Hipertextualidad, multimedia e interactividad.

Según Gilster (1997) el hipertexto contribuye a la "nueva geografía de la información" Constituye la posibilidad que herramientas web 2.0 ofrecen para que el lector "salte" de un texto a otro, de un nodo a otro, creando así su propio itinerario de lectura y aprendizaje.

El hipertexto abre a los periodistas amplias posibilidades de guiar a los internautas por diferentes direcciones, tanto dentro de la misma noticia, como fuera, en el caso de que incluya hipervínculos externos a otras páginas web. El lector tiene diferentes opciones de construirse su propio itinerario, en una experiencia maleable y personalizada.

Pero también puede perderse entre unos enlaces y otros, puede acabar leyendo un texto o viendo unas imágenes que no tienen nada que ver con su intención inicial. Y es posible que ni siquiera lo haga de forma absolutamente voluntaria, sino sin saber muy bien cómo y por qué ha llegado hasta allí. (Gilster, 1997).

Cassany (2006) explica de forma fundamentada cómo el hipertexto puede resultar guía o manipulación del lector, por tanto, tiene que estar en condiciones de realizar una aproximación crítica, de discernir la credibilidad y seriedad de las fuentes de la información que encuentra, de diferenciar a qué se le concede énfasis y por qué, de valorar por qué se pueden ofrecer determinados hipervínculos, pero no otros.

Para Joan Tomas Pujolá (s,f) esta no sólo implica la capacidad de comprender y usar información en múltiples formatos y a partir de fuentes diversas que se nos ofrecen por ordenador, sino que se trata de una literacidad crítica en la que tenemos que valorar la credibilidad de las fuentes, comprender la estructura hipertextual.

Ambos autores abogan por la elevación de las competencias de los cibernautas con respecto al uso de los hipertextos pues su abuso puede acarrear el fenómeno de la superabundancia de información o la desviación de la temática que inicialmente estuvieron consultando, aunque en este sentido se ha ido ganando en experiencia pues la interactividad propicia que los cibernautas accedan a las redes, y también intercambien criterios con los redactores de noticias.

La multimedialidad se entiende en el contexto de la prensa digital como "la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada" (Abadal; Guallar, 2010, p. 42).

Así se caracteriza a la prensa hipermedia. Queda de manifiesto en la bibliografía especializada, donde aparece siempre como elemento esencial de los medios digitales o las redacciones, en tanto sus formas principales son definidas como la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad.

Si lo multimedia distingue y singulariza los diarios en internet de sus precedentes impresos, una de las claves de la evolución de los medios digitales ha sido la progresiva superación del modelo de publicación "deudor del medio impreso y la incorporación de un modelo propio, en el que en su etapa actual tiene una presencia destacada la multimedialidad". (Abadal; Guallar, 2010, p. 42)

Cabrera-González (2001) refiere que esta evolución se ha explicado en una serie sucesiva de fases, donde se distinguen de modo adaptado (adaptación de los contenidos impresos al formato digital de manera muy elemental), digital ((creación propia para el entorno de internet, con la utilización de las características antes señaladas) y el multimedia digital con (el sistema anterior con plena utilización de elementos multimedia), y la fase planteada por Abadal y Guayar (2010) denominada multimedia social (incorporación de contenidos multimedia y sociales).

Cabe destacar que la secuencia de incorporación de los diferentes formatos no ha sido homogénea: primero fue la fotografía, que ya estaba presente prácticamente desde los orígenes de la prensa digital; después las infografías, y por último el video, mientras que el audio ha tenido hasta el momento una presencia más testimonial o anecdótica, aunque de manera paulatina se incorporado en radioemisoras tradicionales como sello de identidad.

La interactividad se fue desarrollando en la medida que los medios de comunicación fueron operando en consonancia con respecto a los avances tecnológicos característicos de las últimas décadas, dada la aparición de nuevos actores (las redes sociales), que al decir de Varas y González (2016) "no solo comparten con aquellos la gestión simbólica del espacio público, sino también los beneficios procedentes de la publicidad".

En ese sentido, el desplazamiento del filtrado o gatekeeping hacia la observación o gatewatching (Bruns, 2008) fomenta una anulación parcial de las fuentes, una erosión progresiva del contraste, un alejamiento de ese mito de la objetividad. Además, supone la aceptación profesional de la injerencia ciudadana dentro de la

preparación del mensaje, algo que modifica sustancialmente el entorno informativo.

Pero la incorporación de la interacción dentro de la cotidianidad organizacional exige también la reconfiguración del rol del periodista, al tener que integrar a las audiencias como cocreadores simbólicos, con la adaptación de los géneros tradicionales o la aparición de nuevos géneros periodísticos, así como un rediseño de la información y una presencia constante del otro entre las rutinas profesionales, ya que la interacción se relaciona también con aspectos como la arquitectura de información o la usabilidad (Rodríguez, Codina & Pedraza, 2012).

Por otra parte, la interactividad es una característica definitoria de los cibermedios y, a la vez, es un concepto que en palabras de Rost (2014) " tiende un puente entre los medios y los lectores o usuarios, porque permite abordar ese espacio de relación entre ambas partes y analizar las diferentes instancias de selección, intervención y participación de los contenidos de un medio".

La retroalimentación suscitada entre los profesionales de la comunicación y los usuarios permite crear un reflujo informativo que le otorga a internet, ya no solo su presencia en los formatos tradicionales de los medios (prensa escrita, audio, televisión), sino que ofrece la posibilidad en el mismo momento del hecho intercambiar con las mismas fuentes, buscar otros puntos de vista, y así elaborar una información más completa y objetiva.

A criterio de Rost (2001) la interactividad está vinculada con la digitalización de los contenidos en los nuevos medios y con un flujo de los mensajes que se diferencia de lo predominantemente unidireccional que plantean los medios de comunicación tradicionales. Los nuevos medios plantean un flujo bidireccional que implica una interacción de los receptores con los contenidos y los autores de esos.

La interacción aduce un cambio sustancial en el modo tradicional de llevar a cabo las dinámicas de producción, pues la comunicación rompe las barreras de la unidireccionalidad, los usuarios son participantes activos en la confección de la

noticia, y su presencia ya se torna plausible tanto en la recogida del material informativo, su selección, y aún más en su presentación.

1.3 Dinámicas de producción.

Varios autores, como: Catalina Arango Villegas (2007), Roger Ricardo Luis (2007), Jesús Naya (2004), Justo Villafañe y Ernesto Bustamante (1987), se han dedicado al estudio de la producción informativa dentro de los medios de comunicación, describiendo la complejidad de los emisores y las rutinas en la que estos se desenvuelven.

Algunos de ellos, se centran en el estudio del proceso de construcción noticiosa. En este sentido, no se excluye el estudio del trabajo en los medios de comunicación, cuya función es entretener, informar y construir la realidad social dentro del contexto donde se insertan. Catalina Arango Villegas (2007) afirma que:

Las rutinas determinan los tratamientos y de cierta manera homogenizan los informativos, pero como en cualquier empresa, la lógica de la división del trabajo mediante la rutina y la edificación de una cadena o proceso de producción, asegura un nivel de productividad, valga la redundancia, del empleado. Para el caso de un medio de comunicación como la radio, se requiere que el producto esté listo y salga en determinado momento, pues bien, las rutinas optimizan y aseguran ese cumplimiento.

El profesor cubano Roger Ricardo Luis (2007), en aras de aportar un concepto más abarcador de rutinas productivas, propone definir las como el conjunto de acciones y normas surgidas de las exigencias que genera la dinámica productivo-editorial-tecnológica de una empresa mediática y el intenso proceso de mediación objetivo presente en cada uno de sus fases (recolección, selección y presentación).

En ellas se evidencia, además, el aprendizaje profesional derivado de ese quehacer que llega a asociarse, como regla, a la repetición y las costumbres y tienen su repercusión en el resultado final de la labor.

Los medios son un factor clave en el diseño de la arquitectura social, pues las empresas periodísticas al narrar el acontecer mediante la producción de noticias, propenden a la prevalencia de determinadas visiones del acontecer público; es decir, lo que el periodista e investigador mexicano Salvador de León Vázquez (2003) define como construcción del espacio público dentro de las sociedades y, por ende, de la realidad (Ricardo, 2007).

En estas organizaciones se insertan el número de periodistas, de realizadores de programas y su distribución, con las condiciones materiales, técnicas y humanas. Dichos elementos condicionan y limitan el trabajo. Estas instituciones mediáticas requieren métodos de producción que sean afines a sus maneras de enfocarse hacia la sociedad.

Como las instituciones mediáticas poseen particulares métodos para organizar la producción, sus aparatos administrativos y burocráticos permanecen diseñados de forma tal que posibilitan una estabilidad desde el inicio hasta el final del proceso (Naya, 2003).

La producción de mensajes no es resultado de intereses individuales de los emisores, sino que estos están condicionados por la realidad social, donde los medios de comunicación ocupan un lugar fundamental. Los factores estructurales y organizativos se identifican entonces como las normas operativas que rigen el decursar productivo.

Para hablar del proceso de producción o construcción de la noticia hay que referirse a las rutinas periodísticas propias del medio. Goffman (1974) en su libro *Sociología de la Vida Cotidiana*, describe las rutinas como todo el trabajo regulado que se realiza en la vida cotidiana, el cual constituye una parte fundamental de la socialización y permite la agilidad y eficacia de una tarea. "Al referirse a las rutinas de producción, no solo se incluyen las formas organizativas del trabajo cotidiano, sino también una forma de pensar la realidad, una visión de mundo".

Es así como se relacionan las rutinas con las ocasiones menores de la vida, en tanto describen con detalle las reglas que controlan las interacciones de la vida cotidiana, lo obvio, lo que se hace automáticamente. Goffman (1974), propone

estudiar, no solo las instituciones totales, las estructuras; " el interés se desplaza de los aspectos minúsculos, de las situaciones sociales, de las realidades tan sólidas como las instituciones, a aspectos todavía más fugaces, en realidad informales y heterogéneos en relación con los cuales el intento de hallar reglas y elementos normativos, resulta todavía más arduo".

Los medios sociales y la web 2.0 están propiciando numerosas transformaciones en el contexto periodístico. Uno de los cambios más importantes tiene que ver con la emergencia de un nuevo ambiente informativo que implica una reorganización en profundidad de la producción y circulación de noticias.

Así lo entiende Chadwick (2011) en Fenton (2010) cuando expresa que este nuevo ambiente informativo es el resultado de dos procesos clave: el aumento del número de actores que intervienen en la cadena de producción de noticias y los cambios en el flujo informativo. Éstos últimos se concretan en cuatro aspectos esenciales: la aceleración en la difusión de noticias, el aumento de la flexibilidad en su distribución a través de múltiples plataformas, la abundancia comunicativa con la consiguiente fragmentación de la audiencia y la expansión global de la información.

Internet ha incrementado extraordinariamente la rapidez de circulación de las noticias (McNair, 2003), que se diseminan instantáneamente y de forma viral a través las redes sociales, como Twitter (Hermida, 2010; Heinrich, 2010). En este contexto, la cobertura informativa se produce en tiempo real y los medios digitales actúan con una lógica de actualización constante de las noticias instaurando un ciclo de noticias ininterrumpido (Karlsson y Strömbäck, 2010; Phillips, 2011).

Por otra parte, también se registra una mayor flexibilidad en la difusión de noticias. La información deja de estar circunscrita a un único soporte y circula por múltiples vías a partir de una distribución multiplataforma (Jenkins, 2006; Deuze, 2007). Como consecuencia, se configuran diversos y variados mercados de noticias más allá de los medios convencionales como los blogs, las redes sociales, los medios alternativos o el microblogging (Williams y Delli Carpini, 2011)

Entre las consecuencias de este fenómeno, sobresale la fragmentación de la audiencia, que, ahora, tiene mayores posibilidades para elegir y configurarse una

dieta informativa. Además, el nuevo ambiente informativo se basa en una fuerte expansión del flujo de noticias, que es, ahora, global.

La innovación tecnológica ha hecho posible el empoderamiento del público (Jenkins, 2006). Los ciudadanos están empezando a convertirse en actores activos del proceso informativo ya que pueden suministrar noticias a los medios, cuya plasmación son el periodismo ciudadano y los contenidos generados por el usuario. (Hermida y Thurman, 2008). Incluso, pueden contestar, monitorizar o vigilar la cobertura informativa de un acontecimiento realizada por los medios convencionales (Schudson, 1998; Deuze, 2008; Keane, 2009; Casero-Ripollés, 2010; Feenstra, 2012).

La elaboración de noticias se está, así, descentralizando y abriendo a nuevos participantes. El ambiente informativo se ha vuelto competitivo ya que el número de proveedores de información se ha multiplicado y no se limita sólo a los profesionales (Williams y Delli Carpini, 2011). Este proceso está rompiendo el monopolio de las Élite periodísticas y políticas sobre la construcción de las noticias (Casero-Ripollés, 2010). Éstas se ven obligadas a interactuar con los ciudadanos y los nuevos actores informativos en la producción y distribución de las noticias.

Las prácticas de producción actúan dentro de situaciones estructurales concretas que de una forma u otra influyen en la organización del trabajo. Giovanni Cesáreo (1986), refiere que "la producción se determina por los criterios de selección; entretanto, las rutinas, se refieren a los códigos, normas y valores compartidos dentro de la organización".

Wolf (2000) resume el proceso de producción informativa en tres actividades fundamentales: la recogida, la selección, y la presentación. Justo Villafañe y E. Bustamante (1987) coinciden con la propuesta de Wolf y, además inquietan que la recolección se basa en el uso y credibilidad de las fuentes, en tanto la selección de los elementos noticiables se realiza según la importancia de los criterios recopilados y su posterior utilización. De esos aspectos depende la calidad de la presentación.

Dentro de la escuela norteamericana de comunicación y periodismo también se realizaron desplazamientos teóricos que conducían a la existencia de un mayor número de etapas dentro del proceso de producción informativa, lo que permitió una óptima profundización en el estudio de las dinámicas producción. El catedrático Ivor Yorke (1987) describe las mismas etapas a las que hacían alusión Wolf (2000) y Villafañe (1987) solo que su modelo estaba aplicado a las rutinas de la televisión.

No obstante, la única diferencia estaba signada por la captación de imágenes incluida en la etapa de selección, aun así, si este aspecto era sustituido por la captación de material auditivo nos encontraríamos ante la descripción del proceso productivo de la radio. De esta forma la recogida o recopilación y selección complementan el proceso de preproducción, en tanto la presentación queda relegada a la postproducción.

1.3.1 Recogida del material informativo

La recogida de la materia prima con la que se construirá la noticia exige del periodista conocer las vías para obtener la información; tales como acceso a las fuentes, selección y tratamiento de las mismas y métodos de recogida de los elementos informativos. Brad Kalbfeld (Naya, 2003), escribe que:

Como la Red conecta entre sí a incontables computadoras en todo el mundo, esto hace de la Internet una herramienta de investigación y reportaje que no tiene paralelo. Un reportero de hoy día, con unos pocos minutos de búsqueda en la *World Wide Web*, puede encontrar información que hace apenas una década le habría exigido horas de costosas llamadas telefónicas. Además, la Web ha hecho posible entrevistar a alguien sin sostener, en realidad, una conversación. Si no se puede llegar a una fuente noticiosa por teléfono, siempre se le puede enviar un correo electrónico.

Sin embargo, el propio Kalbfeld (Naya, 2003) señala que paradójicamente, esto significa también que estar allí para cubrir la noticia es más valioso que nunca dada la importancia que tiene disponer de hechos que tengan firme solidez, lo cual

es coherente con el hecho fundamental de la comprobación de la información e identificación de su fuente, llamada a determinar la diferencia entre noticia y rumor. Desde la óptica de Gaye Tuchman (1983) "la identificación de las fuentes está alojada en maneras socialmente estructuradas de comprender el mundo de todos los días". Héctor Borrat (1989) subraya que:

El periódico busca conquistar y mantener el acceso a las fuentes que mejor le convenga para satisfacer cada una de sus necesidades informativas. Pero al mismo tiempo es buscado por aquellas fuentes que quieren lograr, para sus propios mensajes, el acceso a la actualidad periodística por él producida y la consiguiente difusión masiva que él les asegura.

Existe un buen número de denominaciones, pero resulta viable el hacerlo a partir de los desplazamientos realizados por Mauro Wolf (1989), o sea, las fuentes rutinarias y las no rutinarias. El primer grupo está integrado por las instituciones, dirigentes, especialistas en determinadas materias, divulgadores, agencias de noticias, otros medios, declaraciones de gente común que legitime la posición oficial y todos los acontecimientos programados o sugeridos por ellas, por ejemplo: conferencias de prensa, recibimientos, cumplimientos de planes productivos, entre otros.

Las posibles clasificaciones de las fuentes son muy distintas, según el parámetro al que se remitan: por ejemplo, se pueden distinguir las fuentes institucionales de las oficiosas, o bien las estables de las provisionales; una categorización distinta separa las fuentes activas de las pasivas, según el nivel de uso y el tipo de relaciones que se instituye entre fuente y aparato de información. Fuentes centrales, territoriales y fuentes de fase, son categorías establecidas no sólo por la localización espacial de dichas fuentes, sino también por el tipo de utilización que de ellas se hace respecto a la importancia y a la noticiabilidad de los acontecimientos. (Wolf, 1989)

Para la recepción de la información suministrada por las fuentes rutinarias se disponen de diferentes vías. Sobresalen las agencias de prensa y sitios

electrónicos, imágenes de las televisoras internacionales, fuentes institucionales que entregan materiales cómodamente adaptables en la producción para internet. Las no rutinarias se integran por la consulta a fuentes pasivas, ejemplo de ello son las efectuadas en bibliotecas, datos y archivos de instituciones y del gobierno, acontecimientos imprevistos como las catástrofes naturales.

Otros autores definen a las fuentes según la relación que tengan con los emisores. Giovanni Cesáreo (citado en Luzón 2001) las clasifica como activas y pasivas; sin embargo, según esta catedrática el investigador español Héctor Borrat (1989) es quien más ha profundizado en su clasificación, al denominarlas abiertas (necesitan ser buscadas para que brinde la información), espontáneas (asume ella misma la iniciativa de brindar la información), ávidas (toma ella misma la iniciativa, pero con un grado mayor de urgencia) y compulsivas (elabora estrategias de comunicación eficaces para obligar a los medios a publicar la información).

A juicio de Carrizo Sainero (s,f) se consideran fuentes de información a los materiales o productos, originales o elaborados, que aportan noticias o testimonios a través de los cuales se accede al conocimiento, cualquiera que este sea».3 Martín Vega (s,f) afirma que «se entiende por fuente todo vestigio o fenómeno que suministre una noticia, información o dato.

La investigadora cubana Livia Reyes (2003) en su Manual de fuentes de Información se haya el concepto de fuentes de información más completo, pues se refiere a los números afluentes de las cuales se pueden nutrir. Por tanto, además de los acervos bibliográficos clásicos libros, revistas, medios de prensa, personas se les suman colecciones de imágenes, de sonidos, hipermedias, materiales bióticos, organizaciones, redes de comunicación; y todos ellos, sean objetos o sujetos, son portadores, generadores o transmisores de información.

Entonces, ¿qué es una fuente de información? "Todo objeto o sujeto que genere, contenga, suministre o transfiera información". (Reyes,2003) Esta definición, sin ser la única, es lo suficientemente abarcadora e integral, y permite distinguir con facilidad las cualidades fundamentales que debe poseer un objeto o sujeto para ser considerado una fuente de información.

En este sentido la información puede tener distintas génesis. Esto significa que sobre una misma temática se pueden tener varias fuentes, y su utilización sirve para contrastarlas, contraponerlas y enriquecer las noticias para que el público saque sus propias conclusiones, en este sentido Luzón (2001) advierte.

El poder de las fuentes es uno de los elementos de análisis que con mayor asiduidad se ha utilizado en el estudio de las fuentes de información. La concepción de la prensa como cuarto poder y su capacidad de influencia sobre la opinión pública han consolidado la creencia de determinadas fuentes de la importancia de que sea su versión de la información la que llegue a la audiencia, por tanto, la influencia de las fuentes es trascendental a la hora de proceder a su selección.

El profesional de los medios establece pautas de comportamiento estables donde la recogida de la información es el objetivo principal: consulta a otros medios, recogida de convocatorias, llamadas telefónicas. La rutina es diferente según las necesidades. La red de fuentes que los aparatos de información estabilizan como instrumento esencial para su funcionamiento refleja por un lado la estructura social existente, y por otro lado se organiza sobre la base de las exigencias planteadas por los procesos productivos.

Las fuentes oficiales tendencialmente cubren, mejor que las demás, dichas necesidades organizativas de las redacciones. Desde el punto de vista de los periodistas, las fuentes deben ser fiables de modo que la información suministrada requiera el menor número posible de controles. En caso contrario, la noticia debería ser comprobada al menos sobre la base de dos fuentes distintas, el problema de la fiabilidad pasa del periodista a la fuente explícitamente citada en la noticia. (WOLF. 1989)

Los periodistas comúnmente desarrollan relaciones estrechas y prolongadas con sus propias fuentes, que terminan convirtiéndose en fuentes personales, hecho que suscita la simplificación, y al mismo tiempo la complicación del trabajo pues se crea una dependencia justificada entre ambos entes. No obstante, las fuentes

juegan un papel primordial a la hora del procesamiento de la información brindada por ellas, su selección y, posterior jerarquización y presentación.

1.3.2 Procesamiento de la noticia: La selección

Desde el momento que el periodista decide cuáles son los temas que abordará en la confección de la noticia estará ejerciendo la selección. De acuerdo con la característica del medio al cual se supedita, un número indeterminado de acontecimientos serán editados, reelaborados para convertirse finalmente en una noticia.

También las características restrictivas de los valores noticias asumen un rol protagónico al poseer características que hacen ineludible el proceso de selección. Los seleccionadores deben valorar el formato, el tiempo o el espacio informativo, así como las particularidades específicas del medio. Con respecto a la anterior afirmación Wolf (1987 p. 145) sentencia:

Proceso complejo, que se desarrolla a lo largo de todo el ciclo productivo realizado por las distintas estancias (desde las fuentes hasta el redactor individual) y con motivaciones no siempre obedecen inmediatamente a la directa necesidad de escoger que noticias deben ser publicadas.

En la selección del material informativo intervienen varios factores tanto de carácter interno como externo, subjetivos u objetivos, las presiones políticas a las cuales pueden estar sometidas las estructuras jerárquicas dentro de la empresa periodística, incluso presiones ejercidas por la sociedad y sus particularidades. Según Mario Kaplún (s,f) en *Producción de programas de radio*:

De este diagnóstico surgen los criterios selectivos con que tendría que manejarse un buen servicio informativo. Este debería priorizar las noticias serias, que realmente importan, especialmente las que conciernen al desarrollo nacional; relevar los hechos políticos y económicos; conceder la debida importancia a los problemas sociales y a las cuestiones laborales y gremiales; dar el lugar que les corresponden a las noticias que se relacionan con la educación, así como también a las culturales, científicas y técnicas.

Rodrigo Alsina (1989) asume tres grados de selección. El primero consiste en el derecho de acceso o de entrada de un acontecimiento al circuito informativo. El segundo está matizado por la jerarquización, los seleccionadores atribuyen una mayor o menor importancia a los acontecimientos. El tercero o tematización la define como "la selección ulterior del universo informativo dos veces seleccionados de los grandes temas en los cuales concentrar la atención pública y movilizar decisiones."

En esta instancia los jefes de información desempeñan un papel de suma importancia pues son los encargados de decidir cuáles son los trabajos que conformaran el contenido informativo. En su poder debe existir toda una red de fuentes que le permitan llevar a feliz término los noticiarios que se transmiten diariamente.

Debido a la dinámica inherente a la empresa periodística, se precisa que también las fuentes tributen a una agilización de los procesos productivos. Los medios masivos tienen en cuenta algunos factores cuando se trata de localizar las fuentes más adecuadas para satisfacer sus requerimientos. La fiabilidad de la fuente es el primer requisito a tener en cuenta. Luego, se suman otros como la credibilidad, la autoridad o la productividad que genere.

La necesidad de que la fuente sea productiva, es una de las razones por las que se privilegian las fuentes institucionales en los sistemas mediáticos. No sólo porque suministran suficiente material para confeccionar productos informativos; sino porque garantizan la satisfacción de los demás requisitos.

Más allá de que los estudios sobre el *gatekeeping*, tal como se plantearon originalmente, hayan sido superados por tesis más completas de investigación, la tarea de selección de la información sigue siendo objeto de estudio, porque es una de las etapas primeras de lo que se denomina *newsmaking*. Y así lo considera Stella Martini (2009), cuando afirma que:

El *newsmaking* exige y articula dos instancias, la selección de la información, a través del reconocimiento de los valores que hacen noticiable a un acontecimiento, y su conexión con las fuentes y contextualización e interpretación de esa información.

Es decir, la forma en que esos valores que marcan el hecho elegido son procesados en la noticia para posteriormente realizar un último proceso de recontextualización logra un acabado noticioso acorde a los propósitos del medio y las necesidades comunicativas del público.

Los valores noticiosos son los factores o propiedades que se convierten un hecho en noticia, es decir, los criterios empleados por los medios de comunicación para seleccionar que acontecimientos de la realidad son noticiables y cuáles no lo son, tales como la celebridades, la consonancia, la continuidad, la curiosidad la desviación, la emoción el drama personal, el entretenimiento, la falta de ambigüedad, la novedad, la proximidad geográfica, el impacto social o el valor educativo, según las nomenclaturas diversas elaboradas por Galtung y Ruge (1965).

Son los valores que de manera más o menos implícita dan forma a las noticias que publican los medios. Los hechos acaecidos en la sociedad son sometidos a un proceso de selección para escoger aquellos que, en función de dichos valores poseen la cualidad para ser noticia periodística en un contexto social y político determinado (Humanes, 2001)

En palabras de este autor las noticias no son un reflejo de la realidad, sino una representación de la misma, una reconstrucción de los acontecimientos en forma de discurso, resultado de varios factores entre los que se encuentran los procesos de selección llevados a cabo por los periodistas, las condiciones de producción y los formatos de los medios.

Esto implica que los valores noticia no son solo características intrínsecas de los hechos narrados, es decir propiedades que radican en la naturaleza del evento noticiable, sino también derivan de los intereses de la audiencia, sirviendo de guía al periodista para seleccionar y construir la noticia al mismo tiempo.

Nociones avaladas por los juicios de Golding y Elliot (1979.p114) cuando afirman que los valores noticia son "(...) *criteria of selection from material available to the newsrroom of those items, suggesting what to emphaise, what to omit, and where to give priority in the presentation of the items to the audience*".

Los valores noticia, además, son un sinónimo de los valores sociales con los cuales los públicos se identifican, logrando una dependencia de contexto sociocultural e histórico que se esté gestando en el momento que opera el medio de comunicación. En resumen cada valor representa un estamento de carácter global o local dentro de las relaciones del mundo moderno se aplican o adecuan de acuerdo al entorno comunicativo circundante.

Los valores noticia a criterio Hogdson (1990) funciona como normas de trabajo o de referencia que guían la elección, priorización, clasificación y presentación de los hechos convertidos en noticia, es decir, son pautas para llevar a cabo la recogida y la producción de las noticias.

1.3.3 La presentación

En esta fase se confeccionan y presentan los acontecimientos en los límites de la rigidez del formato y duración de los informativos. El trabajo consiste en anular los efectos de los límites provocados por la organización productiva, para que la información aparente ser un exacto reflejo de la realidad. La fragmentación de los contenidos y de la imagen de la realidad social tiene lugar en el intermedio de estas dos acciones:

Mientras todas las fases precedentes operan en el sentido de descontextualizar los acontecimientos de su marco social, histórico, económico, político, cultural, en el que se producen y en el que son interpretables (es decir, en el sentido de plegar los acontecimientos a las exigencias de la organización del trabajo informativo), en esta última fase productiva, se realiza una operación inversa, de recontextualizarlos, pero en un marco diferente, en el formato del informativo (W olf, 2005: 147).

El *editing* en los informativos tiene la función de transformar el hecho en una historia, donde se muestra el principio, la parte central y el final. Se intenta presentar de manera breve el objeto de la noticia. Con esta actividad se focaliza la atención en los rasgos más destacados del acontecimiento (*highlighting*).

Gil (1999) plantea que también la instantaneidad del medio digital altera las rutinas de presentación en cuanto a la extensión de la información, que no responde ya a

un número determinado de páginas, de minutos o a una programación preestablecida. Pero el hecho de que el producto virtual no posea límites de espacio no puede representar la pérdida de la densidad informativa.

En los cibermedios, el periodista propone, pero el lector dispone. Por lo tanto, “los periodistas deben aprender a incluir la información con cordura: si en la redacción impresa la extensión de la información venía delimitada por el papel, en la web la delimitan el tiempo y el interés del lector” (Salaverría, 2005, p. 147).

No existen normas de estilo propias del ciberespacio. Los parámetros que denotan estilo en el periodismo tradicional encuentran perfecto acomodo al nuevo soporte. Dado su carácter general y atemporal, Strunk y White (1935) recomiendan “trabajar desde un diseño adecuado, no escribir de forma recargada, evitar adjetivaciones, así como figuras retóricas abundantes”.

El usuario, al contrario que el lector, tiene a un solo clic la posibilidad de cambiar de medio, por lo que es fundamental que la primera impresión, el primer golpe de vista, responda a sus necesidades con una jerarquización actualizada que combine lo más reciente con lo más importante, una selección adecuada de los contenidos y un acompañamiento multimedia (Ramos, 2014, p. 10).

La pérdida de los criterios que guiaban la jerarquización noticiosa en el periodismo tradicional con respecto al cibermedio, se encuentra asociada a factores entre los que figuran, a criterio de Armentía (2000):

La pérdida de la sensación de vinculación de los textos dentro de un contexto temático (la sección), la desaparición del concepto de página, supeditando el valor de las informaciones al orden con el que se presentan y al tamaño de estas; el número de columnas que ocupa una información al presentar en la prensa digital todos los textos en una única columna, con lo que el público pierde una referencia jerárquica más; y la deficiente utilización de los elementos gráficos que debilita la utilización de la fotografía como un elemento imprescindible en la jerarquización de las informaciones.

La presencia inicial de los medios en las redes sociales consistía en agregar un botón que permitiera compartir una determinada noticia en una red social. “Esta

realidad ha evolucionado hasta la creación de verdaderas comunidades de participación ciudadana y perfiles de medios de comunicación en las propias plataformas sociales para llevar a cabo eficientes estrategias de fidelización de audiencias” (Herrero-Curiel, 2012, p. 9).

En el caso de los noticiarios, el *editing* es un elemento de alto valor en el momento de facilitar la comprensión de los mensajes, de suscitar reflexión y sentimientos ante determinadas fecha o acontecimientos de índole emotivo e informativo digamos un día de las madres, de la patria etc. Todo ello tan solo con el orden o alteración del orden de las secuencias de imágenes, en la conjugación de música, y efectos, y un sinnúmero enorme de herramientas que permite.

Wolf (1987, p. 148) afirma que el *editing* tiende a dar una representación sintética, necesariamente breve, visualmente coherente y posiblemente significativa, del objeto de la noticia impuesto por las exigencias y las técnicas productivas.

Según Wolf (2005), el *highlighting* y el *editing* penalizan, en la confección de las noticias, los aspectos relativos a su carácter de proceso inscrito en la dinámica social y acentúan los momentos de mayor importancia, los resultados, las desviaciones de la norma (comportamientos insólitos o negativos). Por tal motivo, las rutinas productivas determinan y refuerzan la distorsión involuntaria, al margen de la conciencia del periodista, y originada en las estructuras informativas y en el trabajo redaccional.

A la hora de presentar las noticias, los periodistas intentan ser claros y simples. Ello obedece a la valoración que hacen sobre la capacidad del público para comprender los términos utilizados en el informativo. Esta imagen instructiva parece reafirmar la utilidad social de la profesión. A pesar de la preocupación por el público, los periodistas desarrollan estrategias para estar a su servicio, pero sin dejarse condicionar por él.

Como el periodista no sabe realmente cuáles son los conocimientos del público, debe resolver esta interrogante mediante deducciones sobre el estado de sus conocimientos e incluso, de sus preferencias. Wolf (2005) afirma que el problema de la importancia que poseen las aseveraciones (más implícitas que explícitas) sobre

el público tiene bastante que ver con la operación de recontextualizar el contenido informativo en el marco definido por el formato:

Dichas aseveraciones representan la parte del formato más directamente vinculada a la exigencia de mantener abierta la relación comunicativa, representando así los elementos de composición, estilísticos y formales, dirigidos a la necesidad de respetar, en el marco del formato, las supuestas exigencias del público como destinatario (W olf, 2005: 150).

La fase de presentación viene a cumplimentar todo un ciclo con respecto a las dinámicas de producción de los emisores en las empresas periodísticas. Resume también los modos de creación de los noticiarios y sostienen un papel preponderante al encabezar el proceso comunicativo en cada *highlighting*, así como sus altos grados de depuración en cada *editing*.

Las motivaciones son disím iles y varían según el contexto, pero como prerrogativa fundamental se encuentran las necesidades comunicativas de los públicos que los medios deben tratar de satisfacer sin dejar que esta realidad condicione los modos de proceder del periodismo, ni tergiversar los escenarios actuales de la comunicación.

2. Referentes Metodológicos de la investigación

2.1 Métodos y técnicas

Para el estudio de las rutinas productivas se recurre al empleo de varios métodos y técnicas con el objetivo de lograr un entendimiento de la labor que se realiza en la página web de la Radioemisora CMHW. Por ello esta tesis tiene un carácter comunicológico de acuerdo con los preceptos expuestos por la Sociología de los Emisores (*Gatekeeping* y *Newsmaking*) en la Teoría de la Comunicación.

Con el objetivo de describir los procesos productivos se parte desde la perspectiva cualitativa donde se busca un enfoque natural hacia el objeto de estudio con la participación de un investigador que estudia la realidad en su contexto para intentar sacar sentido, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas.

Método Bibliográfico Documental: se emplea con el propósito de sustentar teórica y metodológicamente el presente estudio, teniendo en cuenta a las rutinas productivas como categoría analítica.

La Revisión Bibliográfica Documental es una técnica siempre usada en una investigación. Se ha utilizado principalmente para la elaboración del capítulo teórico y el metodológico, en tanto permite detectar y seleccionar, los materiales bibliográficos que tributen a la recopilación de información necesaria para dar respuesta al problema de investigación.

Método Etnográfico: Al decir de Gregorio Rodríguez (2002) persigue la descripción o reconstrucción analítica de carácter interpretativo de la cultura, forma y estructura social del grupo investigado “Desde nuestra perspectiva la entendemos como el método de la investigación por el cual se aprende el modo de vida de una unidad social concreta.”

Además, se asume como método principal para el estudio de los procesos productivos, y las técnicas observación participante y entrevistas estructuradas y semiestructuradas al Director de la radioemisora CMHW Alexander Jiménez, la Editora Web Xiomara Rodríguez, al diseñador web Sadiel Mederos Bermúdez, a la periodista y webmaster Mariley García y la ingeniera Elisa Zurita, así como el empleo de grupos focales, con el fin de describir las rutinas productivas de los periodistas de www.cmhw.cu.

También se aplica el Análisis de contenido cualitativo como técnica, que según Laurence Bardin (1996 p. 32) es “el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes”

En tanto la observación participante como técnica interactiva permitió la recogida de información que requiere una implicación del investigador en los acontecimientos o fenómenos que está observando, de igual modo favoreció un acercamiento del observador a las experiencias en tiempo real que viven personas e instituciones.

Teniendo en cuenta la interdisciplinariedad de la presente investigación, cimentada en referentes teóricos de las ciencias sociales y humanísticas, en función del objeto de estudio, la presente tesis queda triangulada metodológicamente por la utilización de los métodos Bibliográfico Documental, el método Etnográfico, y las técnicas: revisión bibliográfica documental, la observación participante, entrevistas estructuradas y semiestructuradas, el análisis de contenido cualitativo y el empleo de los grupos focales.

2.2 Categorías analíticas, conceptos y operacionalización

Periodismo Hipermedia. Es una forma de ejercicio del periodismo que depende de su inserción en redes digitales y que se expresa fundamentalmente, en toda su amplitud, a través de la aplicación de la web. Recurre a las herramientas funcionales y organizacionales que posibilita esta aplicación, fundamentalmente el hipertexto, la interactividad, la multimedialidad y la actualización prácticamente continua que fomenta la publicación y el manejo de información en tiempo real. (Recio, 2006)

Rutinas productivas Conjunto de preceptos, valores y fundamentos estructurados en función de las dinámicas de producción noticiosa de los profesionales de la prensa, donde intervienen tres fases: la recogida, la selección y la presentación encargadas de formalizar los hechos de la realidad.

Recogida de datos para elaborar una noticia el periodista pone de manifiesto los valores noticia, recurre a las herramientas que le allanarán el proceso de confección, ya sea literatura, internet, trabajos publicados con anterioridad, las agencias, o simplemente de la forma más directa y tradicional, en el contacto con las fuentes, las entrevistas o la observación.

La Selección en cuanto define cuál información es más importante que otra, tiene que ver con los valores noticia que están presentes en casi todo el proceso de construcción de la noticia, evalúa a cuál fuente acudir, y una vez que se sienta a redactar, discierne a que parte del material recogido le conferirá más valor, ubicándolos en el lead o al final del texto. O sea, jerarquiza algunos tópicos y excluye lo que no va a usar.

La Presentación conduce a las formas de construcción de los mensajes emitidos y su correspondiente acabado en función de las necesidades educativas que el medio provee y la interpretación de estos productos.

Operacionalización

1- Rutinas productivas del Periodismo o Hipermedia

1.1- Fases del proceso productivo

1.1.1- Recogida del material informativo

1.1.1.1- Canales de recogida de la información

1.1.1.2- Trabajo con las fuentes de información

1.1.2- Selección de la información

1.1.2.1- Criterios de selección de las fuentes

1.1.2.2 Procesos de exclusión y jerarquización

1.1.3 Valores noticia asumidos en la selección

1.1.3.1 Presentación de la información

1.1.3.1.1 Elementos del Periodismo o Hipermedia

1.1.3.1.2 Hipertextualidad

1.1.3.1.3 Multimedialidad

1.1.3.2 Interactividad

Capítulo referencial

3.1 Breve contextualización histórica de la página digital de la CMHW

El Cuarto Congreso del PCC efectuado en 1991, revalidó los planos conceptuales de la prensa como ideóloga y exportadora de ideas, argumentando la legalización de los conceptos expuestos en el Tercer Congreso del PCC de 1987, en cuanto a “la función social de los órganos de prensa y los periodistas en la constante elevación del nivel de información a la población, como elemento decisivo para la promoción de una conducta consciente, el constante enriquecimiento de la cultura política del pueblo”. (Discursos y documentos del IV Congreso, 1992, p. 130).

Para finales de la década de los noventa, varios medios se adhirieron a estas orientaciones en el país: *Granma Internacional*, *Notinet*, *Cubahora*, *CubaWeb*, *Escambray*. Estos, internacionalizaron los contenidos y los valores cubanos, que, de acuerdo con las características de sus regiones geográficas, se encargaron de

las labores divulgativas. En este sentido, cabe destacar que las labores informativas recreaban el contexto social político-ideológico y social.

Debatiendo la necesidad de la promoción de los valores regionales, comenzaron a realizarse las primeras gestiones para configurar la naciente página web de la CMHW. Con el fin de dar cumplimiento a esta encomienda, fueron numerosos los trabajadores del medio que se sumaron a la concepción del proyecto, laborando en un espacio afín con la cotidianidad y el rescate de las tradiciones; así como el contacto con los compatriotas que no estaban en el territorio.

Elisa Zurita Lugones (comunicación personal, 2 de diciembre de 2015), describe que en el año 1998 realizaban un trabajo político ideológico fuerte, y comenzó a exigírsele a los periodistas, ingenieros de la radioemisora que trabajaran con estos medios. Una vez hecha la propuesta, se diseñó el formato que requería la página para el cumplimiento de los objetivos. Se advierte una serie de prioridades para la creación del sitio en sus inicios: una página sencilla, pero, como era una emisora radial, requiere de la presentación de programas, y la publicación (con audio incluido) de algunas noticias.

Aunque las condiciones materiales iniciales no eran óptimas, se hizo imprescindible la inauguración de la web de la CMHW en abril de 1999 para promover el desarrollo de la identidad local, instante en el que la redacción digital solo contaba con una computadora 486 con muy pocas prestaciones, un valor de memoria de 64 bits de RAM y un disco duro de 10 gigabytes.

El periodista Antonio García Acuña, con el asesoramiento de trabajadores de Copextel en materia de software, es el primer diseñador de la página y los *banners* informativos, luego se sumaron al proyecto, periodistas como Alicia Elizundia, Abel Falcón y Dalia Reyes. De esta forma se gestó el nacimiento de la web de CMHW, que significó el lanzamiento de una de las primeras páginas de emisoras provinciales que salió *off line*: un proyecto en el que se vieron inmiscuidos profesionales de Radio Sancti Spíritus, unidos al incipiente grupo de digitalización conformado por el periodista Iván Dárias, los ingenieros Alex Alberna, José Antonio Tápanes y Elisa Zurita.

Para el posicionamiento de la segunda versión del sitio, se incorpora al proyecto el grupo de informatización: Chasqui, de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas. Con esta inclusión se enriquece la página con ideas novedosas propuestas por ellos, hasta la creación del equipo web en 2005.

La periodista Xiomara Rodríguez, editora web, refiere que "la evolución de la página web ha sido excelente, pues ahora se cuenta con una página web que puede competir con cualquiera. Tiene un equipo excelente y hay una gran cantidad personal de periodistas e informáticos que están tributando a su calidad". (Xiomara Rodríguez, comunicación personal, 2 de diciembre de 2015).

La periodista Dalia Reyes Perera (comunicación personal, 15 enero de 2018) también dictamina que había que estar actualizados con las últimas noticias nacionales e internacionales, y buscar la traducción (inglés, francés, entre otros) de los discursos y de las tribunas abiertas.

Apunta además que, este tipo de situaciones, propició la llegada de mensajes de cubanos en diversos lugares del mundo "algunas veces elogiaban al equipo de trabajo, pero se encargaron de seguir trabajando en la elaboración de mensajes para continuar perfeccionando el periodismo villaclareño".

La CMHW cuenta actualmente con un personal calificado que se enfoca en la optimización y el perfeccionamiento de cada uno de los detalles de la página web. Se presta especial atención a la configuración y el atractivo de los contenidos, así como las preferencias de los públicos.

3.2 Condiciones infraestructurales de CMHW online

La redacción digital de la página web de la CMHW está compuesta en la actualidad por dos informáticos, dos periodistas y un fotógrafo. En el caso de los colaboradores y otros periodistas del propio medio, los trabajos se realizan y se envían al correo electrónico habilitado para estas tareas.

En el sitio se priorizan las noticias que tengan un carácter provincial y está especialmente hecho para los villaclareños dentro y fuera del país. El perfil de la página no se aleja de las líneas editoriales de otros medios digitales en correspondencia con coberturas de primer nivel y noticias importantes en el ámbito internacional. (Xiomara Rodríguez, comunicación personal, 16 de enero de 2018)

Por esta razón, se destacan las noticias más importantes en la provincia y en el mundo, pero priman los temas provinciales, aunque los que tienen relevancia social, como las elecciones de los candidatos a la Asamblea Nacional y el Consejo de Estado poseen su espacio en CMHW online por la pertinencia y la importancia que asumen particularmente estas temáticas en los pobladores villaclareños y del resto del país.

Al decir de la periodista Mariley García (comunicación personal, 16 de enero de 2018), para publicar los trabajos con formatos en sonido existen cuestiones fundamentales que no se pueden violar como la relevancia, prominencia, o los criterios de selección. Se debe distinguir que el periodista haya realizado su trabajo en formato sonoro porque lo que sucede regularmente es la tendencia del volcado informativo, o sea, que el mismo trabajo que se ha publicado en la versión tradicional sea insertado en la página.

No solo el volcado de las informaciones deviene en tendencia. Las rutinas de los periodistas en las ediciones *off-line* trasgreden las fronteras hacia el soporte digital, desconociendo las exigencias comunicativas básicas que demanda un escenario con características tan peculiares.

Para materializar estos objetivos continúan las acciones incluidas en el plan estratégico de comunicación en la plataforma digital; el cual ha ido alcanzando un alto grado de madurez, si se tiene en cuenta la nueva imagen de CMHW *online*. Este perfil iconográfico corresponde a un portal con solidez, afianzado en una línea de actuación sobre la base del fortalecimiento de relaciones. (Xiomara Rodríguez, comunicación personal, 16 de enero de 2018).

Para poder llevar a cabo las acciones relativas a la comunicación, la página cuenta con recursos humanos especializados que permiten la creación de materiales propios registrados en links, cuyo objetivo es la vinculación directa con las redes sociales. Ante eventos y coberturas, varios reporteros pasan a transmitir en tiempo real los acontecimientos mediante las redes sociales. De esta forma el equipo web procesa la información y la difunde.

“Destaca el posicionamiento de la CMHW en *Google Noticias*, la participación en twitazos, la utilización de los archivos de audio para la promoción de contenidos que enaltezcan la imagen, además de programas y trabajos periodísticos de interés público. En las redes sociales, y desde las cuentas institucionales se promueven audios de programas, que a la vez son insertados en el sitio web”. (Alexander Jiménez, comunicación personal, 16 de enero de 2018).

Para estos profesionales el integrar las rutinas productivas desde la redacción informativa hacia la web y viceversa, y usar con agilidad los contenidos en audio que son titulares de los noticieros informativos, constituyen desafíos diarios. Un aspecto notable es el empleo adecuado de *hashtags* para etiquetar y clasificar la información, así como también, el uso de recursos multimediales, en especial, el audio de programas y trabajos periodísticos.

La redacción digital cuenta con tres máquinas *Intell Core 3* de Segunda generación, el sitio web está emplazado sobre la plataforma de *Joomla* que ofrece la posibilidad de actualizar la versión con un clic lo que facilita el proceso para los usuarios con cualquier nivel de habilidad. Así lo refiere el informático y *webmaster* Luis Miguel Bermúdez (Comunicación personal, 19 de enero de 2018) cuando puntualiza aspectos de su trabajo:

Mi labor como informático en las coberturas en tiempo real consiste en estar pendiente en toda la información que se está generando. Tenemos que hacer varias cosas al mismo tiempo como seguir las redes sociales al unísono, que en realidad es el trabajo de un *community manager*, pero no existe, además de estar al corriente de si en la redacción web se realiza un “Minuto a minuto” volcar toda la información ya sea de los grandes medios nacionales, o si la CMHW está transmitiendo irlas publicando paulatinamente.

Este tipo de coberturas se realizan por los periodistas y *webmasters* en sus casas teniendo en cuenta la disponibilidad de conexión a internet. En horario diurno la capacidad de conexión o el ancho de banda de CMHW se ve disminuida por los

numerosos internautas conectados por lo que se trabaja en las casas, y en la noche, desde la redacción.

Sadiel Mederos Bermúdez (Comunicación personal, 19 de enero de 2018) periodista y fotógrafo y diseñador afirma que la página web está destinada a un público promedio (intelectualmente hablando), enfocado en personas con más de 35 años de edad y aquellos que no son avezados en navegación web.

Por lo tanto, tenía que ser una interface lo más sencilla posible en cuestiones de diseño: El menú tenía que ser bien básico y elemental, pero que tuviera bien claras las etiquetas, es decir que el usuario mantuviera bien claro de donde estaba en cada momento y que pudiera organizar las formas de consulta.

Mederos (Comunicación personal, 19 de enero de 2018) afirma que la página debía lucir bien sencilla, más asimilable y por ello la utilización de muchos blancos, de espacios, letras grandes, imágenes destacadas, no se trabaja ni con infografías ni con chat o foros debates teniendo en cuenta que la mayoría de los medios en la actualidad no utilizan estos recursos.

Dicha afirmación queda avalada sobre el estudio de la competencia profesional de 33 sitios web de revistas, de radioemisoras, de televisoras, de periódicos internacionales y nacionales, analizando las tendencias tanto de diseño como del manejo de la información, de esta forma CMHW digital está basada en la interfaz de diseño de Reuters y *BBC and Thompson*.

Análisis de resultados

4.1 Factores que inciden en la producción noticiosa

Las rutinas productivas como campo de investigación poseen gran variedad de material teórico para su estudio, aunque la realidad de su aplicación en cada medio varía según el contexto, por ello, con el capítulo de resultados se da respuesta a la pregunta de investigación y a los objetivos propuestos. Durante la exposición del acápite metodológico se indicó la visita a la redacción de la página web de la Radioemisora CMHW y la entrevista a sus integrantes con el propósito de caracterizar los modos de producción informativa del sitio.

En entrevista personal al Director General del sistema de la Radio en la provincia Villa Clara refiere que cada medio tiene sus características, organizando su trabajo acorde con sus rutinas productivas y las prácticas profesionales que considera más oportuna y eficientes. CMHW *online* está organizada mediante la gestión de un director General, Alexander Jiménez, que además de dirigir el órgano de prensa digital, también dirige el radial.

Existe una editora principal, la periodista Xiomara Rodríguez, y otra periodista que alterna en las tardes con Rodríguez en cuanto a turnos de trabajo (se tienen dos), y en la noche se utilizan también las conexiones *ADSL* desde el hogar. Afortunadamente, también laboran tres informáticos que se subdividen las secciones laborales. Cada uno de ellos encargado de la seguridad informática, otro de los parches de seguridad y todo lo que tiene que ver con las plataformas en las cuales se trabajan. Estructura que no es la más usual dentro de las emisoras, pero como medio digital ha funcionado durante casi dos décadas, incluso otros medios la han tomado como referencia. (Jiménez, Comunicación personal, 12 de marzo de 2018)

Acorde con el grupo focal para determinar la agenda mediática de la web de CMHW, en primer lugar, los periodistas responden a un perfil editorial, dirigido a todos los villaclareños estén o no en territorio nacional, donde se potencian los contenidos locales a la vez que también es noticia lo que sucede desde el punto de vista nacional y se trabaja por la imagen Cuba y su defensa. Se les otorga jerarquía a las noticias internacionales, aunque sin dudas las de carácter provincial priman, así como los deportes y la cultura, temáticas muy seguidas por los cibernautas. La política editorial corresponde a la prioridad de los temas de carácter provincial.

A criterio de Diurmis Llerena Siberio, jefa del departamento informativo: "Los cuatro ejes temáticos que estamos trabajando son: El aniversario 150 del inicio de las luchas por nuestra independencia y todo lo relacionado con la Historia Patria, los lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución, el

legado del Comandante en Jefe Fidel Castro Ruz, la ciencia y la técnica". (Llerena, Comunicación personal, 12 de marzo de 2018)

Trabajamos también todas las temáticas priorizadas por el Partido y el Gobierno, por la política informativa que se rige en los órganos de prensa cubanos y se trata de que coincida la agenda pública con la agenda mediática y la agenda política teniendo en cuenta que respondemos al pueblo y al estado revolucionario.

Tanto Llerena como Jiménez comunican que son prioritarios los intereses de prensa que vienen de las diferentes organizaciones, del Partido (conformando la agenda editorial junto a la agenda pública), a partir de ahí surgen ideas y temas, "también a través de la retroalimentación que reciben a través de las cartas, correos electrónicos o SMS y entonces a partir del conglomerado que se recibe en la redacción, se planifica junto al consejo editorial las coberturas de la semana y los temas que se les va dar prioridad" . (Jiménez, Comunicación personal, 12 de marzo de 2018)

La observación participante destacó que no se tiene un sistema de reuniones, pues en el transcurso de la semana se van conformando las tareas de dicho período con un plan de trabajo que, en Entrevista Personal a Llerena:

Ponemos encima de la mesa las distintas temáticas a cubrir y el periodista da cuenta de la cobertura que tiene esa semana, no obstante, no todo surge el lunes existen muchas cosas que van apareciendo durante el resto de la semana. Aparecen coberturas en el transcurso de la semana que se van incorporando, no existe ese sentido de una reunión estrictamente, la radio no te da tiempo a analizar tanto los trabajos, eso se hace una vez al mes en la reunión departamental. (Llerena, Comunicación personal, 12 de marzo de 2018).

Existen las coberturas según los ejes temáticos. Cuando hay un tema histórico en específico, los directivos del medio piden a los periodistas que más colaboran trabajos especiales para la página web, teniendo en cuenta la jornada o fecha conmemorativa que esté aconteciendo.

Rodríguez (Comunicación personal, 12 de marzo de 2018) declara que entre todos colegian a lo que se le va a dar cobertura y a lo que no, por ejemplo, Diurmis Llerena como Jefa del Departamento Informativo, Alexander como Director General "o también puede surgir de los periodistas alguna idea para un trabajo sin que nosotros se lo pidamos y no tiene que salir necesariamente para la emisión tradicional".

Se trabaja como una redacción integrada entre la página web y el Departamento informativo. Es una política de la radio cubana, por ello tratamos de que el flujo sea desde la página web hacia la radio o viceversa e incluso al unísono, de acuerdo siempre con el interés del valor noticia que tenga ese acontecimiento la información.

Como se asume en la observación participante, en términos de convergencia, la situación actual es más bien de colaboración o coordinación. El proceso parece encontrarse aún en fase embrionaria o intermedia. Acerca del cambio en las rutinas que los periodistas experimentan con la llegada del periodismo digital, Jiménez, enfatiza las diferencias entre las transformaciones del quehacer periodístico y las que, en su opinión, tienen que ver más con un problema de administración, y no de cómo un medio plantea su trabajo.

Las tendencias actuales del periodismo en el mundo dictan que deben existir los periodistas polivalentes. Es obsoleto concebir un periodista de no ejerza como *community manager*, gestor de medios o editor web, pero el ciento por ciento de los periodistas debe visualizarse como un profesional integral y eso incluye radio, televisión y prensa escrita, y así lo inquiera Enrique Moreno Gimerénez:

Todos debemos tener las competencias, las habilidades para desarrollar ese periodismo donde en determinado hecho noticioso primero, a la hora de decir una noticia, lo situamos en nuestra red social, construyamos parte de la información en la página web y después se profundice y desarrolle con más elementos, y con más calma, luego, en el medio tradicional. (Moreno, Comunicación personal, 22 de marzo de 2018)

Las rutinas de trabajo de los diarios digitales y su desarrollo hacia la convergencia, relacionando ésta con la integración de redacciones, la polivalencia del periodista o la existencia de nuevos perfiles profesionales debe ser el resultado de una alternativa, que, aunque llegó tarde, se presenta como el futuro de las redacciones periodísticas. Sus resultados coinciden en constatar que existe una concientización por parte de los medios digitales hacia la necesidad de implantar este nuevo modelo productivo.

Para ser un periodista en la página web hay que ganar mucho más terreno porque generalmente el periodista cree que a la hora de sumergirse en la web puede utilizar el mismo estilo para radio o los medios impresos, y no es así, es un universo comunicativo que, aunque tiene muchas potencialidades y cosas que se mantienen, es un escenario diferente. (Moreno, Comunicación personal, 22 de marzo de 2018).

Por ello es necesario entre los periodistas un taller para que se conozcan en profundidad las herramientas web, y así enriquecer las coberturas en las redes sociales pues existe un desconocimiento masivo de cómo hacer el trabajo para las páginas digitales. "Existe una ausencia de herramientas hipertextuales, multimediales y creo que se abusa demasiado de reflejar el hecho en la radio y hacer una transcripción de lo que sale de la radio para la web y esa no puede ser la rutina". (Rodríguez, Comunicación personal, 22 de marzo de 2018)

Tenemos que adaptarnos al lenguaje hipermedial, con el estilo de la radio, a un periodismo diferente, a una rutina distinta a la hora de llevarla a la web. Estos problemas se solucionan con mucha autopreparación, pero también con un necesario taller de periodismo digital que debe existir en la emisora.

Según el grupo focal, las competencias en los periodistas de la CMHW son notables, pero se pueden ampliar mucho más con la ayuda de las nuevas prestaciones tecnológicas, sin embargo, no hay trabajo colectivo, no existe una estrategia para desarrollar géneros periodísticos más allá de una información. Resulta indispensable buscar las formas para dedicarle más tiempo al periodismo

digital, se peca por exceso la hora de tener una gran tradición radialista y poco o ningún conocimiento sobre sitios web, aunque se reconoce como una ventaja el contar con el audio real en internet.

Para Ramón Ávalos (Comunicación personal, 1 de abril de 2018), los periodistas no colaboran, es parte de su contenido laboral y lamentablemente la prensa nuestra de internet es básicamente el volcado informativo, o sea el mismo trabajo que se hace para la emisión tradicional es el mismo que para la edición digital.

Para publicar en la web hay bastante libertad en el sentido que no existe como mandato, o, por agenda, sino que el mismo periodista en dependencia de las mismas coberturas decide publicar una versión de ese mismo trabajo para el medio digital. No existe una estrategia o planificación pensada

En este sentido depende de la propia creatividad del periodista, pero es importante saber que los mismos jóvenes del comité de base de la CMHW decidimos salirnos muchas veces de la agenda tradicional para la radio y creamos una sección con motivo del festival mundial de la juventud y los estudiantes llamada *Camino a la Festival*, exclusiva para la web: llevamos la historia del festival, entrevistas exclusivas a los representantes villaclareños que iban. Y esto no venía como parte de la agenda, o sea, depende en gran medida de la creatividad y la habilidad del periodista y a diferencia de lo que puede ocurrir en otros medios hay mucha libertad para publicar en la web. (Moreno, Comunicación personal, 1 de abril de 2018).

Jiménez (Comunicación personal, 12 de marzo de 2018), asegura que tratan de dar cursos de fotografía, de manejo de la técnica digital, de redacción, los periodistas se superan, pero se aspira a más pues cada día surgen nuevas aplicaciones, nuevas prestaciones y tratamos de estar al día en todo, que no lo hemos logrado, pero se está trabajando en función de eso.

Luis Miguel Mederos (Comunicación personal, 1 de abril de 2018), ingeniero informático declara que tienen 4 megas de conexión en red, la wifi que facilitan los compañeros del Partido, tenemos tres computadoras, tabletas y laptops para las

coberturas especiales en exteriores. Las condiciones no son las óptimas, siempre se puede aspirar a más, a mejores *PC* con mayores prestaciones.

La banda ancha no solo implica un incremento en la velocidad de conexión, sino que también modifica los usos y hábitos de navegación: los usuarios que cuentan con este servicio pasan más tiempo conectados y acceden con más frecuencia que los demás.

Para las coberturas poseía una grabadora, el teléfono celular que fue uno de los logros para realizar transmisiones en tiempo real, desde donde estuviera podía llamar a la redacción, aunque empecé con móvil personal, después llegaron los teléfonos subvencionados por el Estado, los llamados petroleros, las Tablet, por eso el periodista de la CMHW según las prestaciones tecnológicas está en condiciones de realizar una cobertura multimedial. (Ávalos, Comunicación personal, 1 de abril de 2018).

Tanto la observación participante, como las notas de campo y el grupo focal advirtieron que como plantilla del departamento informativo se accede al internet por la facilidad de conexión que ofrece el mismo centro laboral, y hay muchos periodistas de mayor experiencia que también tiene la conexión en sus propias casas, las editoras web tienen esta posibilidad e incluso por la responsabilidad que ocupan dentro del medio de prensa algunos poseen internet en el teléfono mediante el uso de los datos móviles, o sea, pueden acceder en vivo a las transmisiones, la web y las redes sociales.

“El avance de los dispositivos móviles también está alterando las propias rutinas periodísticas y las relaciones entre la empresa y el público. Capaces de reproducir y transmitir textos, audios, fotos y vídeos con calidad técnica aceptable, los *smartphones* y *tablets* están creando un nuevo reportero, el denominado periodista telefónico”. (Llerena, Comunicación personal, 1 de abril de 2018),

Para cubrir los fines de semana y los días festivos se hacen guardias, que son rotatorias y se puede trabajar desde casa o desde la redacción. Se debe estar pendiente durante todo el fin de semana de actualizar la portada y vigilar lo que pasa.

Todos los meses se realizan las reuniones departamentales con un carácter participativo y tanto el director como las editoras y los redactores aportan información y opinan sobre las diferentes cuestiones. En estas reuniones participa también el jefe de información, quien hace un repaso de los errores que ha encontrado en su trabajo de corrección a lo largo de la semana. Así, se recuerdan algunas normas del libro de estilo.

4.2 Proceso de recogida informativa

Para planificar el trabajo periodístico, se elaboran las coberturas a partir los cuatro ejes temáticos que se están trabajando: El aniversario 150 del inicio de las luchas por nuestra independencia y todo lo relacionado con la Historia Patria, los lineamientos de la política económica y social del partido y la revolución, el legado del Comandante en Jefe Fidel Castro Ruz, la ciencia y la técnica.

Los lunes se les deja una especie de carpeta con las coberturas de la semana a todos los miembros de la redacción para analizar cómo han ido los días anteriores y determinar, fundamentalmente, los temas que se cubrirán en los días siguientes. En las reuniones departamentales, que tiene lugar (una vez al mes) en el salón de actos y que conduce habitualmente el director, se hace un repaso de las previsiones informativas que se han ido introduciendo en la agenda de la redacción.

Así, se detalla el tipo de cobertura que se hará a las diferentes actividades, si se hará vídeo o no (habitualmente no se hace, según la observación participante), se decide qué redactores se encargarán de seguir los acontecimientos y se establece un debate entre todos sobre el enfoque que se debe dar a algunas de las noticias. Además, los redactores de las diferentes secciones explican los temas que tienen previstos, que también son comentados entre todos, y se escoge el tema de la semana.

Ramón Ávalo Ruíz explica que lo primero que debe tener una publicación en la web depende de la preparación que tiene el periodista, no se puede ir a una cobertura en blanco, sino con un previo conocimiento, o idea preelaborada de lo que se quiere lograr, y para ello tienes que indiscutiblemente buscar un contraste certero de fuentes, tienes que verificar la información recolectada, aunque muchas

veces se viola este paso, se debe valorar el género que es más conveniente para comunicar.

La recogida de información transcurre mediante el estilo tradicional, acorde con los parámetros que establece la radio como medio de difusión, aunque para periodistas como Moreno (Comunicación personal, 22 de marzo de 2018), "este proceso comienza desde el instante que se otorga la cobertura, y ya se va pensando el género que inducirá un mejor enfoque de la temática en vilo".

A pesar de que la radio es inmediata no debe quedarse el acontecimiento solo en la información, podemos aprovechar y hacer géneros que pueden ser más importantes y atractivos para la población, y es importante tratar de salirse de los esquemas tradicionales, tratar de buscar las iniciativas, la originalidad en cada uno para enriquecer la web y no quede en un mero volcado. Para las coberturas en la web se deben respetar los principios del periodismo tradicional, no porque estemos llamados más a la inmediatez de publicar las cosas en la web o a ser más instantáneos a la hora de reflejar un hecho, podemos violar los presupuestos del periodismo convencional. (Ávalos, Comunicación personal, 2 de abril de 2018).

Según la encuesta aplicada a 10 periodistas de la radioemisora CMHW, a la hora de hacer las coberturas se utilizan las fuentes que estén vinculadas al hecho directamente todos las utilizaban, y lo mismo sucedía con los que enriquecían sus trabajos con fuentes no documentales porque a decir de Berta Pulido (Comunicación personal, 1 de abril de 2018), "es lo que menos abunda en la prensa cubana, además siempre pueden aportar un dato curioso para nuestra redacción como elemento de *background*".

La observación participante destaca que, para la recogida de los materiales, específicamente para la web, existe una aplicación llamada *divr.it*, que cuando se van a subir los archivos por primera vez permite hasta diez publicaciones al día y por cada categoría. Los editores seleccionan las cinco fundamentales de la página, deportes cultura, nacionales y las locales.

Yaile Hernández, informática (Comunicación personal, 5 de abril de 2018), aduce que siendo este un portal administrativo, automáticamente publica en las redes sociales "que utilizamos para las coberturas y los twitazos el facebook y el twitter, tanto en español como en inglés". Los videos se utilizan muy poco, prácticamente para las coberturas especiales, por ejemplo, la embestidura de Díaz-Canel como Presidente de la República y también cuando la Feria Internacional de Turismo, pero aquí se trabaja mediante hipertexto y principalmente el audio".

En sentido general, son escasos los trabajos que se llegan a cambiar desde el título hasta el punto final, casi siempre se vuelcan totalmente con contadas excepciones, Ramón Ávalos, Dalia Reyes o Berta Pulido, pero no es la norma, generalmente los periodistas mandan un párrafo o el lead de la información, o ni eso siquiera, envían el audio, y la práctica demuestra que debería ser algo distinto pues no puede ser la editora quien elabore el lead de la información y eso muchas veces ocurre. Muchas veces las informaciones se quedan en uno o dos párrafos que prácticamente no dicen nada. (Mederos, Comunicación personal, 2 de abril de 2018).

La realidad que muestra Mederos aduce un acondicionamiento del uso particular que se le da a cada fuente, su factibilidad para las publicaciones en la web y para referirse como protagonistas de los hechos, que el periodista observa o cuestiona, incluyendo los entrevistados que salen al aire y son citados en artículos periodísticos por el hecho de brindar información y datos que le dan soporte al trabajo periodístico.

Elijo estas fuentes porque busco claridad de lo que pueden aportar para la cobertura informativa, por ejemplo si tenemos como suceso la recuperación tras el paso del huracán Irma se deben entrevistar a los constructores que responden a una empresa institucional, hay que priorizar a la población pues son fuentes no documentales, pero que son los afectados por este organismo meteorológico, hay que entrevistar a las autoridades de un municipio porque responden también por este programa de recuperación en la provincia y

podemos aportar elementos de *background* sobre cómo han sido otras recuperaciones en eventos similares. (Pulido, Comunicación personal, 2 de abril de 2018).

Aunque a veces las fuentes estables no están vinculadas directamente con el hecho, es necesario acudir a otras fuentes y obviar aquellas, y así lo demuestran las encuestas en la que algunos periodistas certificaron su uso. "Se hace necesario su empleo porque son las que más conocen del hecho y necesito entrecruzarlas para saber cuál de ellas tiene la verdad y siempre existen las que tiene más credibilidad que otras". (Ávalo, Comunicación personal, 2 de abril de 2018),

Por este motivo, la relación entre el periodista y la fuente es habitual, con una comunicación bidireccional. Una relación fluida por el intercambio de información, que en muchas ocasiones es confidencial. Por tanto, la obtención de fuentes de información fiables y de calidad otorgan prestigio al medio y al periodista.

Todas tienen algo que aportar al trabajo, además me da una mayor visión del tema en cuestión, me da diferentes criterios y reflexiones, me indica sobre el modo de enfrentar esa situación y por ende una mayor facilidad para hacer la información que yo quiero y siempre es bueno darle el lugar que le corresponde a cada una de estas fuentes. (Ávalo, Comunicación personal, 2 de abril de 2018).

Las fuentes constituyen un componente básico del proceso de producción y selección periodística, condicionando el contenido y el enfoque de la cobertura informativa, convirtiéndola en un indicador de calidad periodística.

Depende mucho de la información, en el caso de las noticias nacionales acudimos a medios nacionales como Granma por ser órgano oficial del partido, después la agencia de noticias y muy importante, el portal de la radio cubana pues rige la política informativa de la radio a nivel nacional y aquí en la provincia nos apoyamos en los reporteros que salen de coberturas y también reportamos lo que hicieron medios como Vanguardia o Telecubanacán para tener una idea general de lo que está

sucediendo. (Rodríguez, Comunicación personal, 22 de marzo de 2018).

La creatividad del periodista y de los editores juega un rol fundamental a la hora de hacer el rejuego de fuentes y la información que estas aportan pues lo más usado en el medio web es el volcado pues no el medio no posee corresponsales en los eventos de repercusión nacional, por motivos de ubicación geográfica.

Pero a las informaciones tratamos de darle el toque de nuestra página o sea imprimirle nuestro sello, tratar de variarle el titular el resumen, la entrada para que las personas no vayan a leer lo mismo en Granma que en CMH, lo cual nos permite clasificar en *Google News* en una posición bastante privilegiada hasta ahora. (Mariley García, Comunicación personal, 10 de abril de 2018).

Gran parte de estos resultados se debe a la labor de jerarquización, selección y exclusión de los editores, los periodistas y la dirección del medio, quienes entre un cúmulo de informaciones y géneros periodísticos logran posicionar contenidos de calidad haciendo cmhw.icert.cu uno de los sitios más eficientes en el centro del país.

4.3 La selección de la información

Los editores web en la CMHW funcionan como administradores de información multimedia, situados en una escala jerárquica similar a otros editores de redacción, con capacidad para seleccionar y articular los diferentes formatos en los que se presentan las noticias y otros géneros que se trabajan en la web.

Asimismo, como se pudo comprobar mediante la observación participante, dichas figuras asumirían la planificación de la cobertura de noticias desde distintos medios de un grupo. Como ocurre con otras tareas del periodismo digital, en muchos medios la función existe, pero aún no se ha catalogado con un nombre específico, implica más bien un trabajo que involucra múltiples funciones.

Por lo que respecta a las fuentes de información que se utilizan, las fuentes directas son habitualmente entrevistas telefónicas, entrevistas en la redacción, asistencia a rueda de prensa y actos, así como las notas de prensa que llegan a la redacción por correo electrónico, además de Twitter y Facebook.

Hay hechos que repercuten en la rutina productiva de los medios a nivel nacional, como la visita del presidente Obama, el fallecimiento del comandante en jefe luego, el primer aniversario de su desaparición física, el homenaje, el 50 aniversario del asesinato del Che en Bolivia son hechos que a partir de la dirección del medio y el partido en la provincia son hechos que por supuesto se deben ir tocando paulatinamente en la página. (García, Comunicación personal, 10 de abril de 2018).

También hay hechos dentro de la provincia que también se le da prioridad por parte del departamento informativo, por ejemplo, Ciencia y Técnica que atiende la Periodista Dalia Reyes, a quien se le pide orientación para también dirigirse por ese camino y tener materiales propios.

A decir de la Webmaster y Editora web, Rodríguez (Comunicación personal, 12 de marzo de 2018), se trabajan con los criterios noticiables clásicos del periodismo aterrizado en la realidad villaclareña, "se tiene bien definida la razón por la cual se nos lee, hemos estudiado los públicos los lectores los países de los cuales nos siguen, hemos hecho varios diseños y rediseños de las páginas web y el contador interno (moderno) de la página nos da el impacto, así como las redes sociales, no hay desgaste en temas que no sean de interés siempre buscamos la noticia, el interés y la prominencia de los acontecimientos".

Según la observación participante y el grupo focal estos procesos transcurren a través de los criterios del Director General, de la Editora principal de los que estén de turno, a la política editorial y las políticas de la radio cubana porque pertenecemos al sistema de páginas web de la radio cubana y se atiende a las prioridades de este órgano.

Todos los periodistas encuestados destacaron que la inmediatez es el principal valor noticia que se aplica en las coberturas, "pues la radio es el medio de comunicación que más se parece al internet por esa misma razón es un valor primordial de la radio, así como son asumibles el resto de los valores noticias tradicionales, que no es más que hacer buen periodismo. También el valor noticia

entendido como proximidad debido al trabajo con la localía. (Jiménez, Comunicación personal, 2 de marzo de 2018).

Todo trabajo periodístico debe ubicarse dentro de uno de los rangos de la clasificación de géneros periodísticos para que cada uno de sus elementos sea evaluado, brindándole validez y valoración a la información que se traslada al emisor. Sin embargo, un factor fundamental en la nota periodística es la consulta de fuentes, que le brinda soporte, respaldo y argumenta el contenido.

A la hora de seleccionar las fuentes, tanto las periodistas Mariley García y Xiomara Rodríguez como Dalia Reyes y Enrique Moreno refieren que se utilizan: Fuentes oficiales, Fuentes implicadas (Protagonistas del hecho), Fuentes documentales, Fuentes no documentales, Fuentes institucionales, Fuentes estables, Fuentes provisionales, Agencia de noticias u otros medios. Siempre de acuerdo con las exigencias de la página web y la disponibilidad de recursos tecnológicos con que cuente el periodista ya sea dentro o fuera de la redacción periodística.

La mitad de los profesionales encuestados recurren a las fuentes documentales, pues como documento al fin, contienen información útil para el periodista, son archivos que proporcionan estadísticas, datos, casos, fotografías, esquemas que se caracterizan porque se puede consultar varias veces, por lo que no pierde credibilidad, permitiendo su recreación mediante el uso de los recursos hipertexto.

En su actividad como mediadores entre la realidad y los públicos, los periodistas asumen el rol los valores noticias básicos como la importancia debido a las consecuencias que puede desencadenar el hecho, o el interés, suscitado en la medida que los usuarios comenten e interactúen con el sitio.

Una definición correcta del género periodístico a utilizar, aunado al contacto de la fuente, permite un balance y muestra del compromiso ante la nota periodística y prominencia de las personalidades implicadas y la actualidad. Creo que tenemos que velar por la curiosidad buscando aquel aspecto que pueda despertar el interés de ese lector de la web que tiene muy poco tiempo, pues si nosotros

logramos hacer algo que sea curioso, actual y que implique a personalidades relevantes, vamos a llegar mejor al público. (Ávalos, Comunicación personal, 2 de abril de 2018).

No existe ninguna duda pues, de que el canal de difusión es determinante a la hora de narrar los textos periodísticos. Los informativos televisivos son diferentes a los radiofónicos, y lo mismo puede decirse de las ediciones digitales de los periódicos. Una misma noticia, es decir, con una temática idéntica y que narre los mismos hechos, acomodará su estructura narrativa al medio en cuestión.

En cuanto al periodismo digital, no podemos decir que hayan aparecido nuevas topologías de textos periodísticos, sino que también se han acoplado las existentes al canal, y lo han hecho de una manera casi idéntica. No podemos negar que se han fomentado ciertas potencialidades: la actualización constante, una relación más cercana con el lector (la llamada interactividad) y se han introducido elementos hipertextuales al texto noticioso y también elementos multimedia. (s.n, Comunicación personal, 2 mayo de 2018).

El grupo focal constató que esta interrelación recíproca entre las noticias y una sección determinada se produce a través de la yuxtaposición entre los diferentes tamaños y elementos gráficos que caracterizan a cada una de las informaciones, y que las colocan dentro de una jerarquía informativa que emana del medio de comunicación en principio y que decodifica el lector sobre todo a través del tamaño de cada uno de los textos informativos, su emplazamiento en la página y la existencia de apoyo gráfico.

Esta limitación es importante porque se pierde la noción de jerarquía informativa y con ello, el contexto temático de la sección que acoge la noticia. Se produce una dificultad para identificar las noticias como parte de una unidad temática superior, desaparece el concepto de página par o impar y a su vez, la página deja de ser una unidad temática y jerárquica.

Los principales hechos están enmarcados en coberturas informativas que tuviera la provincia, por ejemplo, el Aniversario cerrado de la caída del Che en Bolivia, los 90 años del natalicio de Abel Santamaría, o sea jornadas históricas que estuvieran

específicamente marcadas con figuras o hechos significativos en la provincia, o hechos que pudieron ser de prioridad informativa en el país.

Desde el punto de vista de coberturas de último minuto recuerdo el caso de un incendio en Santa Clara, accidentes de tránsito: La emisora CMHW era la primera en decirlo mediante el formato tradicional y la primera en hacerlo de forma online. Tuvo también un rol muy destacado ocurrió durante el paso del huracán Irma por la provincia que también la emisora CMHW desplegó mediante galería de fotos y audio lo que estaba pasando en zonas afectadas como Caibarién o Sagua la Grande para que fuera conocido no solo por la provincia sino por el resto del país e inclusive, el mundo. (García, Comunicación personal, 2 de abril de 2018)

García (Comunicación personal, 2 de abril de 2018) confiesa que desafortunadamente las malas noticias en la sociedad son buenas noticias para el periodismo, por ejemplo, Abel Falcón, periodista avezado en tratar las temáticas del tránsito suele tratar estos sucesos, ya que por desgracia Villa Clara es una de las provincias más afectadas por la accidentalidad en la vía, “esta situación nos ha levantado mucho las visitas y el intercambio de los internautas con el sitio web”. Por esta razón se tienen en cuenta los hechos de Villa Clara, resultado de esa misma política informativa orientada hacia los medios nacionales, los provinciales y municipales, se pierde un poco el hilo temático de lo que ocurre aquí, por esa misma razón, y para las personas que viven en Villa Clara o fuera de ella, son más importantes.

Tanto las características como los elementos de las páginas web van evolucionando y le brindan dinamismo a los distintos diseños de los sitios en línea que ofrecen los medios de comunicación. Cada vez aumenta el número de usuarios ante la información segmentada y especializada que ofrecen las páginas web. El internet brinda acceso a las páginas web, cada una con diseño y elementos diferentes de acuerdo al concepto e imagen que desea ofrecer cada medio de comunicación.

4.4 Presentación de la noticia

En el escenario periodístico actual no puede faltar una foto, así como los elementos multimediales, y deben estar presente siempre que aporten a la cobertura informativa “aquí el principio de que una imagen vale más que mil palabras se cumple al pie de la letra, es muy difícil para un periodista de la radio situar un video, aunque tengamos la capacidad de grabarlo con nuestro celular”. (s.n, Comunicación personal, 2 de abril de 2018)

También debe estar un enlace y la realidad ha demostrado que en la práctica se hace muy poco, solo aparecen en eventos o coberturas especiales, pero en sentido general, la página carece de enlaces dentro del cuerpo del trabajo, lo que más predomina es la fotografía e incluye también un *banner* con el audio.

A la hora de trabajar para la web no le toca al periodista crear los hipertextos, eso depende los editores web que están en la página, los periodistas se limitan a elegir qué tipo de hipertexto se quiere emplear, pero el periodista en la CMHW no tiene la libertad para subir su propio hipertexto, pues se pueden tener los conocimientos y sugerir sobre cómo hacerlo, pero no la autorización para publicarlo. (Moreno, Comunicación personal, 2 de abril de 2018).

Otra particularidad que se quiere lograr con el sitio web es que los usuarios realmente lean e interactúen con el sitio web pues al decir de los *webmasters* la pantalla parpadeante de la computadora es un medio hostil que demanda un esfuerzo superior al ojo humano.

De esta forma la hipertextualidad dispone de los contenidos del medio mediante estructuras hipertextuales convirtiéndose en otra de las principales características de las páginas web. El hipertexto es una herramienta que permite construir una particular forma discursiva basada en la interconexión de bloques de textos digitalizados. En este sentido es una herramienta interactiva.

A través de un hipertexto las páginas web pueden relacionar contenidos, jerarquizar noticias, promover la participación del lector, contextualizar, abrir el medio a otras fuentes y ofrecer otras formas de acceso a la actualidad noticiosa.

Con el objetivo de proporcionar contenidos, el periodismo digital posee toda una variedad de códigos: textos fotografías, audio, video, infografías animadas. Esta expresión multimedia de la información, integrada a través de distintos enlaces hipertextuales, simula más directamente la percepción multidimensional que tienen los individuos en la experiencia directa con los acontecimientos.

“Los trabajos en el sitio web de la CMHW son indiscutiblemente muy leídos, pero la oportunidad de interactuar con los usuarios es casi nula, www.cmhw.cu no es de las más comentadas en la provincia, algo que sí ocurre con Vanguardia”, pero en lo personal Moreno (Comunicación personal, 2 de abril de 2018) expresa tuvo la oportunidad de que algunos de sus trabajos si fueran comentados sobre todo cuando lanzaron el reportaje con respecto al inicio de las transmisiones de audio en tiempo real en internet.

Como muchos oyentes ya podían sintonizar la señal de la CMHW en cualquier lugar del mundo y tuvimos comentarios de personas que la escuchaban desde el metro en Londres, desde los diversos países donde actúan las misiones internacionalistas en América Latina y estos comentarios contribuían a visualizar la calidad del trabajo, pero no es una práctica habitual la interacción entre los periodistas y los cibernautas, aunque esos comentarios se pudieron leer en el programa Patria y utilizamos esa interactividad que nos proporcionó el usuario para que ellos mismos se pudieran escuchar.

Según informa la observación participante los periodistas de la página tratan de responder en la medida que la conexión lo permita ir respondiendo todos los comentarios que llegan y que sobre todo lo hacen a través de las redes sociales, en Facebook donde se publican los sumarios de las noticias y ahí el usuario intercambia opiniones. “Para nosotros es importante pues se realiza una especie de retroalimentación que nos permite conocer lo que el usuario quiere, o las sugerencias que nos dan, y para que nos sigan tenemos que tener en cuenta eso”. (Rodríguez, Comunicación personal, 8 de mayo de 2018)

He recibido comentarios y he dado respuesta a favor o en contra de la opinión de acuerdo a si es favorable o contraria, e incluso he

reelaborado informaciones a partir de sugerencias de los usuarios he podido reflexionar y pensar y mejorar la noticia pues todo el mundo siempre tiene algo que enseñar y no siempre se tiene la verdad en la mano. (Rodríguez, Comunicación personal, 8 de mayo de 2018).

Al decir de Berta Pulido (Comunicación personal, 8 de mayo de 2018) a veces son personas que hace muchos años no están en Cuba y se han quedado con aquellos patrones de recién triunfada la revolución y los años sesenta u tenemos que explicarle para que entiendan la realidad cubana actual respetando siempre la diversidad de criterios.

En referencia a la dimensión comunicativa, en la misma se involucran dos factores básicos: Por un lado, la generación de productos que integran de forma coordinada y estructurada dentro de un mismo "texto" lenguajes y códigos diferentes para formatos de salida también diversos.

El grupo focal determinó que, en segundo término, las nuevas funciones de los receptores y su incidencia en la orientación y generación de contenidos llevan a considerar que al igual que otros medios CMHW digital ha incorporado la participación del lector como un eje vertebral de sus contenidos y, por tanto, este es un nuevo componente en sus rutinas productivas

Mediante la interactividad se les otorga mayor poder a los usuarios para construir la actualidad ofreciéndole la posibilidad de seleccionar los contenidos, así como de expresarse y comunicarse, interactuando con la información ya dispuesta por el medio pudiendo elegir a que contenidos exponerse y cuando. Así el lector se convierte en un receptor activo que controla el ritmo y la secuencia de la comunicación.

La observación participante dictaminó que la interactividad comunicativa alude a las distintas posibilidades de comunicación y expresión que tienen los lectores con los periodistas del medio, con otros lectores y con personajes de la actualidad. El lector es aquí, un productor de contenidos.

En coberturas especiales, como el aniversario 60 de la Huelga del nueve de abril fue muy importante utilizarlos enlazamos muchos Materiales históricos, informativos, documentales de televisión en la

misma página y nos fue útil su uso. El hipertexto es una comodidad para el usuario, comodidad que los medios cubanos no sabemos explotar del todo bien, incluso nosotros no hemos logrado eso, por ello estamos valorando que en un futuro cercano los que vivimos en este mundo el ayudar a los que no saben tanto del tema y de paso a que ellos mismo nos ayuden aportándonos sus ideas y su idealización de la página. (Moreno, Comunicación personal, 2 de abril de 2018).

Rodríguez (Comunicación personal, 12 de marzo de 2018) refiere que se tiene la ventaja de que la radio nos propicia utilizar el audio, y también incorporamos hace un par de meses el audio real, pero desde hace cuatro años utilizamos los archivos de audio que para nosotros es un componente único que nos da identidad, por ejemplo, utilizar videos o tomarlos de la página de Telecubanacán que, por supuesto su fuerte radica en la imagen, y así elaborar una noticia con todo tipo de elementos multimedia, que sea más atractiva.

La informática Yaile Hernández (Comunicación personal, 5 de abril de 2018) refiere que su función, entre otras, vendría siendo la de un *community manager* encargada de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes. "Puedo editar en la página web, pero por lo general trabajo con el Twitter, tratando de ser más concisa en las noticias y me encargo de retweetear a otros periodistas y las orientaciones de los mismos periodistas la dirección del medio y otros sitios digitales".

Según se refiere en las notas de campo, en este aspecto, el uso de Twitter en la redacción se ha demostrado muy útil. Por un lado, ha servido para obtener información e imágenes de primera mano sobre algún acto de interés informativo; también se ha utilizado como soporte y distribución de noticias de última hora, que han aumentado el número de visitas a la página; se usa además como espacio de participación, colocando un módulo en la portada del sitio, en el que los usuarios pueden dar su opinión sobre un tema en concreto, desde sus cuentas de Twitter.

Estas características limitativas de la noticia de actualidad difundida a través de los canales digitales, obliga a acomodar los textos narrativos periodísticos a Internet, a través de la estructura hipertextual.

La observación participante arrojó que, dentro de las características expansivas del canal de difusión digital, "podemos incluir su facilidad para una actualización constante, una mayor posibilidad de contacto con el lector y sobre todo la gran posibilidad de espacio que potencia la labor de documentación y contextualización de las noticias, generadas a través de los enlaces hipertextuales entre los diferentes bloques de información". (Mederos, Comunicación personal, 12 mayo de 2018).

La interactividad comunicativa representa las posibilidades de comunicación y expresión que el usuario tiene con los contenidos del medio. A través de esas opciones interactivas, el lector procura dialogar, discutir, confrontar, apoyar y, de una forma u otra, entablar una relación con otros. Este tipo de interactividad se puede expresar a través de comentarios debajo de las noticias, perfiles en redes sociales, opciones para que los usuarios puedan compartir sus contenidos a través de redes sociales.

Conclusiones

Las rutinas productivas www.cmhw.cu se ven afectadas por factores estructurales organizativos tanto de índole interna como externa. En primer lugar no existe una agenda específica para la planificación de coberturas exclusivamente de la web, de acuerdo a los ejes temáticos que se trabajan, muchas veces los trabajos publicados surgen durante el transcurso de la semana.

A pesar de que se poseen tablets, teléfonos con conexión a internet laptops para las coberturas en exteriores y las PC de la redacción los recursos tecnológicos resultan insuficientes para garantizar coberturas de calidad, basado, sobre todo, en la carencia de profesionales avezados en el trabajo periodístico hiperm edial.

CM HW digital, como parte del sistema nacional de páginas web de la radio cubana supedita su política editorial a las orientaciones del Partido y el Gobierno, regulando en gran medida los materiales que se publican e incidiendo directamente en los procesos de exclusión y jerarquización de la noticia.

El proceso de recogida en CM HW digital ocurre principalmente dentro de la redacción con el empleo cotidiano de fuentes documentales y presenciales del hecho, así como la utilización de la herramienta web dlvr.it que permite el almacenamiento de contenidos para cada una de las secciones del sitio.

Por otra parte, para las coberturas, se utiliza la recolección tradicional de información e imágenes, cuya primera parte es difundida mediante las redes sociales (Twitter y Facebook) con las facilidades de Internet que ofrece el Partido en la provincia ya sea mediante la wifi de Etecta (libre de costo) o la conexión a la Red de redes mediante los datos móviles del teléfono celular.

Los valores noticia utilizados por los periodistas al interior de la redacción web son, fundamentalmente, los adscriptos a la proximidad geográfica, pues los temas locales constituyen prioridad para la dirección del medio y el Partido que incide directamente en la agenda mediática y la agenda pública.

La presentación de la noticia ocurre a través de la adquisición de informaciones tanto de medios provinciales (Vanguardia o Telecubanacán) o de medios nacionales como el Portal de la radio Cubana, el cast de de la Agencia Cubana de Noticias o Granma, en resumen, el volcado informativo a pesar de no ser definitivo a la hora de analizar las publicaciones, ocupa un papel relevante en www.cmhw.cu.

A pesar de no figurar entre las páginas más comentadas, los recursos hipermedia (hipertextualidad, multimedialidad e interactividad), denotan un incremento de las vistas y del intercambio con los usuarios en relación a otros años. El implemento del audio real y el almacenamiento de los archivos de audio aluden la utilización de hipervínculos y enlaces, así como el perfeccionamiento de la rutina laboral atendiendo al diálogo con los internautas.

Recomendaciones

Como parte de las acciones de superación de los profesionales de CMHW resulta factible socializar los resultados de la presente investigación.

Crear espacios, cursos o talleres para la superación de los profesionales en torno al uso de las herramientas web y el periodismo Hipermedia en general, con el objetivo de lograr lo que en el mundo se conoce como periodistas polivalentes.

A partir de la configuración de la agenda temática se prioricen informaciones y coberturas específicamente para las web, así como el fomento de la interactividad con los usuarios.

A partir de los resultados obtenidos en la presente investigación se realice un debate entre los periodistas de www.cmhw.cu, la UPEC de la provincia y especialistas tanto nacionales como internacionales con respecto a las últimas tendencias del Periodismo Hipermedia.

Potenciar el uso del video con el propósito de trascender las barreras multimediales y lograr una información con un número mayor de recursos hipermedia además del audio clásico y la fotografía.

Incentivar a los periodistas a incursionar con otros géneros que trasciendan la nota informativa.

Referencias Bibliográficas

- Abadal, E. y Guallar, J. (2010). *Prensa digital y bibliotecas*. Gijón: Trea.
- Alsina, M. (1989). *La producción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Armentía, J. (2000). *El diario digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Madrid: Editorial Bosh.
- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Recuperado de: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- Berger, P. y Luckman, T. (2006). *La construcción social de la realidad: el lenguaje y el conocimiento en la vida cotidiana*. Recuperado de: <http://produceideas.blogspot.com/2006/05/pberger-y-tluckmann-la-construccion.html>
- Borrat, H. (1989). El periódico, actor del sistema político Recuperado de: <https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/viewFile/41078/89080>
- Bruns, A. (2008): The Active Audience: Transforming Journalism from Gatekeeping to Gatewatching. En C. Paterson & D. Domingo (Eds.). *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*. (pp. 171-184). New York: Peter Lang.
- Cabrera-González, M.Á (2001). Convivencia de la prensa escrita y la prensa on line en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (7), pp. 71-78. Recuperado de: http://www.ucm.es/info/period/Period_I/EMP/Numer_07/7-4-Comu/7-401.htm
- Cabrera-González, M.A. (2009). El diseño de la prensa digital española en el contexto de la convergencia tecnológica. La identidad visual del ciberperiodismo. *Revista latina de comunicación social*, (64), pp. 766-786. Recuperado de: http://www.revistalatinacs.org/09/art/860_U MA/61_90_M A_Cabrera.html|2001
- Carrizo Sainero, G. (s.f.). Las fuentes de información: presente y futuro. Algunos apuntes metodológicos. Recuperado de: <http://webs.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/num10/paginas/pdfs/Gcarrizo.pdf>
- Casero-Ripollés, A. (2010). ¿El despertar del público?: Comunicación política, ciudadanía y web 2.0. En: M. Martín Vicente y D. Rotheberg (Eds.) *Meios de comunicação e cidadania*, Sao Paulo: Cultura Académica. (pp. 107-122).
- Cassany, D. (2006). *Tras las líneas. Sobre la lectura contemporánea*. Barcelona: Anagrama
- Chadwick, A. (2011). The political information cycle in a hybrid news system: The British prime Minister and the bullygate affair. *International Journal of Press/Politics*, 1 (16), pp. 3-29.
- Colle, R. (2004). La representación del conocimiento en procesos informativos hipermediales. Recuperado de: <http://facom.udp.cl/cursosd/colle/doctor/tesis.html>
- Deuze, M. (2008). The changing context of News Work: Liquid journalism and monitorial citizenship. *International Journal of Communication*, (2), pp. 848-865.

- Díaz Noci, J. (2004). *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*. Recuperado de: <http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>
- Díz, E. (2011). *Reubicar el futuro: Las mediaciones entre la cultura profesional y las lógicas de producción periodística para la web. Estudio de casos: Granma. Trabajadores Facultad de Comunicación*. (Tesis no publicada). Universidad de La Habana. La Habana.
- Echeverría, J. (1996). *Internet y el periodismo electrónico*. <http://www.saladeprensa.org/art08.htm>
- Erving, G. (1957). *Sociología de la vida cotidiana*. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/345591357/Sociologia-de-La-Vida-Cotidiana-1957>
- Feenestra, R. (2012). *Democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática*. Barcelona: Icaria.
- Fenton, N. (2010). (Ed.). *New media, old news. Journalism and democracy in the digital age*. Londres: Sage.
- Galiano, E. (1997). *Modelos de comunicación* (2da Edición). Buenos Aires: s.n.
- Galtung, J. & Holmboe, M. (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 2 (1), pp. 64-91. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/423011>
- Gil, Q. (1999). *Diseñando el periodista digital*. Recuperado de: <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. Canadá: John Wiley & Sons Inc.
- Golding, P and Elliot, P (1979). Making the News. *Studies in Visual Communication*, 7 (4), pp. 19-22. Recuperado de: <https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1146&context=svc>
- González, F (2008). *La objetividad periodística: entre el mito y la utopía*. Recuperado de: <http://www.saladeprensa.org/art790.htm>
- Goffman, E. (1974) "Introducción", "Actuaciones", "Equipos", "Las regiones de la conducta", en *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires
- Grijelmo, A. (2008). *El estilo del periodista*. Madrid: Santillana Ediciones Generales S.L.
- Heinrich, A. (2010). *Network journalism. Journalistic practice in interactive spheres*. Londres: Routledge.
- Hermida, A. & Thurman, N. (2008) A Clash of Cultures. The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. *Journalism practice*, 3 (2), pp. 343-356.
- Hermida, A. (2010). Twittering the News. The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 3 (4), pp. 297-308

- Hernández, M. (1997). *La sociología de la producción de noticias: Hacia un nuevo campo de investigación en México*. Recuperado de: www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiód/comsoc/pdf/30_1997/209-242.pdf
- Herrero- Curiel, E. (2011). El periodismo en el siglo de las redes sociales. Madrid: *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 3 (5), pp. 9.
- Hodson, W. F. (1990). *Modern newspaper practice: A primer on the press*. London: Heinemann Professional Publishing.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where old and new media collide*. Nueva York: New York Press.
- Karlsson, M. & Strömback, J. (2010). Freezing the flow of online news. *Journalism Studies*, 1 (11), pp. 2-19.
- Keane, J. (2009). *The life and death of democracy*. Londres: Simon and Schuster.
- López, A. (2008) Internet como una nueva rutina periodística. Sitio oficial del Centro de Investigación de Medios y Sociedad Andes. Universidad de los Andes, Facultad de Comunicación. Recuperado de <http://www.cimaschile.cl/notic/rutinasperiodisticas.html>.
- Luzón, V. (2001). *La irrupción de Internet en las rutinas productivas de los informativos diarios televisivos. El caso de tv3*. Recuperado de: http://www.tdx.cbuc.es/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-0205102-105948/vlf1de4.pdf
- Marrero, J. (2003). *Dígase de la palabra moral. Rescate de un periodismo digno y veraz*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Martín, I. y Martín, A. (2010). Las fuentes abiertas de información. Un sistema de competencia perfecta, *Revista de análisis y prospectiva*, (8), pp. 91-112. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3821448>
- Martín, M. (2009). *La producción social de comunicación*. La Habana: Félix Varela.
- Martini, S. (2009). *Periodismo, noticia y noticiabilidad en Más allá de las fronteras: Selección de lecturas sobre agencias de noticias*. Santiago de Cuba: Prograf.
- Mc.Quail, D. y Windahl, C. (2006). *Los estudios del Gatekeeper*. Recuperado de: <http://espai.antville.org/static/espai/files/gatekeeper>
- Naya, Z. (2003). *Rutinas productivas e ideologías profesionales de los periódicos digitales cubanos*. (Tesis de Diploma). Universidad de La Habana. La Habana.
- Nielsen, J. (1997). *How users read on the web*. Recuperado de: www.useit.com/alertbox/9710a.html
- Pisan, F. (2002). *¿Y ahora qué? Prólogo de explorando el ciberperiodismo iberoamericano*. Recuperado de: <http://www.saladeprensa.org/art368.htm>
- Puyolá, J.T. (2010). *Más allá de lo escrito: la hipertextualidad y la multimodalidad en los blogs como estrategias discursivas de la comunicación digital*. Recuperado de: <http://www.gabinete.comunicacionyeducacion.com/sites/default/files/fieId/adjuntos/>

[mas alla de lo escrito la hipertextualidad y la multimodalidad en los blogs como estrategias discursivas de la comunicacion digital.pdf](#)

- Ramírez, A. (2007). *Ética y profesionalización en el periodismo*. Recuperado de: <http://divulgacionucm.files.wordpress.com/2009/10/etica-y-profesionalizacion-en-el-periodismo>
- Ramos, D. (2014). *La integración de redacciones como respuesta a los nuevos formatos periodísticos*, La Habana, Pablo de la Torre.
- Recio, M. (2003). *Periodismo Digital: el límite de lo posible. Un análisis de las transformaciones del periodismo en Internet*. (Tesis de maestría). Universidad de La Habana. La Habana.
- Reyes, L. (2006). *Manual de fuentes de información*. La Habana: Editorial Pablo de la Torre.
- Rodríguez, G.; Gil, Flores, J. y García, E. (2002): Metodología de la Investigación cualitativa
http://www.catedranaranja.com.ar/taller5/notas_T5/metodologia_investig_cap.3.pdf
- Rodríguez, R.; Codina, L. y Pedraza, R. (2012): Indicadores para la evaluación de la calidad en cibermedios: análisis de la interacción y de la adopción de la Web 2.0. *Revista Española de Documentación Científica*, 35 (1), pp. 61 - 93.
- Rost, A. (2001). Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de Interactividad? *Center for Civic Journalism*, (2), pp. 1 - 16.
- Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. (Tesis de Doctorado). Barcelona. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Rothschuh, G. (2004). Ética y saber. Recuperado de: <http://www.saladeprensa.org/art583.htm>
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. La Habana, Cuba: Pablo de la Torre.
- Schudson, M. (1998). *The good citizen. A history of american civic life*. New York: The Free Press.
- Tejada, J. (2007) Comunicación digital nuevos restos nuevos medios Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1942/194220377002.pdf>
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Tuchman, G. (2008). La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas, *Comunicación Social*. (2), pp. 38-42
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- Varas, M. y González, C. (2016). Interactividad en sitios web de medios: buscando nuevas formas de diálogo con sus usuarios. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(1), 549 - 566.

Williams, B.A. & Delli Carpini, M. (2011). *After broadcast news. Media regimes, democracy and the new information environment*. Nueva York: Cambridge University Press.

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Recuperado de: <https://catedraoi2.files.wordpress.com/2014/05/wolf-mauro-investigacion-de-la-comunicacion-de-masas.pdf>

Wolf, M. (1989). *La investigación de la comunicación de masas*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente Bráu.

Wolf, M. (2005). *La investigación en la comunicación de masas*. La Habana: Pablo de la Torriente.

Yorke, I (1987). *Periodismo en TV*. México, Editorial Limusa.

A nexos

Tabla de Análisis de contenido cualitativo

Titular	Sección	Recursos hipermedia	Fecha	Autor
El béisbol no se detiene	Deportes	Dos comentarios y una respuesta	publicado el 01/03/2018, 08:17	Tomado de Granma
Cuba: horario de verano desde el domingo 11 de marzo	Nacionales		publicado el 01/03/2018, 08:31	Tomado de Radio Rebelde
Revisan boletas a utilizar en las elecciones generales en Cuba	Nacionales	Video	publicado el 01/03/2018, 08:35	Tomado de ACN
Abierto al público el Capitolio Nacional	Nacionales		publicado el 01/03/2018, 13:03	Tomado de ACN
Un día trascendental para los cubanos	En Villa Clara	(+Fotos, Audio y Video)	publicado el 11/03/2018, 09:16	Redacción Digital CMHW
Votó Miguel Díaz-Canel en Santa Clara	En Villa Clara	(+Video)	publicado el 11/03/2018, 09:45	Redacción Digital CMHW

Abierto al público el Capitolio Nacional	Nacionales		publicado el 01/03/2018, 13:03
Un día trascendental para los cubanos	En Villa Clara	(+Fotos, Audio y Video)	publicado el 11/03/2018, 09:16
Votó Miguel Díaz-Canel en Santa Clara	En Villa Clara	(+Video)	publicado el 11/03/2018, 09:45
Lo que debes saber de la votación hoy en Cuba	Internacionales	(+Video)	publicado el 11/03/2018, 11:50
Canciller Bruno Rodríguez condena agresiones contra la democracia cubana	Internacionales	(+Video)	publicado el 11/03/2018, 12:01
Asistió el 19,53 por ciento de los electores en las primeras horas	En Villa Clara		publicado el 11/03/2018, 13:25
Raúl Castro en el II Frente:	Nacionales	(+Fotos, Video y Audio)	publicado el

Desde Santa Clara, música Para Revolver Llegará a Trovándote

Cultura

publicado el 20/03/2018, 10:58

Tomado de ACN

A debate temas sindicales en Corralillo

En Villa Clara

Cuatro comentarios, tres respuestas

publicado el 21/03/2018, 08:45

Lourdes Rey Veitía

Celebran Día Mundial de la Poesía

Cultura

publicado el 21/03/2018, 09:21

Tomado de Granma

Secretario General del Partido Comunista de Vietnam visitará Cuba

Nacionales

publicado el 22/03/2018, 08:21

Tomado de Granma

Cuba jugará en Nicaragua con equipo joven

Deportes

publicado el 22/03/2018, 08:23

Tomado de Granma

<p>Constituyen en toda Cuba asambleas provinciales del Poder Popular</p>	<p>Nacionales</p>	<p>publicado el 26/03/2018, 08:37 Tomado de Juventud Rebelde</p>
<p>Predominan las mujeres en la Academia de Ciencias de Cuba</p>	<p>Ciencia y técnica</p>	<p>publicado el 26/03/2018, 10:10 Tomado de ACN</p>
<p>Grupo uruguayo "Amores Social Clown" llega a Santa Clara</p>	<p>Cultura</p>	<p>publicado el 26/03/2018, 21:31 Servicio Especial</p>
<p>Organizan en Villa Clara festejos por el cuatro de abril</p>	<p>En Villa Clara</p>	<p>publicado el 27/03/2018, 09:30 Tomado de ACN</p>
<p>Expreso tratará de mantenerse con vida este martes</p>	<p>Deportes</p>	<p>publicado el 27/03/2018, 13:33 Lázaro Marín García</p>
<p>Múltiples actividades en</p>	<p>En Villa Clara</p>	<p>Hipertexto galería de fotos publicado el Enrique Moreno</p>

El deber de continuar la obra histórica de la Revolución [Nacionales](#) publicado el Tomado de 29/03/2018, Granma 08:33

José Luis Cortés anuncia gira por Cuba [Cultura](#) publicado el Tomado del 29/03/2018, Portal Cubasi 09:15

Lazo califica relaciones con Vietnam de especiales y estratégicas [Nacionales](#) [Fotos y Video](#) publicado el Tomado de 29/03/2018, ACN 13:26

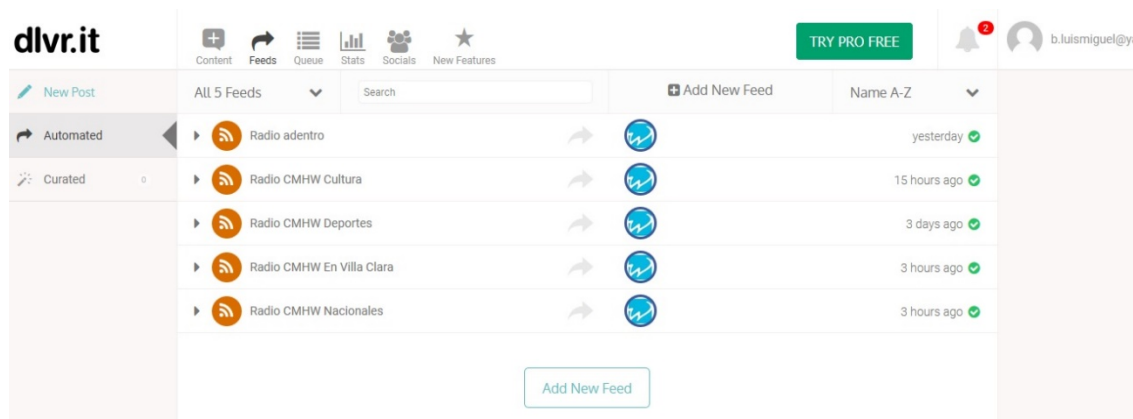
Recorren sitios de Santa Clara vecinos de la Comunidad «Emilio Córdova» [En Villa Clara](#) publicado el Normando Hernández Castro, de 31/03/2018, CMHW 18:18

Al gobierno y al pueblo palestino, nuestra solidaridad [Nacionales](#) publicado el Tomado de 03/04/2018, Trabajadores 15:57

Homenaje al Che y a los héroes de la Patria en Villa Clara [En Villa Clara](#) [Hipertexto y fotos](#) publicado el Tomado de 04/04/2018, ACN 14:22

Anexo 2

Dlvr.it herramienta web para la recogida de información.



Anexo 3

Guía del grupo focal

Metas del grupo focal

Motivar el intercambio de opiniones entre la jefa de grupo del sitio, un web máster, el diseñador, dos colaboradores, la jefa del Departamento Informativo y el director de la radio, sobre el proceso de producción, las competencias profesionales de quienes laboran en dicho sitio, y sobre cómo los factores estructurales, organizativos y externos favorecen o entorpecen el trabajo en la redacción digital.

El investigador debe tener en cuenta durante el transcurso de la dinámica grupal, las contradicciones, los criterios comunes, así como las sugerencias, ideas planeadas y posición de los participantes durante las preguntas.

Etapas a desarrollar

Introducción del tema de estudio y explicación de los objetivos de la investigación.

Encuadre del grupo focal

– Objetivo del trabajo: debatir sobre el funcionamiento de las rutinas productivas de CMHW Web y de la percepción que existe del trabajo entre la redacción digital y la redacción tradicional.

– Cota de participante: 6 como mínimo.

- Forma del trabajo: un solo grupo en debate directo
- Reglas de trabajo: se respetarán las opiniones individuales de los participantes, en aras de aprovechar la pluralidad de juicios. Asimismo, se respetará la confidencialidad y el anonimato de ser solicitados.

Duración máxima del ejercicio: dos horas

Desarrollo del grupo focal

- El moderador apunta la hora y el lugar antes de presentar al grupo los objetivos del debate.
- Se establece el debate entre los participantes, quienes se reunirán en un solo grupo de acuerdo a la cantidad de participantes.
- Se explican las premisas de la investigación, así como los tópicos a discutir, en este caso: el tema de las rutinas productivas, las competencias profesionales y la influencia de los factores estructurales organizativos y externos en el funcionamiento del sitio
- Debate general a partir de la intervención del moderador y el diálogo entre los participantes sobre sus experiencias en las funciones que desempeñan.

Resumen y cierre de la sesión

El moderador agradece a los profesionales que intervinieron, anota la hora de culminación del debate y pide alguna opinión sobre el ejercicio.

Anexo 4.

Cuestionario aplicado a los periodistas del sitio web de CMHW

1- ¿Ha recibido usted algún curso de especialización en Periodismo Hipermedia?

-Sí -No

1.1- Alguna otra forma de capacitación en la materia

-Sí -No ¿Cuál?

2- Los principales hechos publicados por el portal digital de CMHW son propuestos por (Seleccione los tres más frecuentes)

___ La dirección del medio. ___ El Jefe de Información. ___ Los propios periodistas. ___ Los usuarios. ___ Instituciones políticas rectoras.

3- A su juicio, cuáles de los siguientes valores noticias debe poseer un hecho para ser publicado en el portal:

___ Prominencia de las personas implicadas. ___ Interés colectivo ___
Proximidad ___ Actualidad ___ Curiosidad ___ Brevedad. ___ Relevancia

4 -¿Qué recursos hipermedia utiliza con mayor frecuencia?

___ Galería de fotos. ___ Infografías. ___ Caricatura. ___ Videos. ___ Audio.
___ Hipertexto

5 - ¿Cuáles es la fuente más utilizada por usted?

___ Fuentes oficiales. ___ Fuentes implicadas (Protagonistas del hecho) ___
Fuentes documentales ___ Fuentes no documentales ___ Fuentes institucionales
___ Fuentes estables ___ Fuentes provisionales. ___ Agencia de noticias u otros
medios.

¿Por qué elige estas fuentes? ¿Qué importancia les atribuye en la confección de
la noticia?

6- ¿Usa el hipertexto en sus materiales?

___ Siempre ___ Casi siempre ___ Nunca ___ A veces
___ Casi nunca

6.1 Por qué?

7- ¿Hace uso de recursos multimediales (principalmente audio y video) en sus
materiales? ___ Siempre ___ Casi siempre ___
Nunca ___ A veces ___ Casi nunca

7.1 ¿Por qué?

8. ¿Responde usted a los comentarios generados por sus trabajos? ___ Siempre
___ Casi siempre ___ Nunca ___ A veces
___ Casi nunca

8.1 ¿Por qué?

Anexo 5.

Guía de Observación

Factores estructurales – organizativos y externos

Estructura organizativa del portal digital

- Número de profesionales vinculados al sitio web de CMHW
- Condiciones tecnológicas para la labor periodística:
 - Cantidad de computadoras disponibles
 - Facilidades para el uso de Internet

Factores profesionales

- Habilidades del periodista en el trabajo con las herramientas de la web
- Dominio del lenguaje y recursos hipermedia

Factores externos

- Relación con instituciones ajenas al medio de prensa

Rutinas productivas del Periodismo Hipermedia:

Fases del proceso productivo

- Recogida del material informativo

Canales de recogida de la información.

Trabajo con las fuentes de información

- Selección de la información

Lista inicial de posibles noticias a publicar

Valores/noticia que inciden en la selección

Criterios de selección de las fuentes

- Presentación de la información
- Proceso de determinación del formato de presentación final:

Incorporación de los recursos hipermedia: hipertextualidad, multimedia e interactividad

Anexo 6.

Guía de entrevista a realizar a director de CMHW Alexander Jiménez y la jefa de grupo de la web Xiomara Rodríguez

- Estructura organizativa del medio de prensa web
- Principios que determinan la agenda mediática
- Elementos o sucesos que constituyen prioridad para el medio
- Determinar a cargo de quién y de qué forma transcurren los procesos de exclusión y jerarquización
- Relación con los órganos rectores del estado con la política informativa y editorial del medio
- Principales valores noticias que busca la web.
- Criterios que deciden la publicación de una noticia
- Aprovechamiento de los recursos hipermedias.
- Condiciones infraestructurales
- Valoración de la organización y planificación del flujo por parte de la dirección
- Valoración de competencias profesionales de los periodistas en función del periodismo hipermedia
- Deficiencias y fortalezas que presenta el sitio web