



UNIVERSIDAD CENTRAL “MARTA ABREU” DE LAS VILLAS

FACULTAD DE HUMANIDADES

ESPECIALIDAD PERIODISMO

TRABAJO DE DIPLOMA

Las rutinas productivas en la corresponsalía de la Agencia de Información Nacional (AIN) en Villa Clara: un acercamiento a la elaboración de la nota informativa del *cast*

Autora: Lorena Ferriol Ortiz

Tutores: Lic. Maria Victoria González Clavero

Lic. Ernesto Gómez Canga

Santa Clara, junio de 2012

Dedicatoria

A mi papá, por ser mi guía y fuerza de inspiración.

A Moti, por su amor incansable y compartir mis sueños.

A los dos por haber dejado su vida a un lado y vivir las de sus hijas.

A Acralys, por ser hermana y amiga.

A Meli, mi tatica favorita, por ser la bella de la casa y... no parar de hablar.

Agradecimientos

A mi papá, mi mamá y mi hermana por confiar en mí.

A Sandra, Norma y Yoya por estar siempre tan cerca.

A Andy por enseñarme a establecer prioridades y a disfrutar más de la vida.

A Chavelys, Elíizabeth, Yismady, Darlen, Anitica, Tamara y Yaimer porque todos me han hecho sentir especial, por ser mis amigos y hacer de la vida universitaria algo encantador.

A Maria Victoria por su constancia, sus sugerencias oportunas, sus múltiples revisiones; porque sin su apoyo esta tesis no se hubiese realizado.

A Ernesto, mi otro tutor, por su visión diferente pero certera.

Al colectivo de la corresponsalía de la AIN en Villa Clara por su apoyo y posibilitar esta investigación.

A Naida Sanzo, Nora Sosa, Pedro Larralde y Octavio Espósito por acceder a las entrevistas y el apoyo brindado.

A Carlín por permitirme ser su pasajera cada domingo, durante cinco años.

A los Ortiz por la preocupación constante y mantener a la familia unida.

A tía Gladys por sus libros y sugerencias literarias.

A Zoila por sus consejos y las constantes impresiones.

A Barbarita, Neyla, Orlandito y Orlando por aceptarme en sus vidas.

A Yulién y a Fara por sus conversaciones y confidencias.

A Diana por su ayuda con la bibliografía.

A mis compañeros de grupo por las experiencias compartidas.

A todos los que de algún modo ayudaron a la realización de esta tesis.

RESUMEN

La presente tesis de investigación se adentra en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara, a fin de caracterizar el funcionamiento de las rutinas productivas durante la elaboración de las notas informativas del *cast* en el primer cuatrimestre de 2012. El estudio se efectuó desde la perspectiva cualitativa, apoyado en la Etnografía como método principal y en un diseño de investigación descriptivo. La recogida y contrastación de la información necesaria se realizó a través de la observación participante, la entrevista semiestructurada, la entrevista en profundidad, el grupo focal y las notas de campo. Los resultados obtenidos revelaron que mientras los factores profesionales benefician el ritmo productivo de la AIN; algunos factores estructurales-organizativos, fundamentalmente, la falta de sistematicidad en la entrega del plan de coberturas semanal y las inestabilidades con el transporte, entorpecen la elaboración de las notas informativas del *cast*. De igual forma, se comprobó que el rechazo de los trabajos periodísticos, durante la fase de presentación, afecta las rutinas productivas de la corresponsalía e incide en la estimulación de los periodistas.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: LAS RUTINAS PRODUCTIVAS EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOTA INFORMATIVA EN LAS AGENCIAS DE PRENSA. ACERCAMIENTO TEÓRICO.....	5
1.1 El papel del emisor en los medios de prensa. Breve panorama.....	5
1.2 Noticiabilidad y valores/noticia	6
1.3 Factores que intervienen en la producción de la noticia.....	8
1.4 Rutinas productivas.....	11
1.4.1 Recogida del material noticioso	13
1.4.2 Selección de la noticia.....	15
1.4.3 La presentación de las notas informativas.....	16
1.5 La nota informativa.....	18
1.5.1 La nota informativa del <i>cast</i>	19
1.5.2 Tendencias actuales en el estilo cablegráfico.....	22
CAPÍTULO II: LAS AGENCIAS INFORMATIVAS Y SUS RASGOS FUNDAMENTALES	24
2.1 Las agencias informativas en Cuba. La Agencia de Información Nacional (AIN)	25
2.2 La corresponsalía de la AIN en Villa Clara.....	29
CAPÍTULO III: ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	32
3.1 Métodos y técnicas empleadas.....	32
3.2 Conceptualización y operacionalización de las categorías de análisis	34
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	38
4.1 Particularidades del trabajo periodístico.....	38
4.2 Los factores estructurales-organizativos, profesionales y externos en las notas informativas del <i>cast</i>	41
4.3 La recogida del material noticioso.....	48
4.5 Presentación de las notas informativas en el <i>cast</i>	57

CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
ANEXOS	69

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) produjo un incremento del flujo informacional en el mundo mediático. En este contexto, donde cantidad de contenidos no significa calidad, los medios de comunicación necesitan de fuentes confiables y capaces de cubrir sus exigencias editoriales. Las agencias de prensa, debido a su amplia red de corresponsales y sus rutinas de producción, constituyen una alternativa segura, económica y rápida para acceder a acontecimientos distantes geográficamente y de última hora.

Las notas informativas de las agencias aparecen en estaciones radiales, televisoras, revistas, periódicos o sitios digitales para conformar los servicios informativos. Por ello, recae sobre las agencias la responsabilidad social de incidir en los valores/noticia de algunos contenidos, que se publican en los demás órganos de prensa.

Los medios de comunicación constituyen, generalmente, los intermediarios entre las agencias y el público. Solo a través de las siglas identificativas que prevalecen en los materiales comprados y posteriormente modificados por los suscriptores, se conoce el trabajo de las agencias. Este es uno de los motivos por los que, en muchas ocasiones, el desempeño de estos organismos es subvalorado o poco conocido por lectores, radioyentes, televidentes y cibernautas.

En Cuba, el estudio de las agencias como generadoras de notas informativas también permanece rezagado. El acercamiento a la bibliografía sobre el tema demostró que, en el contexto cubano, no existen análisis de rutinas productivas en la agencia nacional de este país. Además, el informe del 66 Consejo de Dirección de la Agencia de Información Nacional (AIN), realizado en febrero de 2012, refiere como una necesidad de esa institución el estudio de los hábitos productivos de la AIN a partir de sus rutinas, la calidad de los materiales, así como la satisfacción personal y profesional de los trabajadores.

El suministro de informaciones que realiza la AIN a los suscriptores depende del acopio que efectúan sus corresponsalías. Por tal motivo, para conocer cómo funciona la única agencia de información nacional de Cuba, resulta oportuno saber las particularidades de sus filiales. De esta perspectiva surge la iniciativa de desarrollar una investigación centrada en el funcionamiento de las rutinas productivas en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara. Este estudio podría beneficiar al aparato informativo al advertir las deficiencias y logros de su

sistema de producción, así como a describir si el proceso productivo de esta corresponsalía responde a las necesidades de la AIN Central¹.

Además, esta investigación ayudaría a conformar el ciclo de investigaciones sobre rutinas productivas en los medios de la capital provincial de Villa Clara. De tal forma, como antecedentes de esta tesis de licenciatura se toman aquellos trabajos de diploma que enfocan las rutinas productivas en órganos de prensa radicados en la ciudad de Santa Clara:

La prensa escrita informatizada: un giro en las rutinas de producción (González y González, 2008); *Conformación de la opinión pública a partir de las rutinas productivas del programa radial Alta Tensión* (López y Lorenzo, 2008); *La noticia televisiva detrás de la pantalla. Estudio del proceso de producción de la noticia en el espacio informativo Noticentro de Telecubanacán* (Rodríguez, 2009); *Patria, una mirada desde el emisor. Estudio del proceso de producción de la información periodística en el noticiero radial Patria de la CMHW de Villa Clara* (Estrada, 2010); *Desde el centro de la Isla, Haciendo radio. Estudio del proceso productivo de la noticia en la corresponsalía de Radio Rebelde en Villa Clara, para el programa Haciendo Radio* (Consuegra, 2010).

A partir de la anterior situación problemática y motivado por las especificidades en la producción periodística de las agencias, el presente trabajo de diploma establece como **pregunta de investigación:**

¿Cómo funcionan las rutinas productivas en la elaboración de las notas informativas del *cast*, en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara durante el primer cuatrimestre de 2012?

Para guiar la investigación se establecieron los siguientes objetivos:

Objetivo general:

Caracterizar el funcionamiento de las rutinas productivas en la elaboración de las notas informativas del *cast*, en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara durante el primer cuatrimestre de 2012.

Objetivos específicos:

¹ En esta investigación se emplearán los términos AIN Central, Redacción Central, Oficina Central y Casa Matriz, para hacer referencia a la sede de la AIN en La Habana.

1. Identificar la presencia de los factores estructurales-organizativos, profesionales y externos en la elaboración de las notas informativas del *cast* en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara.
2. Caracterizar la recogida del material informativo para la elaboración de las notas informativas del *cast* en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara durante el primer cuatrimestre de 2012.
3. Describir el proceso de selección de las notas informativas del *cast*.
4. Describir la etapa de publicación de las notas informativas del *cast* en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara.

El desarrollo de la tesis es viable porque se dispone de la documentación necesaria para acceder a la teoría referente al tema de investigación y contar con el apoyo de todos los miembros de la unidad de análisis. El período en que se enmarca, primer cuatrimestre de 2012, permite la presencia de la investigadora en el medio y por tanto el empleo del método etnográfico. Además, garantiza realizar la investigación en el tiempo previsto.

Los diferentes momentos de la investigación aparecen recogidos a través de los cuatro capítulos que conforman el trabajo de diploma. El primer capítulo ofrece un acercamiento teórico al estudio de los emisores, que posibilitó definir las rutinas productivas, así como reelaborar el concepto de nota informativa para adaptarlo a las características de las agencias de prensa. Incluye, además, consideraciones respecto a las tendencias actuales del estilo cablegráfico.

El segundo capítulo se dedica a contextualizar el origen de las agencias informativas, el surgimiento de ese medio de comunicación en Cuba, específicamente el de la Agencia de Información Nacional y su corresponsalía en Villa Clara.

Durante el capítulo tres del estudio se exponen los principales criterios metodológicos que sirven de guía y sustento para la investigación, así como una explicación de la perspectiva metodológica del estudio.

Por su parte, el cuarto capítulo muestra los resultados obtenidos mediante los diferentes métodos y técnicas de análisis, dentro de los que se incluyen la descripción y caracterización de las fases de recogida, selección y presentación de las notas informativas del *cast* en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara y se identifica la presencia de los valores/noticia, así

como los factores estructurales-organizativos, profesionales y externos que median la producción informativa de la AIN.

Suceden al capítulo de los resultados las principales conclusiones obtenidas en el estudio, así como las recomendaciones pertinentes para solucionar las deficiencias encontradas en el proceso productivo de la corresponsalía. La tesis cuenta además con un epígrafe dedicado a la bibliografía citada y consultada durante el desarrollo de la investigación. También existe un momento destinado a los anexos, donde se ejemplifican algunas de las técnicas empleadas para la recogida y contrastación de la información necesaria y los mecanismos organizativos establecidos al interior de la AIN en Villa Clara.

CAPÍTULO I: LAS RUTINAS PRODUCTIVAS EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOTA INFORMATIVA EN LAS AGENCIAS DE PRENSA. ACERCAMIENTO TEÓRICO

1.1 El papel del emisor en los medios de prensa. Breve panorama

La elaboración de los productos noticiosos es un proceso que se compone de varias etapas, en las que resulta tan importante el contenido que se difunde como el periodista que lo construye. Sin embargo, el estudio de esta arista de la comunicación constituyó el más tardío en Latinoamérica.

Entre los años 1930 y 1975, la *Mass Communication Research* descuidó el papel del emisor. Solo después de algunos avances en el tema del mensaje y sus efectos en los públicos, se iniciaron las primeras investigaciones sobre los emisores. Mauro Wolf (2005), identificó estos estudios a través de dos corrientes. La primera de ellas considera algunos de los factores externos de la organización, que influyen en los procesos productivos de los comunicadores como los procesos de socialización a los que están sometidos. Por su parte, la segunda, analiza el tipo de organización del trabajo en el que se construye la noticia y las lógicas productivas en las que se origina la comunicación de masas.

Estas corrientes significaron la evolución en los estudios de los procesos productivos de la noticia. La primera línea de investigación, se explica a partir del término *gatekeeping* (cuidado del acceso), centrada en la selección de los contenidos. La segunda, tendencia actual, conocida como *newsmaking* (construcción de las noticias) abarca el proceso productivo completo.

Las primeras investigaciones sobre los periodistas como emisores, iniciadas por David White en 1950, establecieron la selección de los acontecimientos a partir de los efectos y la presión de la institución periodística. De ahí que algunos autores como Stella Martini² (2000) ubiquen al *gatekeeping* junto a la distorsión voluntaria y la falta de libertad de información.

Por su parte, la segunda etapa de estudio sobre los emisores (*newsmaking*) posibilitó analizar la relación entre la imagen de la realidad social que construyen los medios, la organización y

² Profesora e investigadora en temas de medios masivos, comunicación, cultura y poder en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. En el año 2000 publicó el texto *Periodismo, noticia y noticiabilidad*.

producción rutinaria de los aparatos periodísticos y los sentidos sociales (Martini, 2000). Según Mauro Wolf (2005), el *newsmaking* se articula entre dos polos: la cultura profesional de los periodistas; la organización del trabajo y de los procesos productivos. Roger Ricardo³ (2008), concuerda con esta división pues considera que toda empresa periodística se debe regir por normas de funcionamiento que garanticen su vitalidad como un perfecto mecanismo de relojería.

A pesar de la importancia de los emisores en la producción noticiosa, el estudio de este campo en las agencias informativas permanece postergado. José Manuel Rivas⁴(s. f.), asegura que las agencias no son analizadas como productoras de informaciones debido a su condición de fuente interna de los medios. De igual forma, los investigadores González, Brizuela y González (2008), afirman que aunque las agencias se clasifican como pilares del sistema de medios de comunicación, sus demoledoras rutinas de trabajo y la subestimación de su periodismo han provocado la carencia de su sistematización teórica.

El *newsmaking* se encuentra determinado por valores que facilitan la identificación del suceso como posible información noticiosa. Cada medio de prensa y contexto específico define los criterios de noticiabilidad por los cuales se regirá el periodista. De esta forma, garantiza que todos los productos comunicativos elaborados se ajusten a las pautas de la publicación.

1.2 Noticiabilidad y valores/noticia

El tránsito del acontecimiento a noticia se encuentra determinado por los criterios de noticiabilidad de un suceso. Sin embargo, establecer un concepto rígido constituye una tarea difícil, pues la noticiabilidad ofrece matices de una sociedad a otra e incluso entre los *mass media*.

La noticiabilidad se relaciona directamente con las agendas temáticas de los medios. Por tal motivo, la política editorial de cada órgano de difusión influye en la consolidación de estos valores. Existe una estrecha relación entre la noticiabilidad y la rutinización de las prácticas productivas. «Sin una cierta rutina de la que echar mano para hacer frente a los

³ Director de Investigaciones del Instituto Internacional de Periodismo José Martí. Profesor adjunto de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

⁴ Profesor asociado de Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid.

acontecimientos imprevistos, las organizaciones periodísticas, como empresas racionales, quebrarían» (Tuchman, 1973, citado en Wolf 2005).

Stella Martini (2000), establece como noticiabilidad un conjunto de condiciones y valores que se le atribuyen a los acontecimientos. Para la investigadora, los criterios de noticiabilidad, constituyen modalidades organizativas del trabajo cotidiano, razón que los obliga a ser claros y útiles tanto en el proceso de producción corriente como en los momentos críticos.

Los valores/noticia constituyen los elementos que atribuyen al suceso la relevancia adecuada para convertirse en noticia. Según Mauro Wolf (2005), los valores/noticia son utilizados de dos formas. En las redacciones se emplean para seleccionar entre el material los elementos dignos de formar el producto final. Además, funcionan como líneas-guías para enfatizar, omitir, dar prioridad a algunas aristas de la noticia que se presenta al público.

La profesora Iraida Calzadilla (2005), afirma que un hecho es inevitablemente noticiable cuando posee: «Actualidad, inmediatez, oportunidad, veracidad, interés colectivo o humano, emoción o dramatismo, repercusión o consecuencia, prominencia de los protagonistas, originalidad, rareza, proximidad geográfica, humorismo, impacto, suspenso, conflicto y progreso» (Calzadilla, 2005, p. p 46-8).

Para Mauro Wolf (2005), los valores/noticia se clasifican según los criterios sustantivos (el contenido); criterios relativos a los productos informativos; criterios relativos al medio; criterios relativos al público y a la competencia.

Los criterios sustantivos agrupan los valores/noticia según la importancia y el interés del suceso: grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento noticiable, impacto sobre la nación y sobre el interés nacional, cantidad de personas implicadas en el hecho e importancia y significatividad del acontecimiento respecto a la evolución futura.

Por su parte, los criterios relativos al producto abarcan la disponibilidad del material, la brevedad, la ideología de la noticia, la novedad, la calidad de la historia y el equilibrio del informativo.

Los criterios relativos al medio indican el ajuste de la noticia a las especificidades del órgano de prensa, la frecuencia o tiempo que demora el acontecimiento en obtener sentido y el formato o límites espacio-temporales que caracterizan el producto informativo.

Las necesidades y exigencias de los destinatarios para una comunicación efectiva son recogidas en los criterios relativos al público; mientras los criterios relativos a la competencia incluyen la competencia entre órganos de información para obtener noticias exclusivas y la selección de un acontecimiento esperando que los demás medios lo hagan.

Para esta tesis de diploma se asumen aquellos elementos de la noticiabilidad, referidos por Mauro Wolf (2005), que se pueden ajustar al contexto cubano y al funcionamiento de las agencias de prensa. De esta forma, el presente estudio comprende los valores/noticia: grado o nivel jerárquico de los sujetos implicados, impacto sobre la nación y sobre el interés nacional, correspondencia del acontecimiento con los intereses del país, cantidad de personas implicadas, importancia y significatividad del acontecimiento respecto a la evolución futura, novedad, competencia entre los medios para obtener noticias exclusivas y selección del acontecimiento esperando que los demás medios lo hagan.

En las agencias de prensa la novedad facilita la clasificación de los contenidos noticiosos en el *cast*. El carácter perecedero de los productos comunicativos de las agencias obliga a los reporteros a buscar informaciones relacionadas con la actualidad social. Mientras menor tiempo exista entre el suceso y el momento de su publicación; mayor será la novedad del acontecimiento y por tanto el interés de los suscriptores. «Es importante que la información de las agencias no sea menos rápida que la de los reporteros de otros medios masivos. De otro modo perderían todo su valor» (Haskovec⁵, 1983, p. 24.).

Los valores/noticia solo adquieren verdadero sentido en el proceso de producción informativo y actúan de manera conjunta. Su importancia trasciende la etapa de la recogida del acontecimiento para permear los posteriores momentos de la construcción noticiosa, al punto de determinar la forma en que el producto comunicativo se presenta a las audiencias. No obstante, en el paso de acontecimiento a noticia otros factores (estructurales-organizativos, profesionales y externos) influyen consecuentemente en el tratamiento de un hecho.

1.3 Factores que intervienen en la producción de la noticia

El trabajo reporteril de un corresponsal de agencia demanda rapidez en la elaboración y transmisión de las informaciones a la Casa Matriz. Para lograr la inmediatez y evitar errores

⁵ Slavoj Haskovec, Doctor en Filosofía y catedrático de la Facultad de Periodismo de la Universidad de Praga.

que retrasen la publicación del producto, las agencias requieren de personal calificado en el manejo de las normas y reglas al interior de ese medio. De la capacidad profesional del periodista depende, en muchas ocasiones, que las agencias ofrezcan a sus receptores mensajes actuales y completos desde el punto de vista informativo. Es por esta razón que los estudios sobre emisores incluyen la presencia de los factores profesionales en el producto comunicativo final.

Los factores profesionales comprenden una serie de elementos de índole profesional e intelectual, que incluyen la competencia e ideologías, cultura profesional, oficio del periodista, y valores que comparten, sobre las funciones de los medios y los reporteros en la sociedad. Es decir, normas y reglas que pueden determinar en la competencia profesional: aptitud, rigor técnico, creatividad (Barreda et al., 1991, citado en Castro 2011, p.10).

El conocimiento previo de los sucesos ayuda al periodista a identificar las cuestiones dignas de ser noticia y a intercambiar con las fuentes de información. Asimismo, brinda la posibilidad de enriquecer su trabajo con antecedentes y posibles consecuencias. A ese conjunto de saberes explícitos e implícitos que conforman el ejercicio de la profesión, el investigador Roger Ricardo (2008) lo denomina competencia profesional. Dicha competencia comprende el dominio del código de ética, estereotipos, sistema de conocimientos, representaciones, símbolos y rutinas al interior de la redacción.

En la conformación de la cultura profesional influye también la rivalidad entre los medios por alcanzar la primicia. Según Mauro Wolf (2005), el periodista establece como modelo de referencia a una publicación de prestigio. De esta forma, ante la duda del tratamiento de un tema, el reportero, analizará antes cómo lo hicieron una o varias de las empresas periodísticas más reconocidas.

La concepción del mundo y los códigos conductuales que sigue el periodista inciden en la interpretación del suceso que publica el medio de prensa. Así se manifiesta la ideología del profesional en el producto comunicativo. Según Roger Ricardo (2008), las ideologías profesionales constituyen una «serie de paradigmas y prácticas profesionales adoptadas como naturales por ellos. Ese cuerpo normativo puede variar en función de la historia, la tradición y el contexto sociopolítico en cada país» (Ricardo, 2008, p.5).

Las culturas, competencias e ideologías profesionales de los actores del proceso productivo de las agencias varían y se amplían. La investigadora y profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, María de los Ángeles González (2004), explica que en la agencia se requiere de análisis y voluntad para adaptarse a los paradigmas comunicativos que caracterizan el mapa mediático generado por Internet.

Los factores estructurales-organizativos también se manifiestan durante todo el proceso de producción de las notas informativas. Estos factores inciden sobre los contenidos de forma directa a través de las normativas funcionales al interior de las redacciones. Por tanto, los factores estructurales-organizativos «constituyen todo el aparato organizativo, administrativo y burocrático, que permite llevar a cabo de forma estable el acopio y procesamiento de los sucesos noticiables» (Barreda et al., 1991, citado en Castro 2011, p. 10).

Desde el punto de vista organizativo, la política editorial establece el perfil de la publicación, de acuerdo a los receptores a los que va dirigido y el contexto donde se enmarca. En el caso de las agencias de prensa esta forma de autorregulación se realiza, fundamentalmente, a través de la carta de estilo. Así las agencias garantizan que todos los productos respondan al mismo formato y conformen un lenguaje estandarizado.

Junto a la política editorial se encuentra la agenda temática del medio. Su configuración coloca un hecho en determinada jerarquía, es decir, privilegia su cobertura. El corresponsal de una agencia, desde provincia, debe elaborar un plan temático de su actividad en el que incluya tanto los pedidos de la Oficina Central como el seguimiento de los tópicos de su zona (Haskovec, 1983). De acuerdo a este plan, los periodistas visitarán los puntos claves de su área de acción y brindarán una información variada del acontecer informativo en la región.

En los factores estructurales-organizativos se deben considerar además, las condiciones materiales y la división jerárquica dentro del medio, así como la sectorialización de los profesionales. El periodista Frank González ⁶ (2009), señala que las agencias —desde el punto de vista organizativo— funcionan a partir de estructuras verticales ubicadas en la Casa Matriz. Es en este lugar donde un editor o jefe de turno revisa la información procedente de las corresponsalías y las noticias son distribuidas entre los abonados. Las agencias presentan

⁶ Doctor en Ciencias de la Comunicación. Fue director de la agencia cubana Prensa Latina (PL) y actualmente es Decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

además tres departamentos fundamentales: departamento de comunicaciones, el fotográfico y el documental, así como redacciones divididas en sectores de atención.

Por su parte, algunos factores externos se manifiestan en la información que se presenta a los suscriptores de la agencia. Dichos factores «incluyen entidades, instancias, organismos o personas pertenecientes a esferas de la vida social, política, económica e ideológica, quienes pueden incidir durante el proceso productivo» (Barreda et al., 1991, citado en Castro 2011, p. 10). Según Roger Ricardo (2008), el afán de los factores externos por participar en la elaboración del producto se basa en la necesidad de garantizar en él la presencia de intereses ideológicos, políticos y económicos.

Tanto la sede central de una agencia como sus corresponsalías están sometidas a fuerzas externas. Según el investigador Frank González (2010), en el proceso de construcción de la agenda de las agencias inciden las fuentes informativas, la producción de otras agencias de noticias y medios nacionales y extranjeros, así como las demandas de los abonados y las autoridades político-administrativas del territorio donde operan.

Las agencias de prensa nacionales constituyen, por lo general, instituciones priorizadas en la recogida de información gubernamental, política y pública. Según el investigador Slavoj Haskovec (1983), debido a su posición en el sistema de comunicación de un país, las agencias de prensa nacionales son llamadas a difundir dentro y fuera del país las informaciones oficiales.

El producto comunicativo final de un medio de prensa es el resultado de la integración de la subjetividad del periodista, así como de las normas e instituciones que inciden en su trabajo. Sin embargo, los reporteros reflejan estos factores de forma inconsciente debido a su asimilación como naturales a través de la experiencia y el proceder rutinario de su producción.

1.4 Rutinas productivas

La labor periodística se conforma a partir de la búsqueda de información, consulta y verificación de las fuentes, entrevistas, investigación e interpretación. Para cumplir con sus funciones y publicar las noticias en tiempo real, al interior de los medios, se establecen las rutinas productivas.

Al hablar de rutinas informativas no solo se incluyen las formas organizativas del trabajo cotidiano, sino también las maneras de pensar la realidad. «Los acuerdos sobre ella (si los hay)

favorecen la resolución de los problemas que plantea la producción de la noticia» (Martini, 2000, p. 263).

La articulación de las rutinas en los medios de prensa es cuestionada por la Doctora en Ciencias de la Comunicación, Mar de Fontcuberta. Su criterio se sustenta en que la rutinización impone ritmos de trabajo y define ausencias informativas y contenidos temáticos. «En nombre de las rutinas, los medios incluyen y jerarquizan, pero, sobre todo, excluyen información» (Fontcuberta, 1993, p. 141).

Sin embargo, las rutinas productivas constituyen determinantes en la producción de la noticia. Sin ellas los medios no cumplirían con su rol social. La falta de organización y unidad a la hora de crear impediría concebir el producto comunicativo.

Roger Ricardo define las rutinas productivas en su artículo *Detrás de la fachada*. Según este autor:

Las rutinas productivas constituyen 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 una 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 periodística (Ricardo, 2008, p.7).

Esta investigación se adscribe al anterior concepto porque resume los factores y las etapas que conforman las rutinas productivas en las empresas periodísticas y responde a las condiciones de producción de los medios de prensa en Cuba. En este estudio, la dinámica productivo-editorial- tecnológica se entiende como las particularidades dentro del medio respecto a su flujo productivo⁷, que impone ritmos de trabajo; mientras que se identificará como mediación objetiva a los factores estructurales-organizativos, externos y profesionales que intervienen en

⁷ Se entiende por flujo productivo al conjunto de actividades repetibles que permiten al interior del medio la organización sistemática de los recursos, con roles definidos y flujo de información, que puede ser aprendido por los periodistas. Esta definición fue reelaborada a partir de la conceptualización realizada por los investigadores González y González (2008).

cada una de las fases de las rutinas productivas e impregnan y determinan el producto comunicativo final.

Según la profesora María de los Ángeles González (2006), debido a su naturaleza competitiva las agencias se han caracterizado por un control muy estricto de su proceso productivo. El Doctor en Ciencias de la Comunicación, Frank González (2009), concuerda al afirmar que las rutinas productivas descansan en un conjunto de procedimientos, para hacer cumplir la política editorial con la inmediatez, precisión y continuidad que caracterizan al periodismo en las agencias de noticias.

Los investigadores Brizuela y González (2007), explican que las agencias de prensa satisfacen las necesidades informativas de los medios que presentan como receptores al público en general. Si una agencia reporta con más rapidez que otra; aumentará su número de receptores al lograr la primicia respecto a la competencia. «El estilo cablegráfico subraya la necesidad de una formulación breve, del estilo conciso, que suscite estandarización, para lograr una transmisión rápida» (Brizuela y González, 2007, s. p.).

Mauro Wolf (2005), establece tres etapas dentro de las rutinas productivas: recogida, selección y presentación. Durante esas fases los acontecimientos serán extraídos de su entorno, modificados y expuestos a un público signado por diferentes necesidades informativas.

1.4.1 Recogida del material noticioso

La fase de recogida del material noticioso se encuentra determinada por las fuentes. Si bien la noticiabilidad garantiza el paso de acontecimiento a noticia; las fuentes informativas suministran los datos primarios y secundarios que conformarán el producto.

En la recogida priman las fuentes institucionales debido a la escasez de tiempo en las redacciones. «La fase de recogida de los materiales noticiables está influenciada por la necesidad de disponer de una afluencia constante y segura de noticias, de cara a poder confeccionar cada vez el producto exigido» (Wolf, 2005, p. 134).

Las fuentes de información inciden en la calidad del producto comunicativo. Solo la adecuada contrastación y uso de ellas garantiza la confiabilidad. Investigadores como Calzadilla (2005), Reyes (2003), Rodrigo (1993) y Rodríguez (s. f.), han teorizado sobre las fuentes. Mauro Wolf (2005), en su libro *La investigación de la comunicación de masas* plantea que la clasificación de las fuentes parte de la relación entre la fuente y el aparato informativo.

El investigador Pepe Rodríguez (s. f.), ofrece una clasificación exhaustiva sobre las fuentes informativas en su libro *Periodismo de Investigación. Técnicas y estrategias*. Establece una división entre fuentes documentales y personales. Por fuentes documentales entiende a todo depósito de información, de cualquier tipo, que sea accesible y consultable por el periodista. Las fuentes personales, se tipifican según su temporalidad (asidua y ocasional), contenidos informativos (puntuales y generales), estructura de la comunicación (pública, privada y confidencial), ética (voluntaria e involuntaria).

En relación con el hecho que se investiga las fuentes personales pueden clasificarse en implicadas (afectados, protagonistas y testigos o críticos), ajenas; favorables; neutrales; desfavorables y técnicas. Las fuentes personales puede ser además oficiales y oficiosas (informante y confidente).

Aunque Rodríguez (s. f.), realizó esta clasificación para el periodismo investigativo, el presente estudio se rige por su criterio porque puede ajustarse al contexto cubano y constituye un análisis minucioso de los tipos de fuentes a los que puede enfrentarse un reportero. En los medios cubanos se propone un contacto con la fuente, basado en principios éticos y respeto, como propone el investigador citado.

El uso de las fuentes guarda estrecha relación con el estilo cablegráfico. Las agencias, debido a su estilo impersonal y al amplio número de clientes, priorizan el testimonio de los protagonistas que sustentan la información, para garantizar la credibilidad del público.

Las redes estables de fuentes aseguran a las agencias el acopio diario de los volúmenes informativos necesarios para la producción constante de noticias. En el caso de los corresponsales de agencias nacionales es importante mantener contactos regulares con todas las fuentes de su área de atención. Según el investigador Slavoj Haskovec (1983), los corresponsales deben seleccionar cuidadosamente a los funcionarios de empresas e instituciones culturales para que les informen, por iniciativa propia, aquellos acontecimientos que puedan interesar a la agencia.

La primera etapa de la producción de la noticia depende también de las condiciones técnicas del medio de prensa. Miguel Rodrigo (1993), afirma que las características tecnológicas del medio determinarán sus particularidades productivas. La carencia de recursos, en muchas ocasiones, conlleva a planificar las coberturas con días de antelación.

El dietario constituye un instrumento de la recogida del material informativo. Su configuración es parte de la rutina de casi todos los medios y agrupa a los acontecimientos que serán mostrados a las audiencias.

Según Mauro Wolf (2005), el dietario se conforma a través de la agenda que enumera los acontecimientos que sucederán y cuya noticiabilidad se da por descontada. Son acontecimientos previstos con antelación en la agenda y que pertenecen, por lo general, a la esfera político-institucional-administrativa o judicial y que permiten a los medios organizar su trabajo con tiempo.

La tenencia de un plan de coberturas para cada reportero constituye un tema cuestionado, pues se considera que rompe con lo imprevisible de la noticia. No obstante, el investigador Roberto Pérez (2003), asegura que la práctica demuestra todo lo contrario, pues el dietario contribuye a la estabilidad física del emisor al facilitarles orientación y proyección en su gestión comunicativa.

El dietario constituye una herramienta organizativa de los medios de prensa. Su uso posibilita a las empresas periodísticas planificar los horarios de cobertura de los periodistas y la disponibilidad de recursos técnicos como las cámaras fotográficas y el transporte.

1.4.2 Selección de la noticia

Después de recogido el material noticioso, en las redacciones, comienza el proceso de selección. Es en este momento de las rutinas productivas donde se define qué contenidos conformarán el material periodístico.

El proceso de selección de las noticias puede ser comparado a un embudo, en el que son introducidos muchos datos y solo una cantidad limitada pasará el filtro; también podría compararse a un acordeón, ya que algunas noticias son añadidas, cambiadas de sitio, incorporadas en el último momento (Wolf, 2005, p. 146).

Según la investigadora Ana María Lalinde⁸ (1992), la selección constituye el momento clave de la construcción de la realidad periodística pues durante esta etapa el reportero discrimina algunos de los datos recogidos. Además, constituye una rutina, que a partir de los

⁸ Comunicadora Social. Presenta una maestría en Comunicación y desarrollo de la Universidad Iberoamericana de México. Fue directora del Departamento de Comunicación de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Javeriana.

valores/noticia, homogeniza la selección de los acontecimientos extraordinarios, la clasificación de las fuentes y la previsión de las informaciones.

La rutina de selección del material informativo pone en evidencia que si bien esta responde a la naturaleza del trabajo profesional, no puede achacarse su aplicación a criterios exclusivamente “subjetivos”, sino a la forma en que está organizado, institucionalizado y desarrollado el oficio del periodista (Lalinde, 1992, p. 15.).

La selección y jerarquización de los elementos informativos en el texto periodístico por parte del autor responden a una interpretación de los acontecimientos. Si bien las agencias son reconocidas como el medio más imparcial resulta imposible redactar un producto noticioso sin que la competencia e ideologías profesionales y la política del medio participen. Por tal motivo, en las agencias se maneja el término de intencionalidad en lugar de objetividad.

La intencionalidad del reportero se manifiesta en el momento de seleccionar y enfatizar una arista del suceso que desea tratar, o sencillamente en la omisión de algún contenido. De esta forma, el emisor envía al receptor un determinado valor político-ideológico. Sin embargo, el periodista de agencia debe respetar los límites de la intencionalidad para no ejercer la opinión.

En un medio de prensa el director, el jefe de información y el jefe de redacción realizan la selección de los materiales que integrarán el sistema informativo. Mauro Wolf (2005), explica que ellos son los encargados de establecer qué noticias iniciarán la jornada informativa de un medio, así como el espacio que se les dedicará.

El guatemalteco Jorge Antonio Reyes en su tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación (1999), demuestra que existe una clara diferencia entre las noticias seleccionadas por una agencia nacional y una internacional. En el primero de los casos se eligen las notas informativas que satisfacen las necesidades de un público eminentemente local; mientras en las segundas los trabajos periodísticos interesan a un receptor global.

Los hechos que superen las etapas de recogida y selección, pasarán a la última fase de las rutinas productivas: la presentación. Este es el momento en que la noticia se muestra a los receptores como una construcción social de la realidad.

1.4.3 La presentación de las notas informativas

Durante la fase de presentación, las notas informativas son sometidas a un proceso de edición y adaptadas a las características del medio de prensa. Según Mauro Wolf (2005), mientras las

etapas precedentes descontextualizan a los acontecimientos del marco social, político y económico donde se producen; la fase de presentación los recontextualiza en el formato del informativo.

Durante la presentación, los contenidos se adaptan al espacio, tiempo de duración o líneas preestablecidos en el medio. De esta manera, se crea el contexto formal en el cual las noticias son percibidas según su importancia por los receptores. Según Calabrese –Volli (1980, citado en Wolf 2005), también en el marco del formato de la publicación, opera el mecanismo de sentido añadido, a través de la aproximación de dos noticias, entre sí, a los ritmos internos del informativo. Sin embargo, Mauro Wolf (2005), asegura que las inferencias que puedan extraerse del orden en que están dispuestas las noticias; solo se remiten a los contenidos informativos, pues la ubicación dentro de un espacio responde a las necesidades impuestas por un formato rígido.

En la presentación de un producto noticioso interviene el proceso de *editing*. Esta acción posibilita crear una representación visual, sintética y coherente con las exigencias y técnicas productivas del medio. La función principal del *editing* es «transformar el acontecimiento en una historia con un principio, una parte central y un final» (Altheide, 1976, citado en Wolf 2005, p. 148).

Los valores/noticia, en la última fase de la producción, ayudan a definir los momentos del acontecimiento que serán enfatizados de acuerdo al formato. Gans (1979, citado en Wolf 2005) define a este proceso como *highlighting* y establece entre sus funciones la selección de las características más destacadas de un suceso, acción o personaje obtenidas al eliminar todo lo que no parece suficientemente importante, nuevo y dramático.

Además de los valores/noticia, en la fase de presentación, el interés del público también se toma en cuenta por los periodistas. « [...] las necesidades del público son perfectamente comprendidas por parte de los periodistas gracias, sobre todo, a su amplia experiencia y gracias también a los contactos cotidianos que les es posible mantener con un amplio abanico de personas que lo componen» (Golding-Elliott, 1979, citado en Wolf 2005, p. 149).

«La redacción de los servicios de la agencia, especialmente de los despachos noticiosos, es una de las fases del tratamiento informativo que revelan con mayor fidelidad los rasgos típicos de dicho medio» (González, 2006, s. p.). Luego de aplicar rigurosamente la carta de estilo, las

agencias muestran a los suscriptores del *cast* un producto comunicativo encabezado por una guía que indica el tema tratado en la nota informativa, con un fechado⁹ separado del resto de la información por una pleca y con un lenguaje directo.

1.5 La nota informativa

El conocimiento de las características de la nota informativa facilita el trabajo de los reporteros durante la elaboración de ese producto comunicativo. Variadas son las investigaciones sobre dicho género periodístico que coinciden al enunciar la presencia de un acontecimiento como requisito indispensable que da paso a la noticia (Alsina 1993; Martini 2000; Calzadilla 2005; Gargurevich 2006; Grijelmo 2008; Wolf 2005).

Para clasificar en la agenda de los medios de prensa, el acontecimiento debe ajustarse a los valores/noticia y supuestos defendidos en la empresa periodística. De esta perspectiva parte Stella Martini (2000), para definir como noticia: «la construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad la ubican públicamente para su reconocimiento» (Martini, 2000, p. 252).

Autores como Martínez (1974), De Fontcuberta (1980), Alsina (1993), Calzadilla (2005) y Wolf (2005), refieren que la noticia no es el hecho tal y como ocurrió, sino la percepción que de él tuvo el reportero. Iraida Calzadilla (2005), concuerda pues según su criterio, los periodistas reconocen los acontecimientos respondiendo a códigos y valores de la profesión. Posteriormente, seleccionan, excluyen, jerarquizan y fraccionan la realidad para dar paso a las omisiones y prioridades que impone la organización productiva a la que responden.

También el investigador Miguel Rodrigo (1993), reconoce la influencia de las rutinas de producción sobre las informaciones. Por tal motivo, identifica como noticia a «una representación social de la realidad cotidiana, producida institucionalmente, que se manifiesta en la construcción de un mundo posible» (Alsina, 1993, p. 185).

Esta investigación coincide con los estudiosos que aceptan la presencia de la competencia e ideologías profesionales, así como de los factores estructurales-organizativos y externos en la noticia. Por tal motivo, adopta como concepto de nota informativa el establecido por el

⁹ El fechado es el comienzo de la primera línea del párrafo inicial de toda noticia de agencia que contiene: lugar de origen, fecha y la firma o sigla de la agencia.

profesor José Luis Martínez: «Noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que puede considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión» (Martínez, 1974, p. 88).

Como la investigación se acerca específicamente a la nota informativa del *cast*, la anterior definición se reelabora a partir de rasgos del estilo cablegráfico en ese servicio de la agencia. Tras ajustar la definición de José Luis Martínez (1974), la investigación considerará la nota informativa objeto de estudio como aquella que relata un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a los suscriptores de las agencias a través de su publicación en el *cast*, luego de ser recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores de su emisión. Se caracteriza por ser clara, directa, formato estándar, imparcial y objetiva.

1.5.1 La nota informativa del *cast*

El estilo de redacción empleado por las agencias para elaborar sus productos se denomina cablegráfico. Los investigadores First¹⁰ y Haskovec (1984), José Manuel Rivas¹¹(s. f.) y González, Brizuela y González (2008), refieren que las agencias deben emplear un estilo que cumpla con los atributos esenciales del lenguaje periodístico en general. Por ello, en los productos comunicativos de las agencias sobresalen elementos del estilo informativo como son la presentación de los hechos, la brevedad de expresión, énfasis e inteligibilidad.

Dentro de los géneros informativos de las agencias José Manuel Rivas (s. f.), incluye: *flash*, boletín, urgente, avance y nota informativa. Según el investigador, el *flash* es la información más breve y apremiante que envía la agencia, consta de una sola línea de texto y no lleva título, aparece precedido de la palabra *flash* y de ocho campanillazos.¹²El boletín, sucede al *flash* en orden de inmediatez, se conforma por un párrafo, fecha y título, se identifica con el término boletín y cinco campanillazos. El urgente constituye el siguiente género de prioridad, debe tener al menos dos fragmentos y ser completo; le anteceden tres campanillazos. El

¹⁰ Jaroslav First es un investigador checo que junto a Slavoj Haskovec publicó el texto *Introducción al trabajo de las agencias de noticias*.

¹¹ Profesor asociado de Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid.

¹² Los campanillazos tenían función sonora en los antiguos teletipos, en la actualidad solo se pueden observar en la pantalla de las computadoras.

avance, adelanta dos o tres párrafos de una noticia importante pero que no merecen la calificación de urgente, requiere de una rápida ampliación.

Además de estos géneros, se consideran como parte del estilo informativo la ampliación y el resumen. En la ampliación se ofrecen todos los datos omitidos en el avance, debido a su urgencia; mientras el resumen reúne todos los contenidos emitidos sobre una información durante el día. Sin embargo, según las Normas de Redacción de la AIN (s. f.), aunque en las agencias confluyen todos los géneros mencionados, la nota informativa constituye el producto comunicativo por excelencia de una agencia.

Según Lechuga et al. (1991) y Haskovec y First (1984), la nota informativa de las agencias por lo general es concreta e indica con gran exactitud tanto el lugar como el tiempo del suceso descrito. Además, identifica a los sujetos participantes en el hecho, define el curso de la acción y sus resultados, bajo el principio de la exactitud.

Al igual que en el resto de los medios, la nota informativa de las agencias se estructura a partir del *lead* y el cuerpo de la noticia. El *lead* constituye el párrafo inicial de la información periodística y se vincula a la rutina de las cinco preguntas: quién, qué, cuándo, dónde y por qué.

Según las Normas de Redacción de la AIN (s. f.), el *lead* del despacho cablegráfico no debe exceder las 35 palabras y las cuatro líneas a 60 golpes de máquina. Tampoco acepta el uso de palabras como ayer, pasado o la víspera. Además, siempre debe responder a las preguntas de qué, quién y cuándo en las noticias del día. La redacción más usual de la nota informativa de las agencias respeta la estructura sujeto+ verbo+ predicado y excluye adverbios, cifras y muletillas del inicio del primer párrafo.

Una de las estrategias más empleadas en las agencias para captar el interés del lector se basa en presentar una fuente en el *lead*. Identificar al suministrador de la información llama la atención del cliente y acentúa la credibilidad de los datos.

El cuerpo de la noticia de agencia se rige necesariamente por la pirámide invertida. En este medio, las notas informativas son vendidas a un público que las modifica según sus intereses editoriales. «Las agencias de prensa continúan empleando este sistema puesto que, ellas sí, ignoran por dónde serán cortadas en cada medio informativo y han de facilitar la publicación y el manejo de sus textos» (Grijelmo, 2008, p. 33).

Los párrafos de las notas informativas del *cast* no exceden las cinco líneas, guardan independencia entre sí y comienzan con palabras diferentes. Según el periodista e investigador, Alfonso Gil¹³ (2003), el segundo párrafo ubica al lector pues explica el por qué y contextualiza el suceso. En algunas ocasiones, esta parte de la noticia se convierte en una ampliación del *lead* y los elementos de documentación pasan al tercer fragmento.

Las Normas de Redacción de la AIN (s. f.), establecen que la nota informativa de agencia no debe exceder las 30 líneas y se escribe en tercera persona. El uso del término “nuestro” u otros que supongan parcialidad se prohíbe. Igualmente, se omiten los localismos, extranjerismos, gentilicios o palabras obscenas; excepto cuando forman una cita textual.

Ante la ausencia del egocéntrico yo, y del nosotros, que actúan en el estilo opinativo para lograr una argumentación explícita y con una finalidad clara, en función de los objetivos de esas formas expresivas y de su estrategia discursiva, la finalidad del relato periodístico de agencia debe basarse en la llamada argumentación implícita, el empleo de soportes que permitan una profundización, una explicación de los hechos y sus causas para que sea el cliente el que incluya la opinión (González, 2006, s. p.).

La titulación de los despachos cablegráficos también se rige por estrictas Normas de Redacción. El título resume el *lead* y debe captar el interés del receptor. Sin embargo, las agencias prohíben los enunciados generales y las siglas en ellos. Según Lorente (2009), como las agencias no cuentan con los componentes del titular de los periódicos (los antetítulos y/o subtítulos, las fotos, tipografía y la ubicación en plana), el título precisa de una estructura que sintetice la noticia.

En las agencias el tratamiento a un suceso comienza, según describe González (2004), con la emisión de las notas informativas en estilo directo. Posteriormente, la redacción pasa a notas enriquecidas con antecedentes hasta llegar a la interpretación y evaluación del acontecimiento. Los elementos principales de una nota informativa de agencia constituyen la concisión, claridad y brevedad. Estas tres cualidades hacen de los productos, materiales de fácil comprensión y difusión.

¹³ Alfonso Gil, periodista de la agencia española EFE y especialista en información deportiva. Actualmente trabaja, además, como profesor asociado de las asignaturas Agencias de noticias y Periodismo deportivo, en la Universidad Complutense de Madrid.

En el libro *Las agencias internacionales de noticias* (Lechuga et al., 1991) se explica que la concisión en la noticia se deriva del principio de la efectividad y la economía de la expresión. El espacio en los diarios y emisoras radiales siempre es insuficiente. Por tal motivo, para los suscriptores de las agencias resulta más eficiente comprar un relato noticioso que brinde mucha información en pocas líneas. La síntesis de un texto garantiza la lectura del mismo y facilita la transmisión de los cables. «Una noticia más corta es mucho más fácil y rápida de transmitir, corregir y editar» (Lechuga et al., 1991, p. 31).

Por su parte, la claridad en el texto asegura la asimilación de los contenidos. Para lograr un mensaje claro, los redactores evitan las oraciones subordinadas, los términos científicos o especializados, así como los adjetivos calificativos.

1.5.2 Tendencias actuales en el estilo cablegráfico

Los adelantos tecnológicos, a lo largo de la historia, han influenciado el estilo de las agencias. Tanto es así, que durante la Guerra de Secesión a través del uso del telégrafo y debido al costo de la transmisión de los mensajes, las agencias crearon la estructura de la conocida pirámide invertida.

En la actualidad, la era digital supone un nuevo reto al periodismo de agencia. Muchas son las interrogantes acerca de la pertinencia o eficacia de las agencias en un mundo donde buscadores, *weblogs* o periódicos digitales ofrecen noticias frescas. Sin embargo, las agencias aprovechan las ventajas de Internet a su favor. Además de utilizar la rapidez de las redes sociales y la computadora; reforman su estilo informativo. Al igual que las revistas, diarios, televisoras y emisoras; las agencias, incorporan la interpretación a su discurso para hacer frente a la competencia.

La tecnología digital disminuyó los costos de transmisión y aumentó tanto el alcance como la calidad a la hora de enviar los productos a los clientes. El nuevo soporte ofrece un tratamiento de la información más rápido para agencias y suscriptores. Ahora, los servicios *on line* ofrecen oportunidades para publicar informaciones que antes no clasificaban.

Los imperativos de concisión, síntesis y precisión que requería la agencia para su eficiencia empresarial, ahora se flexibilizan e influyen en la manera de elaborar la noticia. Aparecen despachos con características nuevas que se salen de los rígidos

marcos del estilo informativo tradicional, y se incursiona en la interpretación, hasta violar la frontera con lo editorializante (Brizuela y González, 2007, s. p.).

La calidad de las agencias como productoras noticiosas aumenta. Según los investigadores Brizuela y González (2007), al incrementarse el espacio de publicación de los demás medios de prensa, las agencias pueden ofrecer a sus suscriptores los trabajos periodísticos con mayor cantidad de antecedentes y contrastación de fuentes. Si antes el periodista desechaba la información secundaria y terciaria de su trabajo; ahora las incluye.

La investigadora María de los Ángeles González (2006), explica que la era digital y los numerosos recursos operativos ampliaron el concepto de noticia. Esta variación en el género más cultivado acentuó la versatilidad de las agencias y ensanchó las posibilidades ante su público.

El desarrollo de Internet afianzó la presencia de las agencias en los sitios digitales de los medios de prensa. Los servicios de estas entidades aparecen en el ciberespacio entre los más visitados y en ocasiones constituyen la mayor parte de los contenidos de la *web*. Por tal motivo, como señalan los investigadores Brizuela y González (2007), no resulta extraño que al buscar en *Google* el desarrollo de algún conflicto mundial, la información aparezca precedida de siglas como PL, EFE, AFP, AP o Reuters.

Aunque las agencias de prensa modificaron el estilo cablegráfico, su interés por la descripción directa de los acontecimientos no cambió. El uso del lenguaje periodístico, así como la ausencia de apreciaciones personales del periodista, les ayuda a cumplir su función informativa.

CAPÍTULO II: LAS AGENCIAS INFORMATIVAS Y SUS RASGOS FUNDAMENTALES

El surgimiento de las agencias de prensa en el siglo XIX, se vincula a la unión entre desarrollo económico, adelantos científicos y necesidad de conocimientos. Según González (1983), el comerciante Charles Havas fue el primero en advertir los beneficios de suministrar a los periódicos franceses, los contenidos provenientes de otras naciones. Por tal motivo, luego de experimentar con las traducciones de noticias, fundó en 1835 una agencia con su nombre.

La profesora María de los Ángeles González (1983), recoge en su libro *Agencias informativas internacionales* los cuatro momentos en que la UNESCO divide el desarrollo de las agencias¹⁴. Los períodos comprenden el surgimiento de las tres grandes agencias europeas — la Havas (1835) de Francia, Wolf (1849) de Alemania y Reuter (1851) de Inglaterra—, el reparto del mundo en esferas de influencia, el nacimiento de las primeras agencias socialistas, la disolución del cartel de las agencias y el enfrentamiento entre las agencias socialistas y las capitalistas.

Además de las agencias europeas en el mundo de la información cobraron fuerza entidades norteamericanas. Según el profesor Frank González (2010), la presión de las agencias estadounidenses Associated Press (AP) y United Press (UP), así como el desarrollo de las guerras mundiales contribuyeron al posicionamiento actual de las agencias.

Al finalizar la II Guerra Mundial las agencias Havas y Wolf habían desaparecido del mercado informativo. Al mismo tiempo, surgía la Agencia Francesa de Prensa (AFP) la cual, junto a la Reuter y la AP, constituye uno de los medios de prensa de mayor alcance global.

Según el investigador Johnny Vargas (2000), además de las agencias mundiales existen las internacionales, las regionales y las nacionales. Por su parte, el Dr. Frank González (2009), refiere que como consecuencia de los adelantos tecnológicos existe una tendencia a la

¹⁴ La UNESCO establece los períodos de desarrollo de las agencias de esta forma: primer período (1835 a 1879), segundo período (1880 hasta poco antes de la I Guerra Mundial), tercer período (luego de la I Guerra Mundial), cuarto período (finales de la II Guerra Mundial hasta la actualidad).

especialización de las agencias, como en el caso de la Reuter, que brinda grandes volúmenes de información económica y financiera.

Desde su surgimiento, las agencias han diversificado su producción periodística. La investigadora María de los Ángeles González (1983), asegura que aunque el despacho informativo ocupa la mayor emisión de las agencias; en el *cast* se observan también resúmenes, matutinos, vespertinos, informaciones dirigidas a medios de prensa específicos u otras agencias. Igualmente, elaboran productos interpretativos como la panorámica, el análisis, la crónica y presentan un banco de fotografías para acompañar los materiales. Además, incluyen entre sus servicios especiales artículos, entrevistas y reportajes. Por su parte, los géneros de opinión resultan poco frecuentes porque son de uso restringido.

En la actualidad las agencias informativas constituyen las principales abastecedoras de noticias de los medios de difusión masiva. Sin embargo, aunque esto evidencia la importancia de ellas en la comunicación, puede generar uniformidad entre los contenidos de los *medias*. Además, la imposición de las agencias más desarrolladas, ahoga la identidad y la cultura de las regiones con menos recursos. Por tal motivo, el surgimiento de agencias nacionales e internacionales en los países subdesarrollados constituye una alternativa para difundir sus logros y ser conocidos por el mundo.

2.1 Las agencias informativas en Cuba. La Agencia de Información Nacional (AIN)

El nacimiento de las agencias de información en Cuba se vincula al triunfo de la Revolución en este país. Ante las campañas mediáticas iniciadas por Estados Unidos contra la nueva etapa en la sociedad cubana; el Comandante Fidel Castro reconoció la necesidad de que Latinoamérica accediera a una información que no pasara por los filtros de las agencias norteamericanas. De esta idea, según refiere la investigadora María de los Ángeles González (1983), surge Prensa Latina (PL), una agencia destinada a romper el monopolio de la AP y UPI en el continente y mostrar al mundo las verdades de la Revolución en Cuba. La agencia Prensa Latina contribuyó a establecer el equilibrio informativo, así como a presentar a Cuba y a Latinoamérica al mundo. Sin embargo, al interior de la Isla el flujo de

noticias presentaba dificultades, pues los periódicos provinciales dependían de la prensa nacional para copiar las informaciones internacionales o de otras provincias.

Una alternativa para el desarrollo de la prensa nacional fue la creación en 1969 de los Centros Provinciales de Información. Estos organismos surgieron como mecanismos para facilitar la cobertura de la zafra de 1970 en las diferentes regiones del país. La iniciativa, que conformaban una amplia red de voluntarios, se extendió por varios años hacia otras esferas de la actividad social hasta que debido al aumento de los volúmenes informativos en el país dejaron de ser adecuadas.

El 17 de abril 1974, por disposición del Secretariado del Comité Central del Partido se creó la Agencia de Información Nacional (AIN). La nueva entidad debía garantizar a los órganos de prensa nacionales un flujo constante de informaciones sobre las actividades socioeconómicas, políticas y culturales de las provincias. Además, ofrecería a los medios provinciales un flujo noticioso similar, acerca del acontecer tanto en la capital del país como en resto de las provincias.

La AIN se conformó con reporteros procedentes de la agencia Prensa Latina. Según Naida Sanzo, periodista fundadora de la AIN, fue a un grupo de 13 reporteros y fotógrafos, a quienes correspondió la tarea de impulsar la nueva agencia sin precedentes en Cuba. Para dirigir al naciente medio de comunicación, el Partido designó a José Arias como director general; a Fausto Suárez, subdirector y como jefes de información a Carmen Alfonso y Víctor Pérez- Galdós.

Nora Sosa, fundadora de la AIN, recuerda que en los años iniciales las jornadas de trabajo eran muy fuertes porque la inmediatez que requería la agencia obligaba a los periodistas a permanecer de 7 a 10 horas en la Redacción. Naida Sanzo, afirma que: «El trabajo era arduo para aquella “tropa de choque”. Había que alternar las coberturas con los turnos de edición, y estar siempre listos para acometer una tarea y bajo la premisa de la austeridad con que la AIN fue creada» (Sanzo, entrevista vía correo electrónico, 6 de febrero de 2012).

El 15 de mayo comenzaron las transmisiones de la Agencia de Información Nacional, bajo las siglas de Prensa Latina. Fue el día 21, del propio mes, cuando en la primera plana del diario *Juventud Rebelde*, aparecieron las siglas AIN. Naida Sanzo, asegura que la primera

nota informativa de la AIN llevaba por título: “Hablará Fidel mañana en el acto por el X aniversario del CAN (el Combinado Avícola Nacional)”.

Desde sus inicios, la AIN se caracterizó por el predominio de la nota informativa como género por excelencia. Sin embargo, Naida Sanzo y Nora Sosa coinciden en que los servicios especiales se conformaban con reportajes, comentarios, entrevistas y artículos que se enviaban a todos los suscriptores por el circuito o se preparaban exclusivamente a solicitud de alguna publicación. En los productos comunicativos de la AIN, los reporteros debían aplicar, principalmente, el estilo informativo para adecuarse a cualquier medio de prensa.

En buena medida nos ayudó en tal propósito que el germen fundador provenía de PL, cuyas Normas de Redacción fuimos ajustando paulatinamente. Pero no es lo mismo una agencia internacional que una de alcance nacional; debíamos redactar de manera que resultara valedero, por ejemplo, tanto para Granma como para una emisora provincial o el NTV (Sanzo, entrevista vía correo electrónico, 6 de febrero de 2012).

La AIN surgió con un teletipo para la transmisión de todos los trabajos. En los meses de junio y julio de 1974 adquirió dos telex a través de los cuales se discaron, ese año, al número de telex de cada receptor siete mil 500 cuartillas (Sanzo, 2012). El sistema de transmisión de la AIN mejoró en 1975 cuando, por la colaboración de la agencia TASS, se implantó en la Redacción Central un concentrador¹⁵. De esta forma, los suscriptores comenzaron a recibir de manera simultánea los productos comunicativos de la AIN.

La primera filial de la AIN se inauguró en Pinar del Río y, en Camagüey, la segunda. Posteriormente surgieron las de Santiago de Cuba y Villa Clara. Nora Sosa refiere que en las corresponsalías ha estado siempre el pilar esencial de la AIN, pues su objetivo estriba en extenderse a lo largo de toda Cuba, con una homogénea política editorial y un mismo nivel de exigencia para todos los periodistas, sin tener en cuenta si laboran en la AIN Central o en la más pequeña de las filiales.

¹⁵ Equipo que posibilitó transmitir a los suscriptores, de forma simultánea, las informaciones del día.

El número de corresponsalías de la AIN se amplió con la división político-administrativa de 1976. Al conformarse Cuba por 14 provincias y un municipio especial, la agencia tuvo que reorganizar sus recursos para extenderse a las nuevas zonas de información. Según el Informe del 66 Consejo de Dirección de la AIN, en la actualidad, existen 16 filiales que abarcan las provincias: Pinar del Río, La Habana, Matanzas, Villa Clara, Santi Spíritus, Cienfuegos, Camagüey, Ciego de Ávila, Las Tunas, Granma, Holguín, Santiago de Cuba, Guantánamo, Mayabeque, Artemisa y el municipio especial Isla de la Juventud.

La periodista Naida Sanzo, reconoce que tanto en sus inicios como en estos momentos, la AIN, ha mantenido una estrecha relación entre la Casa Matriz y los periodistas de provincia. Durante los primeros años se realizaban Consejos de Dirección con todos los corresponsales jefes, cada trimestre. Ahora, como la tecnología facilita el intercambio, la reunión se realiza una vez al año.

En 1994 irrumpió la computación en la AIN, a través de una donación de la UNESCO a la Isla. Nora Sosa asegura que esta tecnología revolucionó tanto las relaciones con los clientes como el sistema de producción, al irse conformando una intranet que enlazaba internamente a la Redacción Central y a esta, con todas las corresponsalías.

Los avances tecnológicos han diversificado los servicios de la AIN. Además de la nota informativa del *cast*, los suscriptores pueden acceder a un banco de imágenes, al servicio radial de voz, *cast* en inglés y en otros idiomas, boletín turístico, urgentes, selección temática y recortes de prensa. La AIN también se ha adaptado a las ventajas de Internet, pues las principales informaciones publicadas por esta agencia pueden encontrarse en la dirección electrónica www.ain.cu.

La AIN cuenta también con un canal de televisión: Canal Señal ACN. Este servicio, creado por iniciativa del compañero Fidel Castro, ofrece a los cooperantes cubanos en Venezuela y en otros países del continente, una panorámica del devenir de las diversas localidades cubanas. Este canal se transmite vía satelital y constituye una forma de comunicación entre internacionalistas cubanos y familiares.

Desde hace 38 años la AIN abastece de informaciones a los órganos de prensa de todo el país, a agencias internacionales y entidades cubanas. La amplia red de corresponsalías en

toda la Isla garantiza la transmisión durante 18 horas¹⁶ del acontecer nacional e internacional. La afluencia constante de noticias al *cast* de la AIN, convierte a esta agencia en un medio de prensa caracterizado por la inmediatez y la actualidad.

2.2 La corresponsalía de la AIN en Villa Clara

La AIN se considera la agencia del Partido Comunista de Cuba porque constituye portavoz de las directrices y orientaciones del Comité Central del PCC (González, 1983). Además, el nacimiento de esa agencia en La Habana, así como el de algunas de sus filiales, se vincula a resoluciones del Comité Central. Tal es el caso de la corresponsalía de la AIN en la provincia de Villa Clara, que surge en 1975 con motivo de la celebración del 26 de julio en la ciudad de Santa Clara.

El equipo inicial de la AIN en Villa Clara se conformó con periodistas provenientes de otros medios de prensa de la provincia. De la emisora radial CMHW, se incorporó a la agencia Nelson Hernández, quien fue el primer corresponsal jefe en esta filial, mientras que Pedro Larralde, Juan José Pérez y Octavio Espósito; provenían del periódico *Vanguardia*.

Pedro Larralde, periodista fundador, asegura que el paso de un medio a otro constituyó un cambio muy fuerte debido a que en la agencia se trabajaba con normas muy estrictas, que resultaban inviolables. Además, el ritmo de producción era mucho más rápido porque se debían enviar a La Habana, en un día, todas las informaciones posibles.

En sus inicios la corresponsalía no contaba con fotorreporteros propios. Según Octavio Espósito, fundador de la AIN, en el local de la agencia radicaban dos compañeros de la televisión que enviaban a la Casa Matriz en La Habana las fotos de algunos eventos. Pedro Larralde y Octavio Espósito coinciden al destacar a Arturo Chinaea como el primer fotógrafo en la corresponsalía.

Cuando la agencia surgió, contaba con el teletipo como tecnología de transmisión fundamental. La corresponsalía disponía de dos equipos de telex para remitir las

¹⁶ La AIN transmite durante 18 horas diarias de lunes a sábado, de 6: 15 a .m a 12: 00 p. m. Los domingos y días feriados emite informaciones durante 14 horas del día, de 7: 00 a. m a 9: 00 p. m.

informaciones a la Redacción Central y un teletipo que recibía el rebote de lo que enviaba La Habana a todas las corresponsalías y a los receptores.

El trabajo con el telex es una de las experiencias más recordadas por Luz María Martínez, reportera con 29 años de experiencia en la AIN. «Aquello era bonito, pero si te equivocabas tres veces en el telex había que romper la hoja. Se podía borrar pero cuando ibas por la mitad y advertías la falta de un punto, había que volver a empezar a escribir» (Martínez, entrevista personal, 10 de febrero de 2012). Por su parte, Eduardo Luis Martín, periodista de la AIN con 27 años de experiencia en el centro, reconoce a la era del teletipo como emocionante. Según él, el sonido de los campanillazos, cuando llegaba algún *flash* o alguna información urgente, transformaba la jornada de producción.

Octavio Espósito explica que en los primeros años de la corresponsalía, además de las notas informativas, se practicaba mucho el comentario. La AIN Central les exigía este género de opinión como servicio especial para revistas y otros suscriptores específicos. Luz María Martínez, asegura que aunque el plan de trabajo de la agencia era muy fuerte, durante la década de 1980 el acceso a las fuentes y la disponibilidad del transporte eran favorables.

Durante el período especial, la AIN— como fuente primaria para los diarios— sufrió modificaciones. La desaparición de algunos periódicos y la reducción de la frecuencia de publicación de otros, obligó a la agencia a buscar nuevos clientes. Los servicios radiales constituyeron la alternativa que fortaleció a la AIN y a sus corresponsalías. «En la década de 1990 comenzamos a suministrar contenidos a la radio. Los trabajos se grababan por teléfono. Recuerdo que debíamos repetir la información varias veces hasta que el audio alcanzara la calidad necesaria. Esta experiencia mantuvo viva a la agencia» (Martínez, entrevista personal, 10 de febrero de 2012).

Durante 1990 la corresponsalía también sintió otro cambio que transformó y perfeccionó su producción: la llegada de la informática. Luz María Martínez, refiere que la primera computadora que llegó a la corresponsalía aún funcionaba con disco, pero fue lo suficientemente moderna para duplicar la transmisión de las noticias. Pedro Larralde, describe a la computadora como una innovación maravillosa porque brindó la posibilidad de corregir, transformar y enviar las informaciones sin temor a romper una cinta.

Por su parte, Eduardo Luis Martín, sostiene que la era digital afianzó la calidad de los productos comunicativos de la corresponsalía. «La agencia siempre fue rigurosa, pero ahora al viabilizarse el envío y poder recibir cualquier observación, la producción tuvo otras formas. La Central comenzó a penalizar las faltas de ortografía, las repeticiones y los errores de contenido» (Martín, entrevista personal, 10 de febrero de 2012).

Desde su fundación, según Sanzo (2012), la corresponsalía ha demostrado su capacidad para adaptarse a las transformaciones y brindar información actualizada sobre la provincia que representa. De igual forma, debido al mantenimiento de las condiciones materiales y como parte del movimiento emulativo entre las unidades periodísticas, la Administración del Partido Comunista de Cuba en la provincia de Villa Clara le otorgó la distinción de Centro de Referencia en el año 2010.

CAPÍTULO III: ASPECTOS METODOLÓGICOS

Los productos comunicativos presentados por los medios de difusión masiva constituyen el resultado final de un largo proceso donde intervienen los factores estructurales-organizativos, profesionales y externos. Por la importancia del emisor en los sistemas informativos, el actual trabajo de diploma se sustenta en las investigaciones comunicológicas, específicamente en los estudios de emisores o procesos productivos, para caracterizar las fases de las rutinas productivas en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara y su funcionamiento durante la elaboración de las notas informativas del *cast*.

El presente estudio se concibe desde la perspectiva cualitativa por la flexibilidad que ofrecen sus metodologías para estudiar la unidad social de análisis. Según Alonso y Saladrigas (2002), «la epistemología cualitativa define el proceso de construcción del conocimiento como un proceso abierto, orientado en todo momento hacia formas más complejas de comprender el fenómeno estudiado» (2002, p. 34). Desde este diseño de investigación, se pueden comprender mejor las creencias, actitudes y comportamientos del objeto de observación.

Para analizar las rutinas productivas, se realizó una investigación descriptiva. Este tipo de estudio posibilitó comprender de forma individual las categorías de análisis y luego establecer cómo se desarrolla el proceso productivo de la noticia en la corresponsalía de la AIN.

3.1 Métodos y técnicas empleadas

La investigación presenta como métodos cualitativos esenciales la Etnografía y el Bibliográfico-Documental. Según Mauro Wolf (2005), la Etnografía constituye el método adecuado para el estudio de las rutinas productivas porque posibilita la reconstrucción analítica de la cultura, rutinas y costumbres de la unidad social en estudio.

Dentro de las técnicas de investigación empleadas se encuentra la observación participante, requisito del análisis etnográfico. Dicha técnica posibilitó a la investigadora formar parte de las actividades de su unidad de observación durante el primer cuatrimestre de 2012, sin que su presencia modificara la actuación de los sujetos implicados. La guía de observación empleada, aparece en el anexo número 1.

Además de la observación participante se usaron otras técnicas de investigación como la entrevista estructurada a periodistas fundadores de la AIN Central y de la corresponsalía de Villa Clara; así como a reporteros con más de 20 años de experiencia en el centro. Este tipo de entrevista ayudó a recopilar la historia de la AIN desde su inauguración hasta el proceso de creación de la corresponsalía de esa agencia en la ciudad de Santa Clara. Además, posibilitó describir en el capítulo referencial los principales cambios tecnológicos y estructurales en la Redacción. De igual modo, brindó información útil para comprender la evolución de los despachos cablegráficos. Los cuestionarios para entrevistar a los fundadores de la AIN Central y a los de la corresponsalía de Villa Clara constituyen el anexo 2 y 3, de esta tesis.

Igualmente se realizó la entrevista semiestructurada a las periodistas que laboran actualmente en la corresponsalía, para indagar sobre la presencia de los valores/noticia en el proceso productivo y las peculiaridades de la nota informativa en la agencia. También se aplicó este tipo de entrevista a un editor de la AIN Central, para conformar la descripción de la etapa de presentación de las notas informativas del *cast*. Esa modalidad de la entrevista facilitó una conversación más abierta sin perder el tema central del diálogo. En el anexo 4 y 5 se recogen las preguntas que guiaron los intercambios.

También se efectuó una entrevista en profundidad al corresponsal jefe de la AIN en Villa Clara, para confirmar su criterio sobre el funcionamiento de las rutinas productivas en la elaboración de las notas informativas. Este diálogo, registrado en el anexo 6, ofreció la oportunidad de comprender algunas actitudes de los reporteros de la AIN, desde la perspectiva de quien garantiza la organización en ese medio de prensa.

Para conocer el criterio tanto de los periodistas como del corresponsal jefe sobre la presencia de los factores estructurales-organizativos, profesionales y externos en el producto final de la agencia, se convocó a un grupo focal. Esta técnica estimuló el debate sobre el tema entre los reporteros y el moderador. En el anexo 7 aparece la guía empleada por el moderador para dirigir el grupo de discusión.

Durante la investigación, se tomaron además las notas de campo necesarias. De esta forma, se recogieron las reacciones e impresiones de los periodistas durante la elaboración, revisión o rechazo de sus trabajos periodísticos.

Por su parte, el método Bibliográfico-Documental permitió acceder a la información de textos digitales e impresos que refieren las rutinas productivas y la nota informativa. Luego de la revisión bibliográfica, se definió el tipo de investigación y qué aspectos de las rutinas productivas se deben tener en cuenta para realizar el estudio etnográfico. El método se utilizó, además, para recopilar las teorías que sustentaron las categorías y subcategorías, así como los elementos referenciales de la investigación.

La combinación de la Etnografía y las técnicas de la investigación cualitativa propició la triangulación metodológica para validar los resultados. Para facilitar la investigación de las fases de producción en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara se definieron y operacionalizaron las categorías rutinas productivas y nota informativa.

3.2 Conceptualización y operacionalización de las categorías de análisis

A partir del concepto de rutinas productivas establecido por el investigador Roger Ricardo (2008, p.7), se establece como **rutinas productivas**: 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 sus fases de recogida, selección y presentación.

De los elementos que ofrece este concepto parte la operacionalización de la categoría rutinas productivas.

1.1 Acciones y normas de la dinámica productivo-editorial-tecnológica: particularidades del medio en cuanto a las exigencias de su producción noticiosa, que imponen un ritmo de trabajo determinado. Esta definición se elaboró a partir de la conceptualización realizada por los investigadores González y González (2009).

1.2 Proceso de mediación objetiva: se conforma por los factores estructurales-organizativos, profesionales y externos, que se manifiestan a lo largo del proceso de elaboración noticiosa y determinan las características del mensaje final.

1.2.1 Factores estructurales-organizativos: *Constituyen todo el aparato organizativo, administrativo y burocrático, que permite llevar a cabo de forma estable el acopio y procesamiento de los sucesos noticiables* (Barreda et al., 1991 citado en Castro 2011 p. 10). Dentro de ellos se observa la división de los periodistas en sectores de trabajo, las

estructuras jerárquicas dentro del medio, el plan de trabajo, la agenda temática, la política editorial, las Normas de Redacción del medio y las condiciones materiales para el trabajo.

1.2.2 Factores externos: incluyen a las entidades, instancias o personas pertenecientes a las esferas de la vida social, política, económica e ideológica que inciden en el proceso productivo. En esta investigación se analizarán mediante la política del Partido Comunista de Cuba respecto a la corresponsalía de la AIN y la relación del medio con las fuentes de información.

1.2.3 Factores profesionales: comprenden la competencia, ideologías y cultura del profesional. Incluyen valores que comparten los periodistas sobre las funciones de los medios y los reporteros en la sociedad, así como normas que pueden determinar en la capacidad profesional: aptitud, rigor técnico, creatividad. En esta investigación se analizarán a través de la experiencia e intencionalidad de los periodistas.

1.3 Fases del proceso productivo de la noticia.

1.3.1 Recogida del material informativo: recogida de información a través del uso de las fuentes de información y los valores/noticia.

1.3.1.1 Fuentes de información

1.3.1.1.1 Documentales

1.3.1.1.2 Personales

1.3.1.1.2.1 Temporalidad

1.3.1.1.2.1.1 Asiduas

1.3.1.1.2.1.2 Ocasionales

1.3.1.1.2.2 Contenido informativo

1.3.1.1.2.2.1 Puntuales

1.3.1.1.2.2.2 Generales

1.3.1.1.2.3 Estructura de la comunicación

1.3.1.1.2.3.1 Públicas

1.3.1.1.2.4 Ética

1.3.1.1.2.4.1 Voluntarias

1.3.1.1.2.5 Relación con el hecho

1.3.1.1.2.5.1 Implicadas

1.3.1.1.2.5.2 Ajenas

1.3.1.1.2.5.3 Técnicas

1.3.1.1.2.6 Oficiales

1.3.1.2 Dietario o plan de coberturas: son hechos —por lo general pertenecientes a la esfera política-institucional-administrativa o judicial—fijados con antelación en la agenda de los medios. En este estudio se analizará a través del plan de coberturas de los periodistas en la AIN y el del PCC hacia la agencia, así como las sugerencias de temas de la AIN Central a la corresponsalía.

1.3.2 Selección: fase de las rutinas productivas que se manifiesta durante todo el proceso productivo a través del empleo de los valores/noticia, la política editorial del medio y las Normas de Redacción. En esta investigación se tendrá en cuenta, además, el proceso de preedición de las notas informativas.

1.3.2.1 Valores /noticia: se tomarán en consideración a partir de la definición realizada por Mauro Wolf (2005, p. p 122-132).

1.3.2.1.1 Importancia

1.3.2.1.1.1 Grado o nivel jerárquico de los sujetos implicados

1.3.2.1.1.2 Impacto sobre la nación y sobre el interés nacional

1.3.2.1.1.2.1 Correspondencia del acontecimiento con los intereses de país

1.3.2.1.1.2.2 Cantidad de personas implicadas

1.3.2.1.1.3 Importancia y significatividad respecto a la evolución futura del acontecimiento

1.3.2.1.2 Novedad

1.3.2.1.3 Competencia entre los medios por noticias exclusivas. En esta investigación se analizará la competencia entre la agencia y el resto de los medios provinciales, así como con órganos nacionales radicados en Villa Clara.

1.3.2.1.4 Selección del acontecimiento esperando que los demás medios lo hagan.

1.3.3 Presentación: momento de la producción en que las notas informativas son presentadas a los receptores. La presente investigación analizará esta etapa a partir de que los materiales son enviados al editor, en la Central, y el momento en que los receptores conocen si sus notas informativas son rechazadas o publicadas en el *cast* del día.

2. Para definir la noticia se tomó el concepto emitido por José Luis Martínez (1974, p. 88) y se reelaboró teniendo en cuenta las particularidades de la nota informativa del *cast*.

De tal forma **la nota informativa del cast** constituye un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a los suscriptores de las agencias a través de su publicación en el *cast*, luego de ser recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores de su emisión. Se caracteriza por ser clara, directa, formato estándar, imparcial y objetiva.

El empleo de los métodos y técnicas de la investigación cualitativa posibilitó caracterizar las rutinas productivas en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara y su funcionamiento durante la elaboración de la nota informativa del *cast* en ese medio. A través de la triangulación metodológica se comprobó y contrastó la información obtenida.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Particularidades del trabajo periodístico

Durante 37 años la corresponsalía de la AIN en Villa Clara ha brindado productos comunicativos para receptores con diversidad de intereses editoriales. En ese tiempo ha ajustado sus rutinas de producción para cumplir con calidad y rapidez su función en la sociedad como abastecedora informativa de los demás medios de prensa.

La corresponsalía cuenta con un equipo periodístico de dos reporteras, un corresponsal jefe y una fotógrafa. Para ganar en organización las periodistas fueron divididas en áreas de cobertura. De esta forma, una de las reporteras ofrece seguimiento temático al sector agropecuario, sector cooperativo y campesino, a la agricultura e industria azucarera; mientras la otra prioriza en su agenda las actividades vinculadas al CITMA, MINSAP, MINED, MINTUR, Industria ligera, organizaciones juveniles y a la mujer.

En la agencia el corresponsal jefe realiza la función de dirigir el trabajo y preeditar los materiales noticiosos que se envían a la Central. Además de cumplir con estas responsabilidades, el corresponsal jefe, colabora como periodista mediante la elaboración de notas informativas, servicios especiales u otros productos comunicativos relacionados con la cultura, el Poder Popular, los organismos de la defensa e instituciones sindicales. Dentro del funcionamiento de la AIN también incide la fotorreportera, quien en su trabajo recorre todas las temáticas y envía las fotografías al Banco de Imagen de la AIN.

En la agencia no existe una unión indisoluble entre la labor del fotógrafo y el periodista. Según el corresponsal jefe, la Casa Matriz de la AIN no les exige a los periodistas que las notas informativas vayan acompañadas de fotos. Solo se requieren imágenes en caso de que sea necesario reforzar la credibilidad del producto comunicativo. Es ahí cuando los reporteros solicitan al fotógrafo su apoyo en la cobertura. Además, como la agencia cuenta con un banco de imágenes, el cliente puede elegir qué foto desea para el texto de su interés.

En la corresponsalía cada periodista trabaja de forma independiente y de acuerdo a sus sectores de atención. Sin embargo, a través de la observación participante y las notas de campo, se comprobó que en caso de necesidad todos son capaces de tratar cualquier tema

de actualidad. Además, dentro de la AIN se estimula el trabajo en equipo durante las coberturas de las Mesas Redondas Informativas.

El plan de trabajo de los periodistas exige al mes la entrega de 18 notas informativas para el *cast*, cinco con servicio de radio y siete para la televisión, así como un servicio especial. Para la elaboración de los productos comunicativos los corresponsales cuentan en la Redacción con dos computadoras conectadas a Internet las 24 horas del día, una impresora, dos teléfonos y un carro. Además, una de las periodistas, la fotógrafa y el corresponsal jefe disponen de Internet en sus domicilios, lo cual favorece el trabajo y posibilita a la reportera que no cuenta con esos servicios, mayor disponibilidad de los recursos informáticos de la corresponsalía. Existe también una sala de Archivo donde se almacena la prensa nacional impresa.

Para favorecer la comunicación y el intercambio entre las corresponsalías y la Central, la AIN cuenta con una intranet. Este servicio brinda a todos los corresponsales un panel de trabajo que presenta una plantilla para redactar los trabajos. Además, a través de ese *software* los periodistas pueden conocer el estado de sus productos comunicativos, acceder a sus estadísticas personales, visitar el *cast*, emplear el correo electrónico, el servicio de radio, el Banco de Imagen y la *web* de la AIN. En los anexos 8 y 9 se muestra la Intranet de la AIN y algunos de sus servicios.

La AIN ofrece a su personal un horario de trabajo libre, para facilitar la preparación individual y las coberturas. A través de la observación participante y las notas de campo se constató que los periodistas de la corresponsalía prefieren recoger las noticias durante la mañana y elaborarlas durante la tarde. De esta forma, la Redacción cobra vida generalmente entre las 11:00 a. m y las 5:00 p. m. Solo el corresponsal jefe permanece hasta después de las 6: 00 p. m, ocupado en la revisión o escritura de algún trabajo.

El lunes los periodistas organizan su semana de trabajo. A la 1: 00 p. m, de ese día, el corresponsal jefe asiste a la reunión con un funcionario que atiende a la prensa por el Partido Comunista de Cuba en la provincia. Posteriormente, aproximadamente a las 3:00 p. m, el corresponsal jefe informa a sus reporteros acerca de los acontecimientos divulgados por los organismos y el Partido, que pueden ser de interés para la AIN. Esos sucesos se

incorporan a la planificación de la semana, que se realiza básicamente a partir de la iniciativa propia de los periodistas.

Los directivos de la AIN que laboran en la Casa Matriz evalúan el trabajo de los corresponsales cada trimestre y al finalizar el año comunican a los corresponsales jefes los resultados del personal periodístico de esa entidad en cada provincia. Entre los requisitos a medir figuran: cumplimiento del plan de trabajo asignado, calidad del trabajo, alcance y repercusión de su labor, desarrollo de iniciativas creadoras y cumplimiento de las acciones de superación. A partir de los resultados el periodista es calificado como excepcional, notable, aceptable o deficiente. A través de la observación participante se evidenció que los periodistas preparan su autoevaluación, la transmiten al corresponsal jefe y este a la dirección de la Central. En caso de que la Casa Matriz no concuerde con los criterios recibidos, el corresponsal jefe procederá a la discusión de los documentos enviados.

Al igual que en los demás medios de prensa, el pago de los trabajadores se realiza mensualmente según la Resolución 89 de 2005. A partir de lo reglamentado se brinda una estimulación monetaria a los más destacados hasta un valor total del 30 por ciento de su salario. En la AIN, se estimula moralmente a los periodistas a través del mural “Así se hace”, espacio que recoge las publicaciones con mayor calidad. De igual modo, el mural “Así no se hace”, muestra los trabajos periodísticos con uso incorrecto de las Normas de Redacción, falta de cotejo de fuentes, errores ortográficos o carencia de actualidad. Los anexos número 10 y 11 ejemplifican ambos murales.

Dentro de la AIN prevalece el interés por la superación de sus profesionales. Las periodistas y el corresponsal jefe son Licenciados — Luz María Martínez y Eduardo Luis Martín son graduados de Periodismo y Marta Hernández de Historia—. Por su parte, la fotorreportera se prepara para obtener el título que la acredita como graduada del Ministerio de Educación Superior (MES), a través de la especialidad de Comunicación Social. Además, la corresponsalía participa anualmente en el Festival de la Prensa Escrita y convoca, desde hace dos años, a un evento científico sobre temas de agencia. Asimismo, la filial de la AIN en Villa Clara acoge a los estudiantes de Periodismo durante el período de prácticas laborales y una de sus periodistas es profesora a tiempo parcial de la Carrera de Periodismo.

A través de la observación participante se constató que la experiencia de los profesionales de la corresponsalía favorece la producción informativa en ese medio. Las conductas aprehendidas por los periodistas hacen que se imbriquen durante la recogida, selección y elaboración de las notas informativas del *cast* los valores/noticia y los factores estructurales-organizativos, profesionales y externos.

4.2 Los factores estructurales-organizativos, profesionales y externos en las notas informativas del *cast*

Dentro de un medio de prensa la organización del trabajo facilita que el producto comunicativo llegue en tiempo y con calidad a sus destinatarios. En la corresponsalía de la AIN en Villa Clara existe una división de periodistas por áreas de atención. A través de la observación participante se constató que esta forma organizativa evita que los periodistas centren su atención en un mismo acontecimiento y se repitan las informaciones. De igual forma, la entrevista en profundidad, el grupo focal y las notas de campo confirmaron que los periodistas sienten conformidad con la división del trabajo establecida.

A medida que el periodista conozca más de una temática aumentan las posibilidades de conformar una información completa, certera y segura. Al poseer conocimientos previos sobre una temática la fuente tiene menos oportunidades de engañar o distorsionar los contenidos frente al periodista. Todo eso lo da el tiempo atendiendo una temática o sector específico (Martínez, grupo de discusión, 3 de marzo de 2012).

El corresponsal jefe coincide al explicar que atender durante mucho tiempo un sector, brinda al periodista la posibilidad de manejar el lenguaje del organismo. «También ofrece el bagaje cultural necesario para enfocar bien las preguntas, y a medida que la fuente conoce el trabajo del reportero existen más posibilidades de ser atendido e informado de lo que está sucediendo» (Martín, conversación personal, 24 de abril de 2012).

La división de los periodistas por sectores favorece la formación de personal especializado. Sin embargo, en el caso de la corresponsalía esto no es posible porque existe muy poco personal y una variedad de temas muy grande a cubrir.

Aunque el colectivo de reporteros en la AIN solo lo conforman dos periodistas y el corresponsal jefe, al interior de la Redacción se considera que la cifra resulta suficiente para cubrir las necesidades informativas de los receptores. Según Luz María Martínez, en el caso de las agencias los acontecimientos deben cumplir con muchos requerimientos para convertirse en noticia, y esto reduce el espectro de posibilidades.

Hay sectores que sí, que frecuentemente dan informaciones de peso para la prensa. Hay otros sectores informativos que en el año brindan a la agencia 10 informaciones con la calidad y rigurosidad que implica la realización de una nota informativa para el cast, pero no dan para más. Puede que la radio y el periódico obtengan de esos sectores un gran número de trabajos periodísticos, mas para la AIN, que escribe informaciones para Villa Clara y para toda Cuba, esos contenidos no se ajustan a sus directrices editoriales (Martínez, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

Sin embargo, a través de la observación participante y las notas de campo, se advirtió que algunos sectores no reciben el seguimiento adecuado. Al inicio de esta investigación, la corresponsalía contaba con tres reporteros y en el mes de enero uno de ellos, William Urquijo, se trasladó a la AIN Central. Las temáticas tratadas por él, entre ellas el deporte y el Ministerio de Educación Superior, quedaron sin periodista que las atendiera. El corresponsal jefe, explica que si bien el actual equipo de trabajo cubre los sucesos de mayor connotación en esas áreas, el nivel de coberturas de esos sectores ha disminuido.

Los productos comunicativos de la AIN se caracterizan por la exclusividad. A través de la observación participante, la entrevista semiestructurada y la entrevista en profundidad se comprendió que la política editorial de ese medio no prioriza reuniones ni actos oficiales.

Para nosotros, en ocasiones, la jerarquía de una personalidad es importante porque aprovechamos la presencia de un dirigente que tiene conocimientos sobre un tema nacional, para entrevistarlos. Para la AIN no es tan importante la persona que estuvo en el acto, ni el acto en sí; sino los resultados que se expusieron allí (Martín, conversación personal, 24 de abril de 2012).

Las periodistas coincidieron al afirmar que la política editorial de la AIN distingue la producción de la agencia de la de los demás medios de prensa. Ellas aseguran que mientras el periódico *Vanguardia*, la emisora de radio CMHW y Telecubanacán procesan informaciones para medios provinciales; la AIN elabora notas informativas con interés nacional desde provincia.

Para cumplir el plan de trabajo, los periodistas de la corresponsalía dedican atención a la agenda temática del medio. Según una de las periodistas, la agenda temática ayuda a trabajar porque ofrece líneas planificadas.

Son temas que tienen que estar en la agenda temática de todos los periodistas. Además, conocer con antelación algunos de los hechos que son noticia para el país brinda al periodista la posibilidad de incursionar en otros géneros del periodismo, como el redactor conoce lo que pasó o va a suceder dispone de tiempo para prepararse y elegir la arista del suceso que se desee cubrir (Hernández, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

El corresponsal jefe, considera la influencia de la agenda temática en la producción de las notas informativas del *cast*, pues se conforma a partir de las directrices del Partido y las orientaciones de la AIN Central. «Son lineamientos de trabajo que se mantienen en el año e inciden porque hay que seguirlos» (Martín, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012). La agenda temática de la corresponsalía para el primer trimestre de 2012, se explicita en el anexo número 12.

La política del Partido y de las fuentes de información hacia la corresponsalía afecta la producción de notas informativas para el *cast*. A través de la observación participante, la entrevista semiestructurada y el grupo focal se comprobó que, en ocasiones, los periodistas de la AIN son excluidos de coberturas de amplia repercusión.

«El anonimato es una característica de las agencias, que en el caso particular de la AIN, afecta su producción informativa. En la corresponsalía es favorable cubrir un mismo sector durante años porque incluso la relación personal entre el periodista y la fuente ayuda a buscar la información» (Martínez, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

El corresponsal jefe coincide con el anterior criterio pues considera que como muchas veces la fuente informativa no conoce al periodista de la AIN, lo excluye de determinadas coberturas de interés. «La corresponsalía debe estar al tanto de lo que dice la radio o el periódico, porque como no se acordaron de nosotros, tenemos que tratar ese hecho, después, de otra forma» (Martín, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

De igual modo, la entrevista en profundidad, la entrevista semiestructurada y las notas de campo demostraron que los periodistas consideran la existencia de preferencias por algunos medios de prensa. «En la provincia se prioriza a algunos medios de prensa. Por lo general, las fuentes y el Partido priorizan en las coberturas a *Granma* y a la televisión. Todos hemos vivido experiencias en las que informan a esos órganos sobre alguna cobertura y luego excluyen a los demás medios» (Hernández, entrevista personal, 24 de abril de 2012).

Por su parte, el corresponsal jefe piensa que esa situación no constituye una política nacional sino que es producto de criterios limitados. «Determinados funcionarios que están al frente de la tarea no ven la importancia que tiene para la AIN, como suministradora de informaciones, acceder a los acontecimientos relevantes del territorio» (Martín, conversación personal, 24 de abril de 2012). Reconoce además, que aunque el Partido provincial no incide tanto en la producción de la agencia, sí solicita trimestralmente el plan informativo del centro.

Los periodistas se apoyan tanto en la agenda temática como en la relación con las fuentes para completar el plan de trabajo. Sin embargo, a través de la observación participante, la entrevista semiestructurada y el grupo focal, se confirmó que en la corresponsalía consideran que el plan establecido por la AIN no se corresponde con las condiciones de la provincia y afecta la calidad de los trabajos periodísticos.

Cuantitativamente el plan establecido obliga a trabajar durante los 30 días del mes, pero redactar 18 informaciones para el cast, cinco para la radio, siete para la televisión y un servicio especial, por cumplir, afecta la calidad periodística de los productos comunicativos. Resulta muy difícil elaborar una noticia con el cotejo de fuentes adecuado, con antecedentes y posibles consecuencias del hecho en ese tiempo. Además, las fuentes nunca están esperando por el periodista. Son contadas las oportunidades en que el funcionario accede a la entrevista en el primer

contacto. A veces los periodistas tenemos varias informaciones sin terminar porque falta una fuente que concertó el encuentro para otro día. Hacer una nota informativa para el cast requiere de tiempo. Para mí el plan de trabajo de la AIN está por encima de las posibilidades de los periodistas (Martínez, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

Sin embargo, la periodista Marta Hernández, considera que el problema del plan de trabajo no consiste en su amplitud.

La AIN aspira a tener una producción en cantidad y calidad sin recursos. Yo pienso que el plan de trabajo de la AIN es realizable porque nosotros lo hemos cumplido, pero la escasez de recursos dificulta la búsqueda de las 18 informaciones para el cast. Además el estímulo monetario no se corresponde ni con la calidad ni con la cantidad de productos comunicativos que produce la AIN. Me parece que no se realiza una distinción real entre el trabajo de la agencia y el de aquellos órganos nacionales cuyos periodistas solo deben entregar dos reportajes al mes (Hernández, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

A través de la observación participante y el grupo focal se percibió que las irregularidades con el medio de transporte afectan la producción informativa. También se apreció la inconformidad de los reporteros con las diferencias entre el sistema de trabajo de la corresponsalía de Villa Clara y la Oficina Central, en La Habana.

Las dificultades con el medio de transporte obstaculizan el equilibrio geográfico en las informaciones de la corresponsalía. Es cierto, que en la Oficina Central el plan de trabajo es superior al de las filiales y que deben atender regiones más extensas, pero allá los periodistas trabajan guiados por un plan de coberturas y con un carro disponible. Aquí en la corresponsalía todo es diferente: por lo general el carro está roto y por vía telefónica debemos entrevistar y conocer lo que pasa en toda la provincia.

El transporte también incide en la calidad de las notas informativas del cast, pues cuando viajamos a los municipios debemos cubrir todo lo que sea posible porque no se sabe cuándo se vuelva a visitar ese territorio. Entonces, aparecen las

informaciones incompletas o con escaso cotejo de fuentes. Yo pienso que la AIN presenta hoy un nivel de exigencias con las corresponsalías que no se corresponde con los recursos del centro (Ibíd.).

El corresponsal jefe concuerda en que las condiciones de trabajo inciden en la productividad. Sin embargo, agrega que, en muchas ocasiones, la falta de organización de los periodistas incide en el aprovechamiento de los recursos de la corresponsalía.

Además de las dificultades con el transporte, al interior de la Redacción resulta escaso el número de computadoras. Tanto las periodistas, el corresponsal jefe, la fotógrafa como la administradora del centro se sirven de las dos computadoras existentes en el local. En caso de que los ordenadores estén ocupados, los periodistas deben esperar su turno para comenzar a escribir los trabajos. A través de la observación participante y las notas de campo se comprobó que el corresponsal jefe — quien no es evaluado por productividad — prefiere elaborar sus trabajos después de que las periodistas envían los suyos a la Central para no interferir con la producción noticiosa del día.

En el funcionamiento de la AIN juegan un papel relevante los corresponsales jefes de cada provincia. La presencia de esta estructura jerárquica, además de propiciar la organización del trabajo, contribuye a reforzar las Normas de Redacción y la ideología de los periodistas. Las reporteras concuerdan en que la figura del corresponsal jefe acelera la productividad y la calidad de las notas informativas. «Además de llevar la logística y la parte administrativa de la agencia; es clave en la distribución de tareas. Cuando llegan momentos relevantes para el país, él es el encargado de orientar cómo cada periodista debe cubrir el hecho» (Hernández, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

El corresponsal jefe de Villa Clara también ha diseñado mecanismos para facilitar la organización. La corresponsalía presenta un Reglamento Interno que exige a los periodistas la entrega de, al menos, una nota informativa por día y registrar en una tablilla los trabajos que se entregan. En el anexo número 13 se recoge íntegramente el Reglamento Interno de la corresponsalía de la AIN.

Las notas de campo, la observación participante y la entrevista semiestructurada evidenciaron que, de acuerdo con la dinámica productiva-editorial-tecnológica del medio,

la entrega diaria de una nota informativa ayuda a los periodistas al cumplimiento del plan de trabajo. Una de las periodistas explicó a la investigadora que si bien el reportero elige el momento para escribir; cuando pasan tres o cuatro días sin entregar ningún material, resulta muy difícil alcanzar la cifra de coberturas asignadas para el mes. También las notas de campo ilustraron que para garantizar el funcionamiento del centro, en la corresponsalía se trazan metas. El anexo número 14 refleja los objetivos de la corresponsalía de la AIN para el año 2012.

En las notas informativas del *cast* también inciden los factores profesionales. Estos se manifiestan a través de las competencias y las ideologías de los periodistas. En las agencias, la intencionalidad del trabajo constituye la principal forma de manifestar la ideología del profesional.

«La intencionalidad se manifiesta en las notas informativas a través de la jerarquización y omisión de contenidos que realiza el periodista. Por su puesto, el reportero efectúa dichas acciones respondiendo a su ideología y a la política editorial trazada por el medio al que tributa» (Martínez, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

Por su parte, el corresponsal jefe reconoce a las ideologías como inherentes a la posibilidad de ejercer el Periodismo en Cuba.

Yo digo que no hay temas tabú y que todo está en la ideología que tiene el periodista, la manera que tenga el periodista de enfocar el tema, que sea constructivo, educativo. La intencionalidad de nosotros es que se eduque a la población, que el pueblo apoye las medidas del gobierno y del Partido porque son justas, no porque a ciegas sigan un cauce sin sentido. Además, los que no siguen la línea de la Revolución no pueden trabajar en un medio de prensa cubano (Martín, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

Igualmente, en las notas informativas del *cast* se manifiestan la capacidad y el nivel cultural de los reporteros. Una de las periodistas asegura que aún dentro de la rigidez de las Normas de Redacción, es imprescindible dominar el idioma español.

En las agencias, debido a la rigurosidad de las Normas de Redacción, es importante evitar las repeticiones innecesarias de palabras porque, en muchas

ocasiones, garantiza la calidad de la información. El periodismo de agencia exige cada día un mejor dominio del lenguaje y del idioma en general (Martínez, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

De igual forma, la experiencia del periodista incide en las notas informativas del cast. De la práctica y las “mañas” reporteriles depende, en ocasiones, que los reporteros encuentren la noticia. La relación con la fuente y las conductas aprehendidas con el tiempo aparecen unidas a la calidad y rigor de los trabajos periodísticos.

El periodista va creando hábitos con el tiempo. Luego de varios años de trabajo, sin tener que recurrir a las Normas de Redacción, un reportero de agencia sabe cuándo un lead es de cuatro o de cinco líneas y que no lleva punto ni adjetivos. En la corresponsalía se escribe una nota informativa todos los días y por tanto se repiten las mismas Normas de Redacción (Hernández, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

De manera general, a través de la observación participante, las notas de campo, la entrevista en profundidad, la entrevista semiestructurada y el grupo focal, se pudo constatar que en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara las dimensiones del plan de trabajo y las deficiencias en el transporte influyen negativamente en la satisfacción laboral de los periodistas y en la calidad de las notas informativas.

4.3 La recogida del material noticioso

La recogida del material noticioso constituye la primera etapa del proceso productivo. Es el momento en que los reporteros acuden a las fuentes o al lugar de los hechos, para encontrar sucesos acordes con los intereses del medio al que tributan.

En la corresponsalía de la AIN en Villa Clara, los periodistas reconocen que la agenda temática indica a qué acontecimientos debe dirigirse la búsqueda noticiosa durante un período determinado. Según una de las periodistas, «la agenda temática da el punto y a partir de ahí se elige la arista del hecho que se desea buscar o tratar» (Hernández, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012). Sin embargo, esto no inhibe al reportero de reflejar algún suceso no registrado en la agenda. Según el corresponsal jefe, en la AIN se debe velar por

un balance tanto temático como regional y en ocasiones hay contenidos que no aparecen incluidos en la agenda temática.

A través de la observación participante se constató la inconformidad de algunas entidades por no aparecer reflejadas con frecuencia en el *cast*. A partir de ese requerimiento, los corresponsales enfocaron su búsqueda en informaciones de interés para los sectores afectados.

La recogida de las informaciones guarda estrecha relación con la política editorial del medio. La entrevista estructurada y la entrevista en profundidad, demostraron que los redactores recogen aquellos acontecimientos que presentan actualidad, inmediatez, impacto sobre la nación, prominencia de los sujetos implicados y que involucran a grandes cantidades de personas. Además, según refiere una de las periodistas, la noticia debe corresponderse con la política de la Revolución y el Partido. «El trabajo de todo periodista debe adaptarse a la línea editorial del medio al cual pertenece» (Hernández, conversación personal, 24 de abril de 2012).

Otro requisito de la nota informativa del *cast* constituye la novedad de sus datos. Según el criterio de las reporteras el afán por lo original influye en la recogida de las informaciones. Mediante la observación participante, la entrevista en profundidad y el grupo de discusión se corroboró que los reporteros pocas veces cubren los acontecimientos brindados por el Partido a la prensa en la reunión de los lunes. Por tal motivo, en la recogida noticiosa de la AIN se destacan las iniciativas propias y la relación del periodista con la fuente.

«En esta profesión las fuentes son muy importantes pues ellas son las principales suministradoras de informaciones» (Martínez, conversación personal, 26 de abril de 2012). En este sentido coinciden los miembros de la corresponsalía pues de la relación periodista - fuente depende la posibilidad de recoger los materiales necesarios para cumplir el plan mensual de trabajo (Grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

«El periodista, es periodista cuando la fuente lo reconoce». Así expresó Marta Hernández su sentir sobre la influencia de las fuentes en su profesión. Según esta periodista, si el reportero no es reconocido por los dueños de la información, la recogida de los datos se hace más difícil. Debido al anonimato de la AIN, resulta muy importante la experiencia del

periodista y el tratamiento permanente de temáticas específicas. «Eso crea un mecanismo de relación personal, a veces hasta por esa razón llaman al periodista» (Martínez, conversación personal, 26 de abril de 2012).

La observación participante, las notas de campo y la entrevista semiestructurada demostraron que los periodistas de la corresponsalía priorizan en sus notas informativas a las fuentes oficiales, pues brindan datos confiables de las instituciones a las que están vinculadas. Además, estas fuentes suelen ser voluntarias y mantener una relación asidua con el periodista. De igual forma, su condición de fuentes públicas, posibilita al reportero acceder con facilidad a informaciones puntuales o generales.

Para completar el cotejo de fuentes, los periodistas recurren a los implicados en el hecho, que suelen ser afectados o protagonistas. También emplean las fuentes técnicas para completar las notas informativas con datos objetivos. Los periodistas emplean en los antecedentes de los productos comunicativos a las fuentes documentales y dentro de este grupo se destaca el uso de Internet.

«Yo utilizo tanto al funcionario como al productor. Me gusta mucho trabajar directamente con el que ejecuta la acción que es noticia, porque una buena información no debe quedarse nunca en el plano de la oficialidad» (Hernández, conversación personal, 24 de abril de 2012).

El dietario o plan de coberturas constituye una de las herramientas que ayuda al periodista a planificar los principales acontecimientos a cubrir durante la semana. No obstante, la observación participante, la entrevista en profundidad y el grupo focal indicaron que los reporteros de la AIN en Villa Clara no entregan sistemáticamente el plan de coberturas semanal al corresponsal jefe.

«Lo normal es que se haga, pero en la corresponsalía el plan de coberturas aparece sobre la marcha. Se conforma a partir de la dinámica productiva de cada día. A medida que van surgiendo los acontecimientos noticiables, se conforma el plan de coberturas» (Martín, entrevista personal, 24 de abril de 2012).

Durante la estancia de la investigadora en la corresponsalía, solo se observó la entrega del plan de coberturas con anterioridad en el mes de febrero, mientras sucedía la 21 Feria

Internacional del Libro — momento en que el flujo de informaciones aumentó en la Redacción —. Sin embargo, una de las periodistas destaca que aunque no se entregue con anterioridad un plan de coberturas, sí existe una planificación del trabajo.

Realmente en la práctica eso funciona aunque no se escriba en un papel, porque es muy difícil que el periodista no sepa lo que va hacer en la semana; puede ser que un día no sepas, pero no es lo habitual. Mentalmente yo tengo formado el plan mío de la semana e incluso en la agenda voy poniendo las cosas que veo y pueden ser interesantes (Martínez, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

A través de la observación participante, las notas de campo y el grupo focal se reafirmó que los lunes en la mañana las periodistas visitan o llaman por teléfono a sus sectores de atención en busca de informaciones. «Por lo general, me acerco los lunes a los directivos de la ANAP y ellos me indican qué actividades o datos importantes tienen para publicar o tratar en la semana» (Hernández, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012). La observación participante y las notas de campo demostraron además que aunque las reporteras no entregan con anterioridad el plan de coberturas sí informan al corresponsal jefe sobre las principales incidencias informativas que tienen para la semana y los días con necesidad de transporte.

La dinámica del trabajo en las agencias exige el flujo constante de informaciones. Para cumplir con este requerimiento los periodistas de la corresponsalía de la AIN también se auxilian de sus archivos personales. La investigadora observó que en muchas ocasiones, los reporteros acudían a informaciones de años anteriores y las actualizaban. De esta forma, los redactores cumplían con la información del día y daban seguimiento a un tema del acontecer provincial.

De igual forma, los periodistas acuden a las efemérides para completar la cifra de informaciones a enviar durante el mes. Según una de las reporteras, la práctica ayuda al periodista a recordar las fechas importantes de su sector, así como a identificar algunos períodos de cosechas o eventos anuales. «Todo eso ayuda al periodista a encontrar informaciones» (Martínez, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

Los demás medios de la provincia y el quehacer de otros reporteros también inciden en la recogida del material noticioso en la corresponsalía. «Yo sigo el *cast* y me fijo en los trabajos de algunos de los periodistas excelentes de otras provincias. A partir de ahí realizo ese mismo trabajo, pero desde la perspectiva y la realidad de esta provincia» (Hernández, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

El corresponsal jefe refiere que incluso las conversaciones informales con periodistas de otros medios pueden originar iniciativas de trabajo. De igual forma, el corresponsal jefe refiere a los medios locales como generadores de notas informativas. «Nosotros visitamos mucho los sitios *web* de Radio Sagua, Radio Caibarién, Telecubanacán y la CMHW. Yo oigo *Patria* y digo: “esto lo podemos tratar de otra manera”, pero el tema está ahí» (Martín, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

Las notas de campo y el grupo de discusión revelaron que en la corresponsalía muchos hechos son recogidos porque los otros órganos nacionales también los van a reflejar. «Si lo publica un medio y la corresponsalía no, al otro día aparece en el correo del corresponsal jefe “lo que no cubrió la AIN” y, por supuesto, debes explicar por qué no se trató» (Hernández, conversación personal, 24 de abril de 2012). El anexo número 15 muestra una selección de informaciones no tratadas por la AIN.

En la corresponsalía no se recogen las informaciones pensando en dar el llamado “palo periodístico”¹⁷. Si bien los reporteros evitan estar ausentes de las coberturas; sus esfuerzos se centran en reflejar el suceso desde una arista diferente a la de los demás medios. «Si logro dar el palo periodístico, perfecto, pero si no, lo más importante es buscarle al hecho un aspecto que no haya sido tratado por otro periodista y lograr la exclusividad» (Martínez, conversación personal, 26 de abril de 2012).

Para recoger la información los periodistas de la corresponsalía emplean el teléfono como vía fundamental, ante las inestabilidades con el transporte. Durante la estancia del investigador en la corresponsalía se presenció que debido a las roturas del carro las periodistas perdieron coberturas importantes y debieron repensar la planificación del día. El

¹⁷ En el sector periodístico se utiliza esa expresión para referir que un reportero obtuvo la primicia sobre algún acontecimiento importante.

corresponsal jefe refiere que situaciones como esas incitan a perfeccionar la organización dentro de la corresponsalía.

La carencia de recursos como un transporte en óptimas condiciones incita a una elaboración adecuada del plan de coberturas. Es cierto que hay que cumplir con una cifra de notas informativas y que el transporte incide en la búsqueda de las informaciones. Sin embargo, hay veces que el carro, en buenas condiciones, no circula durante semanas. Entonces, cuando llega el fin de mes o de año y no se ha cumplido con el plan de trabajo todos los periodistas quieren trabajar a la vez y solo disponemos de un carro. Eso ha sucedido. Ese transporte pasa días sin utilizarse porque hay una mala concepción del plan de trabajo que debemos elaborar. Quiere decir que si nosotros logramos hacer un plan de trabajo objetivo, se le saca mucho más provecho a los recursos de la corresponsalía (Martín, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

Las técnicas aplicadas en la investigación reflejaron que la experiencia de los reporteros favorece la búsqueda de informaciones y la política editorial del medio indica al periodista las características más importantes que debe tener un acontecimiento para clasificar en la AIN.

4.4 La selección de las notas informativas

La selección constituye una de las fases más abarcadoras y perceptibles durante todo el proceso productivo. A través de la observación participante, las notas de campo y la entrevista semiestructurada se comprobó que cuando los periodistas iniciaban la búsqueda de informaciones ya habían elegido entre una de sus áreas de cobertura y dentro de ellas temáticas específicas.

De forma inconsciente, los periodistas activan durante la fase de selección sus competencias e ideologías profesionales. Para conformar las notas informativas, los reporteros hacen una elección previa de las fuentes que entrevistarán.

Los periodistas siempre tratan de acercarse a las fuentes que brindan informaciones veraces. Por lo general, para este tipo de información se acude a los representantes de los diversos organismos, pero también se busca la contraparte

para poder cumplir con el cotejo de fuentes que exige la AIN (Hernández, conversación personal, 24 de abril de 2012).

La sagacidad del periodista para llegar hasta la información también caracteriza el segundo momento de la producción de notas informativas. La observación de los periodistas durante el intercambio con las fuentes demostró que, a través de las preguntas, los reporteros llevan a la fuente hasta los datos deseados. Sin embargo, en la etapa de selección no se puede olvidar la discriminación noticiosa que realiza la fuente en función de sus intereses.

Durante una entrevista puede ser que la fuente ofrezca al reportero la información realmente importante, pero en ocasiones los intereses de los funcionarios no se corresponden con los intereses informativos del periodista. En este último caso, deben prevalecer los intereses del corresponsal y discriminarse los criterios de la fuente que carezcan de valor informativo (Martínez, conversación personal, 26 de abril de 2012).

En la selección de los acontecimientos noticiables incide la falta de sistematicidad en la confección del plan de coberturas. A través de las notas de campo y la observación participante se demostró que los periodistas, desprovistos de sucesos relevantes en su agenda recurren a las fuentes asiduas para encontrar sobre qué escribir. La investigadora presenció además cómo algunas de esas informaciones no eran aceptadas por el corresponsal jefe y una de las reporteras redactó varias veces la misma nota informativa.

De igual forma, la inestabilidad en la confección del dietario deja a los periodistas sin posibilidades de elegir entre uno u otro acontecimiento. Tal circunstancia, incide en la producción de las notas informativas porque aumenta la dependencia del periodista hacia la fuente. Además, obliga a los reporteros a repensar su día ante el fallo de sus iniciativas o la imposibilidad de acceder a las fuentes.

Una vez recogidos los datos, comienza la selección dentro de la corresponsalía. Por lo general, las informaciones que llegan a este segundo momento de la selección coinciden con los intereses del periodista. No obstante, los elementos secundarios que hayan pasado el filtro durante la recogida se someten a un proceso de discriminación, condicionado por los valores/noticia.

La observación participante, la entrevista semiestructurada y el grupo de discusión revelaron que la corresponsalía desecha todo lo que no se corresponda con los intereses del Partido y la AIN Central. Los periodistas coincidieron al destacar como criterios empleados durante la selección: impacto sobre la nación y sobre el interés nacional, correspondencia del acontecimiento con los intereses del país, cantidad de personas implicadas, importancia y significatividad respecto a la evolución futura del acontecimiento, novedad, competencia entre los medios por noticias exclusivas y la selección del acontecimiento esperando que los demás medios lo hagan.

Según el corresponsal jefe la AIN exige que sus productos comunicativos no se parezcan a los del periódico. «Es el requisito de la novedad en la agencia. El periodista debe ingeniárselas para no repetir las mismas informaciones que los demás medios, buscar la exclusividad y no estar ausente de los sucesos importantes» (Martín, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

Marta Hernández, afirma que el criterio de grado o nivel jerárquico de los sujetos implicados solo se aplica en caso de figuras tan relevantes como un presidente. Las notas de campo y la observación participante constataron que la AIN no elabora productos comunicativos de la visita de un ministro o funcionario del gobierno, pero sí establece en sus Normas de Redacción la ubicación de las fuentes en las notas informativas según su prominencia.

Otro criterio de noticiabilidad, manejado con cuidado por la AIN, constituye la importancia y significatividad respecto a la evolución futura del acontecimiento. Si bien este valor/noticia posibilita el seguimiento de los sucesos, la imprecisión de algún dato puede afectar la aceptación de la noticia. A partir de la entrevista en profundidad, las notas de campo y la observación participante se comprendió que la AIN no refiere datos que no indiquen actualidad.

La política de la agencia no acostumbra a presentar acontecimientos que estén por suceder. No debe escribirse para el cast una nota informativa que indique la cantidad de azúcar que se producirá en la zafra actual. Nosotros no manejamos ese dato hasta que no se compruebe en la realidad. De ahí la importancia de que el

periodista no se deje llevar por los datos y cifras que le proporciona una fuente entusiasmada (Martín, conversación persona, 24 de abril de 2012).

Mediante la observación participante se corroboró la anterior afirmación, pues en varias oportunidades las periodistas debieron reenfocar sus notas informativas debido a imprecisiones de ese tipo. Esta es una de las razones por las que, en algunas ocasiones, las reporteras consultan, antes de escribir, al corresponsal jefe sobre la pertinencia de algún suceso o dato.

La observación participante, las notas de campo y el grupo focal revelaron que las periodistas eligen los datos pensando en la posibilidad que muestran para ser publicados. Luz María Martínez, afirma que si la información está incompleta o requiere de precisar algo, no se publica en el *cast*. De igual forma se comprobó que los periodistas verifican quién es el editor de turno en la Central antes de redactar los trabajos. Esta costumbre les posibilita guiar las notas informativas hacia las preferencias estilísticas del revisor.

En la redacción de las notas informativas, también inciden las orientaciones que realiza la Dirección de la AIN a la corresponsalía. El investigador observó que, en varias ocasiones, la Casa Matriz sugirió temas y la forma en que debían tratarse.

Durante la selección, los periodistas comienzan a jerarquizar los contenidos de acuerdo con los valores/noticia y la política editorial del medio. La entrevista semiestructurada, el grupo focal y la observación participante, revelaron que es la novedad el criterio de noticiabilidad más recurrente. Marta Hernández, considera que dicho valor/noticia se relaciona con el interés de la AIN por alcanzar la exclusividad. «El por qué, en el *lead*, me parece más importante que el qué. Por supuesto, esto lo hago para conseguir un enfoque diferente al de los otros medios» (Hernández, conversación personal, 24 de abril de 2012). De igual forma, en el énfasis de los contenidos incide la ideología del periodista. Según Luz María Martínez, las concepciones del profesional se manifiestan a través de la intencionalidad del texto.

Dentro de la corresponsalía, Eduardo Luis Martín es el responsable de seleccionar las informaciones que se enviarán a la Oficina Central. Durante el proceso de preedición el

corresponsal jefe señala aquellas deficiencias que le imposibilitan a las notas informativas integrarse al *cast*.

Las periodistas consideran pertinente el acercamiento del corresponsal jefe a los trabajos periodísticos porque acelera el ritmo de publicación de la AIN. Según ellas, las notas informativas preeditadas por el corresponsal jefe tienen menos posibilidades de error y de ser rechazadas. Las periodistas de la filial del AIN coincidieron durante el grupo focal en el temor de enviar para La Habana, sin la consideración previa del corresponsal jefe, temáticas específicas como las relacionadas con política, economía, altos dirigentes del Partido y cifras.

El corresponsal jefe comenta que las notas informativas son rechazadas por problemas de enfoque, errores de contenido o escaso contraste de fuentes. Sin embargo, alerta que a veces los señalamientos se basan en errores de redacción, ortográficos y repeticiones. A través de la observación participante y la entrevista en profundidad se comprobó que durante la selección de las notas informativas, que pasarán a la fase de presentación, el corresponsal jefe también aplica los valores/noticia y activa su ideología profesional.

4.5 Presentación de las notas informativas en el *cast*

La fase de presentación constituye el momento de la producción en que los mensajes noticiosos adquieren su aspecto final. Sin embargo, antes de que las notas informativas se muestren al receptor como un mensaje coherente, al interior de las redacciones ocurre un riguroso proceso de edición.

Durante la presentación los contenidos asumen el formato establecido por el medio de prensa. En la corresponsalía las notas informativas adoptan las características determinadas por las Normas de Redacción para ese género. La investigadora constató que los periodistas aplican de forma inconsciente la carta de estilo de la AIN.

El cumplimiento de las Normas de Redacción determina, en muchas ocasiones, la publicación de las notas informativas en el *cast*. Durante la observación participante, la entrevista semiestructurada y el grupo focal se coincidió en que «Si no se cumple con la Normas de Redacción no se publica. En todos los medios hay Normas de Redacción, pero en la agencia se es más estricto debido al sistema de producción que exige abastecer

informativamente a suscriptores tan diferentes» (Martínez, conversación personal, 26 de abril de 2012).

Una vez enviadas las notas informativas para la Central se inicia el proceso de edición. A partir de ese instante, las informaciones pueden ser aceptadas, rechazadas, canceladas o estar en proceso. Reynaldo Santana, editor de la AIN¹⁸ durante el turno de 10: 00 a. m a 4: 00 p. m, explica que en este momento de la producción se analiza con rigurosidad la calidad del producto comunicativo teniendo en cuenta el cumplimiento de las Normas de Redacción, el uso de las fuentes y la precisión de los contenidos.

El editor comenta que la corresponsalía de Villa Clara se caracteriza por buenos trabajos periodísticos y pocos errores de redacción o contenido. Sin embargo, alerta que por lo general rechaza notas informativas donde prevalecen deficiencias en la puntuación relacionadas, específicamente, con el uso de la coma.

A través del panel de trabajo, los periodistas conocen el estado de sus notas informativas. Esta forma organizativa, según coinciden la observación participante, las notas de campo y la entrevista semiestructurada, brinda al periodista la oportunidad de reelaborar sus trabajos antes de que pierdan actualidad. De igual forma, ofrece la seguridad de conocer si la información llegó a la Oficina Central e inició el período de edición.

Durante la etapa de presentación el editor de la AIN también realiza un proceso de selección. Reynaldo Santana argumenta que dentro de sus funciones se encuentra la de priorizar la salida de las informaciones en el *cast* según su novedad y las posibilidades de conservar la actualidad.

La publicación de las notas informativas procedentes de la corresponsalía o de la Central depende también de la cantidad de informaciones que tenga el editor en su bandeja de trabajo. Si llegan muchas informaciones priorizo aquellas que por su actualidad requieren ser publicadas con inmediatez y las que presenten un carácter

¹⁸ En esta investigación solo se explicita la opinión de Reynaldo Santana pues fue el único editor al que se tuvo acceso. Además sus comentarios resultan oportunos porque su horario de trabajo coincide con el momento de mayor actividad en la corresponsalía de Villa Clara.

menos perecedero las envío a previsiones (Santana, conversación vía telefónica, 22 de mayo de 2012).

El criterio del editor también incide en la forma en que las notas informativas serán presentadas en el *cast*. Así, aquellos trabajos que el editor considera más trascendentes aparecen en el *cast* resaltados en Negrita. Reynaldo Santana explica que realiza el énfasis de las noticias, fundamentalmente, de acuerdo con el tema, la novedad y la prominencia de los sujetos implicados. De esta manera, se indica a los suscriptores los acontecimientos más importantes tanto de la realidad nacional como internacional. El anexo 16 de esta investigación muestra un fragmento del *cast* de la AIN perteneciente al 1 de mayo de 2012.

La cantidad de trabajo pendiente que tenga el revisor también incide en el rechazo de las informaciones. Reynaldo Santana, recuerda que el editor posee la autoridad requerida para corregir una información con errores menores como la redacción. Esto lo realiza cuando en su panel de trabajo cuenta con pocos materiales noticiosos por revisar. Si los despachos informativos tienen muchas faltas son rechazados. De igual forma, el editor explica que cuando un periodista repite varias veces el mismo error de redacción, en la Central se rechaza el trabajo inmediatamente.

Los periodistas deben estar al tanto de los arreglos que hacen tanto los corresponsales jefes, como los editores a sus trabajos. Por eso, cuando en mi turno de edición arreglo una información y el periodista repite esa misma falta posteriormente, rechazo la información sin pensarlo dos veces. El rechazo es también una cuestión educativa (Santana, conversación vía telefónica, 22 de mayo de 2012).

El rechazo de las notas informativas incide directamente en la evaluación trimestral y anual de los periodistas y por tanto en su salario. Por esta razón, según Luz María Martínez, la última parte de la producción de los mensajes informativos es sufrida por el periodista.

En conversación personal con la investigadora, una de las periodistas refirió que el rechazo de una información se siente como si se hubiese perdido la jornada de trabajo. Además considera que en ocasiones los rechazos ocurren por detalles insignificantes, subjetivos.

Cuando el editor de la Central rechaza un material periodístico el reportero recibe en su panel de trabajo, junto a la nota informativa, las deficiencias señaladas. Los requerimientos aparecen destacados en color rosado.

A ningún periodista le gusta que le rechacen una información, pero a veces es oportuno reconocer los errores. Sin embargo, los reporteros no siempre consideramos acertadas las faltas señaladas por el editor. No obstante, en ambos casos, por disciplina, los corresponsales debemos responder a las exigencias y mejorar lo que pensábamos que estaba bien (Martínez, conversación personal, 26 de abril de 2012).

El rechazo de una nota informativa puede suponer cambios en la planificación de los periodistas.

Cuando el rechazo viene acompañado de sugerencias sobre la redacción del trabajo, es muy fácil para el periodista corregir la información y enviarla nuevamente al editor. Sin embargo, cuando de la Central indican aumentar el cotejo de fuentes o enfatizar otra arista del suceso, invariablemente hay que comenzar a redactar una información nueva. En esos casos se interrumpe todo lo que el reportero tenía planificado y se invierte más de un día en una misma información (Ibíd.).

La nota informativa de agencia debe contrastarse con al menos tres fuentes de información. Este cambio en las normas de escritura, vigente desde hace aproximadamente cinco años, modificó la fase de presentación de la AIN.

Las Normas de Redacción fueron elaboradas desde hace muchos años y han sido perfeccionadas con el paso del tiempo. Antes, las notas informativas eran solamente de 20 líneas y a partir de la introducción del cotejo de más de tres fuentes se extendieron a 30. Exponer en el trabajo el criterio de tres fuentes implica, además, necesidad de desplazamiento y una nota informativa más larga (Martínez, grupo de discusión, 3 de mayo de 2012).

La publicación de las notas informativas en el cast, en otro medio nacional o sitio web constituye un estímulo para los periodistas de la corresponsalía. Además de contribuir a la

satisfacción laboral del periodista aumenta las posibilidades de la estimulación salarial. Por este último motivo, los corresponsales archivan en sus carpetas personales tanto los impactos de sus trabajos en otros medios como los reconocimientos en el mural “Así se hace”.

CONCLUSIONES

Luego de investigar el funcionamiento de las rutinas productivas en la elaboración de las notas informativas del *cast* en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara, se determinaron las conclusiones siguientes:

- En la elaboración de las notas informativas del *cast*, inciden negativamente factores estructurales-organizativos como la amplitud del plan de trabajo; mientras la agenda temática, la división de los profesionales en sectores y la experiencia de los profesionales facilita la producción informativa de la corresponsalía. El factor externo de mayor incidencia negativa en la corresponsalía, durante el período de observación, resultó el transporte. También se constató que la AIN es excluida de algunas coberturas importantes tanto por el Partido como por algunas fuentes.
- La política editorial de la AIN exige la novedad como requisito de las notas informativas del *cast*. Por tal motivo, la mayoría de las informaciones ofrecidas por el Partido no son recogidas por los corresponsales y la búsqueda de la información se realiza básicamente a través de las iniciativas propias de los periodistas, de la relación con las fuentes, los archivos personales y las publicaciones de otros medios de prensa. Ante las dificultades con el transporte, el teléfono constituye la principal vía para la recogida de los materiales noticiosos.
- La fase de selección se encuentra determinada fundamentalmente por la política editorial de la AIN y los valores/noticia. Por su parte, las inestabilidades en la confección de un plan de coberturas inhibe al periodista de la posibilidad de elegir entre varios acontecimientos e incide en el ajuste de la nota informativa a las Normas de Redacción de la AIN.
- El requisito fundamental para la presentación de las notas informativas en el *cast* consiste en el cumplimiento estricto de las Normas de Redacción de la AIN. Esta etapa de la producción se realiza en la Casa Matriz por parte de los editores y constituye la fase que más afecta las rutinas dentro de la corresponsalía, pues el rechazo de las notas informativas implica interrumpir la planificación del día para corregir o reelaborar una información e incide en la estimulación salarial de los periodistas.

RECOMENDACIONES

Como resultado del proceso investigativo desarrollado se recomienda:

- Poner a disposición tanto de la dirección de la AIN en Villa Clara como de la Central el presente informe, para que a través de los resultados de la investigación se mejoren las potencialidades y se erradiquen las deficiencias existentes en el proceso de producción de la nota informativa del *cast* y de las rutinas productivas en general.
- Insistir en la necesidad de confeccionar el plan de coberturas con sistematicidad para facilitar las fases de recogida y de selección de los contenidos.
- Valorar las exigencias del plan de trabajo a partir de las preocupaciones del equipo de reporteros y de los recursos con los que cuenta hoy la corresponsalía.
- Reorganizar la producción, según las fases que lo requieran, para aprovechar mejor los recursos materiales de la corresponsalía y satisfacer la demanda productiva de la AIN Central sin contratiempos.
- Incorporar otro reportero al equipo periodístico de la corresponsalía para que no existan áreas sin un profesional que les ofrezca seguimiento sistemático.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Citada

- Alonso, M.M. y Saladrigas, H. (2002) **Para investigar en la comunicación**. 2da edición. La Habana, Pablo de la Torriente.
- Castro, O. Y. (2011) **Escambray, desde la perspectiva del emisor. Influencia de las rutinas productivas en la publicación de los géneros de opinión**. Trabajo de Diploma, Facultad de Humanidades, Universidad “Marta Abreu” de Las Villas.
- Brizuela, L. y González, I. (2007) **¿Estilos sin fronteras? Tendencias en el estilo de las agencias internacionales AP, Reuters, AFP, EFE, IPS y PL**. Disponible en: <http://www.mesadetrabajo.blogia.com/2007/061807-estilos-sin-fronteras-.php>.> [Accesado el 4 de enero de 2012].
- Brizuela, L., González, I. y González, M. A. (2008) Tocar el fondo a un chasquido de dedos. Aproximaciones a las características del estilo interpretativo en las agencias de noticias. En: González, M. A. y González, I. comp. **Más allá de las fronteras**. Santiago de Cuba, Empresa Gráfica de Santiago de Cuba, pp. 294 – 314.
- Calzadilla, I. (2005) **La nota**. La Habana, Pablo de la Torriente.
- Fontcuberta, M. (1993) **La noticia. Pistas para percibir el mundo**. Barcelona, Paidós.
- Gargurevich, J. (2006) **Géneros periodísticos**. La Habana, Pablo de la Torriente.
- Gil, A. (2003) **Tipología y producción de agencias de información**. Disponible en: <http://www.visagesoft.com.htm>.> [Accesado el 4 de enero de 2012].
- González, F. (2009) **La articulación entre la intencionalidad editorial y la construcción de la agenda en una agencia de noticias internacional. Estudio de caso: Prensa Latina**. Tesis de Doctorado, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- _____ (2010) Las agencias de noticias internacionales: predominantes e influyentes. **Sala de prensa** [Internet], mayo, 5 (115). Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art837.htm>.> [Accesado el 20 de febrero de 2012].
- González, M.A. (1983) **Agencias Informativas Internacionales**. Ciudad de La Habana, Ministerio de Educación Superior.

- _____ (2004) Agencias informativas. Enfrentar nuevos retos. En: González, M.A. y González, I. comp. **Más allá de las fronteras**. Santiago de Cuba, Empresa Gráfica de Santiago de Cuba, pp. 65- 76.
- _____ (2006) **El mensaje periodístico de las agencias de noticias: recursos lingüísticos vs objetividad**. Disponible en: <<http://www.mesadetrabajo.blogia.com/2006/110606-elmensaje-periodistico-de-las-agencias-de-noticias-recursos-linguisticos-vs-ob.php>> [Accesado el 4 de enero de 2012].
- González, C. y González, M. V. (2008) **La prensa escrita informatizada: un giro en las rutinas de producción**. Trabajo de Diploma. Facultad de Humanidades, Universidad Central “Martha Abreu” de las Villas.
- Grijelmo, A. (2008) **El estilo del periodista**. 16 edición. Madrid, Santillana Ediciones Generales, S. L.
- Haskovec, S. (1983) **La agencia de prensa en el sistema de los medios de comunicación**. Praga, Organización Internacional de Periodistas.
- Haskovec, S. y Jaroslav, F. (1984) **Introducción al trabajo de las agencias de noticias**. Santiago de Cuba, Oriente.
- Informe del 66 Consejo de la AIN** (2012).
- Lalinde, A. (1992) La selección de la noticia, evidencia de ideologías profesionales. **Comunicación y Sociedad** [Internet], 1er semestre, 20 (11). Disponible en: <<http://www.javeriana.edu.co/signoyyp/pdf/2001.pdf>> [Accesado el 29 de marzo de 2012].
- Larralde, P. (Larralde@tvss.icrt.cu), 15 de febrero de 2012. **Re: cuestionario para tesis**. Email a L. Ferriol (lferriol@uclv.edu.cu).
- Lechuga, R. et al. (1991) **Las agencias internacionales de noticias**. La Habana, Pablo de la Torriente.
- Leñero, C. y Marín, C. (1990) **Manual de periodismo**. La Habana, Pablo de la Torriente.
- Linares, M. P. (2010) Las agencias de noticias, fuentes de información integral para las redes científicas. **Razón y Palabra** [Internet], agosto/octubre, 73 (73). Disponible

en:<<http://www.mesadetrabajo.blogia.com:razonypalabra.org.mx/n/n73/31linares-v73.pdf>. [Accesado el 5 de enero de 2012].

Lorente, M. (2009) **Titulares en vidriera. Estudio sobre la construcción titulística de los despachos informativos de la AIN**. Trabajo de Diploma, Facultad de Humanidades, Universidad “Marta Abreu” de Las Villas.

Martínez, J. L. (1974) **Redacción periodística**. España, A.T.E.

Martini, S. (2000) Periodismo, noticia y noticiabilidad. En: González, M.A. y González, I. comp. **Más allá de las fronteras**. Santiago de Cuba, Empresa Gráfica de Santiago de Cuba, pp. 250- 283.

Normas de redacción AIN (s. f.).

Pérez, R. (2003) **Dinámica de la noticia**. La Habana, Pablo de la Torriente.

Reyes, J. A. (1999) **Criterios de las agencias de prensa en Guatemala en las selección de noticias nacionales**. Trabajo de Diploma, Facultad de Ciencias de la Comunicación Social, Universidad Francisco Marroquín.

Reyes, L. (2003) **Manual de fuentes de información**. La Habana, Pablo de la Torriente.

Ricardo, R. (2008) **Detrás de la fachada**. [Internet]. Disponible en: <<http://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110607-detras-de-la-fachada.php>> [Accesado el 10 de enero de 2012].

Rivas, J. M. (s. f.) **Géneros periodístico en las agencias de prensa**. Disponible en: <<http://www.ucm.es/info/emp/num-05/5-4-5.htm>> [Accesado el 15 de febrero de 2012].

Rodrigo, M. (1993) **La construcción de la noticia**. 2da edición. Barcelona, Paidós.

Rodríguez, P. (2002) **Periodismo de investigación. Técnicas y estrategias**. Barcelona. Paidós.

Sanzo, N. (nsanzo@ain.cu), 6 de febrero de 2012. **Re: respuesta a cuestionario**. Email a L. Ferriol (lferriol@uclv.edu.cu).

- Vargas, J. (2000) Las agencias de noticias: Estrategias para la conformación de una cultura de Paz. En: González, M.A. y González, I. comp. **Más allá de las fronteras**. Santiago de Cuba, Empresa Gráfica de Santiago de Cuba, pp. 10- 25.
- Wolf, M. (2005) **La investigación de la comunicación de masas**. La Habana, Pablo de la Torriente.

Consultada

- Bodes, J. (2005) **El estilo cablegráfico**. La Habana, Pablo de la Torriente.
- Consuegra, L. (2010) **Desde el centro de la Isla, *Haciendo Radio*. Estudio del proceso productivo de la noticia en la corresponsalía de Radio rebelde en Villa Clara, para el programa *Haciendo Radio***. Trabajo de Diploma, Facultad de Humanidades, Universidad “Marta Abreu” de Las Villas.
- Estrada, T. (2010) ***Patria, una mirada desde el emisor. Estudio del proceso de producción de la información periodística en el noticiero radial Patria de la CMHW de Villa Clara***. Trabajo de Diploma, Facultad de Humanidades, Universidad “Marta Abreu” de Las Villas.
- Frankenberg, L. (2010) Rutinas, valores y condicionantes en la producción de la noticia: el testimonio de cuatro directores de medios informativos en Monterrey, México. **Comunicación y Sociedad** [Internet], 23 (1). Disponible en: <<http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art.id=355>> [Accesado el 20 de marzo de 2012].
- González, F. (2011) **La objetividad periodística: entre el mito y la utopía**. Disponible en: <<http://www.mesadetrabajo.blogia.com/>> [Accesado el 20 de febrero de 2012].
- López, Y. y Lorenzo, Y. (2008) **Conformación de la opinión pública a partir de las rutinas productivas del programa radial *Alta Tensión***. Trabajo de Diploma, Facultad de Humanidades, Universidad “Marta Abreu” de Las Villas.
- Lalinde, A. (1990) Elementos para entender la noticia. **Comunicación y Sociedad** [Internet], No 17. Disponible en: <<http://www.javeriana.edu.co/signoyp/pdf/1701.pdf>> [Accesado el 29 de marzo de 2012].

- Loyola, B. (2010) **Un puente, otra mirada... Estudio sobre los factores que intervienen en el proceso de producción de la noticia sobre temas nacionales en la Agencia Prensa Latina**. Trabajo de Diploma, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- Naya, Z. (2003) **De los media a la Red. Rutinas productivas e ideologías profesionales en los periódicos digitales cubanos** [Pdf]. Trabajo de Diploma, Universidad de La Habana.
- Reigosa, C. G. (s. f.) **El idioma español y las agencias de prensa**. Disponible en: <http://www.compured.net/telos/anteriores/num-033/opi-tribuna2.html> [Accesado el 5 de febrero de 2012].
- Sexto, L. (2009) **Rutas, rutinas y retos... Un acercamiento a las condicionantes del proceso de producción de noticias nacionales en el departamento Reporteros del Sistema Informativo de la Televisión Cubana**. Trabajo de Diploma, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- Valdés, A. (2007) **Carrera por la noticia...Análisis de la cobertura ofrecida por las agencias Internacionales de prensa a los XX Juegos Centroamericanos y del Caribe "Cartagena de Indias 2006"**. Trabajo de Diploma, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.

Anexo 1

Guía de observación

Objetivo: Observar la dinámica de la producción noticiosa en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara, así como las prácticas diarias de los periodistas.

Indicadores para la observación participante

- **Factores estructurales–organizativos**
 - Estructura organizativa del medio.
 - Condiciones tecnológicas y humanas para el trabajo periodístico.
 - Cantidad de computadoras disponibles.
- **Espacios para la gestión política editorial**
 - Reunión del corresponsal jefe con el PCC y los organismos e instituciones del territorio.
 - Reunión del corresponsal jefe con los periodistas para realizar el plan de coberturas.
 - Proceso de revisión de las notas informativas.
- **Factores externos**
 - Influencia de las orientaciones del PCC.

Anexo 2

Entrevista estructurada aplicada a los fundadores de la AIN Central

Objetivo: Recopilar la información necesaria sobre el surgimiento de la AIN y el proceso de fundación de las corresponsalías.

1. ¿Cuándo surge la AIN? ¿Cuáles fueron las causas de su creación?
2. ¿Cuáles fueron los objetivos y la política editorial a la que respondía?
3. ¿Cómo era la relación de la AIN con el Partido?
4. ¿De qué forma estaba organizada la estructura de la AIN? ¿Cuánto ha sido modificada?
5. ¿Cómo funcionaba la tecnología que tenían en aquel entonces? ¿Qué transformaciones experimentó la producción noticiosa con el cambio de tecnología?
6. ¿Cómo fue el proceso de surgimiento de las corresponsalías? ¿Cómo era la relación de estas con la Central?
7. ¿Qué servicios brindaba la AIN?
8. ¿Cuáles eran las características de las notas informativas del *cast* y de los otros géneros que realizaban?
9. ¿En qué consiste el canal Señal ACN? ¿Cuáles son las características de sus informaciones?

Anexo 3

Entrevista estructurada realizada a los fundadores de la corresponsalía de la AIN en Villa Clara

Objetivo: recopilar la información necesaria sobre la fundación de la corresponsalía de la AIN en Villa Clara y su funcionamiento durante los primeros años de creada.

1. ¿Cuándo surge la corresponsalía de la AIN en Villa Clara? ¿Cuáles fueron los motivos de su fundación?
2. ¿Cómo conformó la AIN su equipo de reporteros?
3. ¿Cómo estaba organizada estructuralmente la corresponsalía de la AIN?
4. ¿Cuáles eran los recursos técnicos con los que contaban?
5. De acuerdo con esa tecnología y las condiciones de trabajo, ¿cuáles eran las características de las notas informativas de la agencia?
6. ¿Qué servicios brindaba la AIN? ¿Cuáles eran los géneros que más se practicaban?
7. ¿De qué forma se realizaba el contacto con la AIN Central?
8. ¿Cómo sabían los corresponsales si su información era publicada, rechazada, modificada o cancelada?
9. ¿Cómo era la relación de los corresponsales con las fuentes de información?
10. ¿De qué forma se manifestaba la influencia del PCC en la producción noticiosa de la AIN?

Anexo 4

Entrevista semiestructurada aplicada a las periodistas de la corresponsalía de la AIN en Villa Clara

Objetivo: Indagar sobre el uso de los valores/noticia y las fuentes de información durante el proceso productivo (recogida, selección y presentación).

1. Para que un acontecimiento se convierta en noticia, ¿qué características debe presentar?
2. ¿Qué vías utiliza para la recogida de los acontecimientos?
3. ¿Qué fuentes de información utiliza con mayor frecuencia en las notas informativas?
4. En la redacción de las noticias, ¿qué valores/noticia privilegia?
5. De acuerdo con qué características realiza la jerarquización, omisión o énfasis de los contenidos.
6. ¿Qué características debe presentar la nota informativa del *cast* para que concuerde con la política editorial de la AIN?
7. ¿Considera que el plan de coberturas facilita la producción informativa?
8. ¿Qué acontecimientos aparecen por lo general en el plan de coberturas?
9. ¿De qué manera influye la relación de los periodistas con las fuentes en la recogida, selección y presentación de las notas informativas?
10. ¿La jerarquía de las fuentes determinan la presentación de los contenidos?
11. ¿Influyen los demás medios de prensa en la producción de las notas informativas del *cast* en la corresponsalía de la AIN en Villa Clara?

Anexo 5

Entrevista semiestructurada aplicada al editor de la AIN Central

Objetivo: indagar sobre las características de la etapa de presentación de las notas informativas en el *cast*.

1. ¿Cuáles son los principales motivos por los que rechaza las notas informativas provenientes de la corresponsalía de Villa Clara?
2. ¿Qué valores/noticia aplica para seleccionar las notas informativas que se publicarán en el *cast* del día?
3. ¿De qué manera inciden las Normas de Redacción en la fase de presentación de las notas informativas?
4. ¿Qué mecanismos emplea para enfatizar algunas notas informativas en el *cast* sobre otras?
5. ¿De acuerdo con qué criterios de noticiabilidad selecciona las notas informativas de prioridad para la AIN?

Anexo 6

Entrevista en profundidad realizada al corresponsal jefe

Objetivos: confirmar a través del corresponsal jefe el funcionamiento de las rutinas productivas durante la producción de las notas informativas del *cast*.

1. ¿Cómo funciona el flujo productivo dentro de la corresponsalía?
2. Para la selección de las notas informativas que serán publicadas, ¿qué valores/noticia reconoce?
3. ¿Qué factores externos a los periodistas considera que influyen en las notas informativas que se publican en el *cast*?
4. De acuerdo con la política editorial de la AIN, ¿qué características debe presentar la nota informativa?
5. ¿Qué métodos organizativos ayudan al funcionamiento de la corresponsalía y a la calidad de las notas informativas que se publican en el *cast*?
6. ¿Cómo influyen las condiciones materiales de la corresponsalía en la recolección de los acontecimientos?
7. ¿Considera que en el trabajo periodístico de la agencia influyen la formación, la cultura y el conocimiento individual de los periodistas?
8. ¿Cómo se manifiesta la ideología de los periodistas en las notas informativas?

Anexo 7**Cuestionario para el grupo focal realizado en la corresponsalía con la presencia del equipo periodístico y la investigadora**

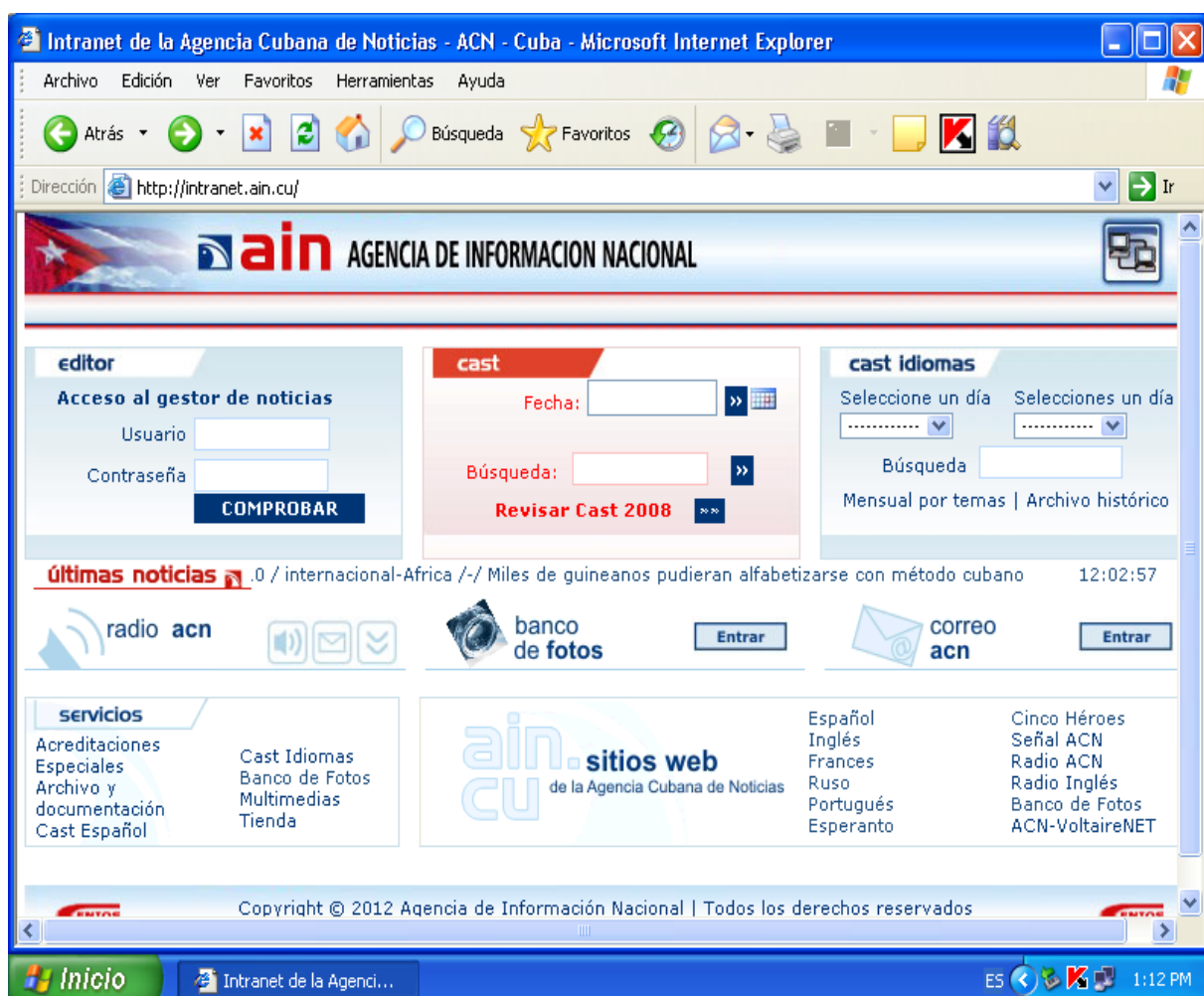
Objetivo: suscitar el debate sobre la presencia de los factores estructurales-organizativos, profesionales y externos en las notas informativas del *cast*.

1. ¿De qué forma influye la división de los periodistas en sectores para la producción informativa?
2. ¿Consideran que la presencia del corresponsal jefe favorece el ritmo productivo de la agencia? ¿De qué forma?
3. ¿De qué forma se socializan entre los periodistas las Normas de Redacción y la política editorial del centro?
4. ¿Incide la agenda temática de la corresponsalía de la AIN en la recogida del material noticioso? ¿Consideran oportuna la presencia de la agenda temática en la corresponsalía? ¿Favorece o no las capacidades creativas de los periodistas?
5. ¿Consideran prudente un plan de trabajo para los periodistas? ¿El actual se corresponde con la dinámica y las características de la corresponsalía de la AIN en Villa Clara?
6. ¿Presenta la corresponsalía de la AIN en Villa Clara las condiciones materiales y tecnológicas adecuadas para la producción noticiosa?
7. ¿De qué forma se manifiesta el partido respecto a la corresponsalía? ¿Influye en la productividad de la agencia?
8. ¿Cómo es la relación de la corresponsalía con las fuentes de información? ¿Acude el periodista a la fuente o viceversa?
9. ¿Reclaman las fuentes de información revisar las informaciones o priorizar algunos datos sobre otros?
10. ¿De qué forma influye la ideología del profesional en la recogida, selección y presentación de las notas informativas del *cast*?
11. ¿Consideran que la formación profesional del periodista incide en la calidad de las notas informativas?

12. ¿De qué forma incide la experiencia del periodista en la producción de las notas informativas?

Anexo 8

Intranet de la AIN



Anexo 9

El presente anexo muestra las opciones que brinda el panel de control del redactor y el estado de los trabajos enviados por una periodista a la Central

Panel de control del REDACTOR

Mensajería GRUPO: VCL CERRAR SESION

Buenas tardes Luz María Martínez Zelada Fecha: 29/05/12 | Hora: 01:05 PM

Anteriores Nueva Información Cargar Colaboración Estadísticas Estado art. en proceso

Situación de sus trabajos anteriores

No	Trabajo	Estado
1	cultura-patrimonio - Un siglo de notoria presencia...	Pendiente Editor
2	ciencia-ambiente - Celebran Fiesta del Mar...	LISTO PARA T.V.
3	salud-eventos - Trabajan por calidad y visibilidad de revistas científicas...	Publicado
4	economía-hidráulica - Casi duplica Villa Clara promedio histórico de lluvias...	Publicado
5	salud-eventos - Inician hoy Taller Territorial de publicaciones científicas...	Publicado
6	salud-eventos - Mayor impacto de hipertensión en naciones de bajos ingresos...	Publicado
7	historia-personalidades - Evoca médico argentina arribo de restos del Che hace 1...	Publicado
8	Cuba-instituciones - Estudian la Constitución de la República...	LISTO PARA T.V.
9	salud-ciencia - Tributo al Che de médicos argentinos y cubanos...	Publicado
10	cultura-música - Actuación de Coro Polifónico de La Habana...	LISTO PARA T.V.

Anexo 10

Fragmento del mural “Así se hace” perteneciente al mes de febrero de 2012

AIN 51 (día 17)

Devela Galeano textos de su libro Los hijos de los días

Octavio Borges Pérez/tj.

Muy buen recuento de presentación de libro.

AIN 43 (día 17)

Alta efectividad en diagnóstico del embarazo

Israel Hernandez Alvarez/cap/fr/tj

Buen despacho cablegráfico, por su valor informativo, claridad y precisión con más de una fuente.

AIN 45 (día 16)

Llaman al control biológico para eliminar Aedes aegypti

Lilieth Domínguez Quevedo/clg/er/tj

Información de interés, clara, con criterios avalados por vecinos. Una OBSERVACIÓN: La editora arregló yuppy por guppy.

AIN 14 (día 16)

Llega a serranía cubana electrificación por fuente renovable

Lilieth Domínguez Quevedo-FR-CMB

La información brinda acertada argumentación y usa correctamente varias fuentes.

AIN 4 (día 15)

Celebran Día de la Ciencia Cubana en Villa Clara

Luz María Martínez Zelada-ELM-TJ

Muy completo informativamente.

AIN 29 (día 14)

Reconoce Cuba que puede exportar más servicios

Martin Corona Jeres/er/tj

Buen aprovechamiento de reunión de balance, con una versión precisa.

AIN 23 (día 13)

Diseñan método para pronosticar maduración de cítricos

William Fernández/fr/cmb

Despacho con claridad expositiva, sustentado con datos complementarios. Un alerta al periodista: ojo con las reglas para el empleo de mayúsculas.

AIN 17 (día 13)

Vegueros vinculan novedades científicas y tradición

Elena Milián Salaberri/mpv/mp/cmb

Exclusiva, buenos título y *lead*. Una observación: tratar de emplear las hectáreas en vez de las caballerías como unidad de medida.

Anexo 11

Fragmento del mural “Así no se hace” perteneciente al mes de mayo de 2012

AIN 9

Abre sus puertas Congreso del Sindicato de la Construcción

Dayan García La O/arh

Un duende opina: el *lead* está desordenado. Ese no es el único propósito del congreso y además no es lo más importante para comenzar.

La Habana, 20 may (AIN) Con el propósito de romper las barreras que frenan la terminación de las obras comienzan hoy, en esta capital, las sesiones del X Congreso del Sindicato Nacional de los Trabajadores de la Construcción.

AIN 65

Anuncia ministro de Construcción planes a mediano plazo

William Fernández/fr/jhs

Revisor mejoró título original (Transita la construcción hacia nuevas metas) y eliminó falta de ortografía: conciente por consciente.

La Habana, 20 may (AIN) Fidel Figueroa, ministro de la Construcción, aseveró hoy en esta capital que el sector transita hacia metas relacionadas con la edificación de grandes obras industriales a partir del cuatrienio 2011-2015.

Ante los más de 300 delegados presentes en el X Congreso del sindicato del ramo, adelantó que durante la etapa se mantendrá la ampliación de capacidades hoteleras en los principales polos turísticos de Cuba, a la vez que se elevará la ejecución de viviendas hasta llegar a 60 mil en 2014.

Explicó que ese reto trae aparejado un incremento en la demanda de mano de obra calificada y homologada, dada las características tecnológicas de las obras, por lo que se debe trabajar en la preparación consciente del personal.

ORIGINAL

Explicó que esa nueva transformación en el sector trae aparejada un incremento en la demanda de mano de obra calificada y homologada, dada las características tecnológicas de las obras a ejecutar, por lo que se debe trabajar en la preparación **conciente** del personal.

AIN 50

Llaman a elevar productividad en la construcción

William Fernández/cmb/rsl

Revisor “bajó el tono” del *lead* original.

La Habana, 20 may (AIN) El Comandante de la Revolución Ramiro Valdés Menéndez, vicepresidente de los Consejos de Estado y Ministros, llamó hoy a los constructores cubanos a trabajar, con mayor dedicación.

ORIGINAL

La Habana, 20 may (AIN) El Comandante de la Revolución Ramiro Valdés Menéndez, Vicepresidente de los Consejos de Estado y Ministros, llamó hoy a los constructores cubanos a trabajar, como lo hiciera Fidel a los expedicionarios del Yate Granma.

AIN 46

Premian a niños que dedicaron pinturas a José Martí

Elizabeth Reyes Tasé/mc/rsl

El Salón Nacional NO fue premiado.

Jiguaní, Granma, 18 may (AIN) En una gran fiesta de pueblo **fue premiado** e inaugurado hoy, en esta ciudad oriental, **el XV Salón Nacional de Plástica Infantil** De Donde Crece la Palma, dedicado al Héroe Nacional de Cuba, José Martí.

Los galardones del primer nivel (de cuatro a ocho años) fueron para Fabiana Santana, de Matanzas, y Javier Soris y Alessandra Perera, ambos de Villa Clara. Elier Acuña, de Granma; Yeniffer López, de La Habana, y Yanier Sánchez, de Ciudad de La Habana, triunfaron en el segundo nivel (de nueve a 11 años); mientras en el tercero (de 12 a 18) ganaron Mara González, de Villa Clara, el capitalino Víctor Manuel Ruiz, y Leonardo Reyes, de Granma.

Anexo 12

Agenda temática de la AIN para el primer trimestre de 2012

- Dar continuidad a los Lineamientos económicos y sociales del Congreso del Partido.
- Temas que emanen de la Conferencia del Partido.
- Celebración de aniversario del triunfo de la Revolución.
- Cumplimiento de la producción de azúcar en la zafra chica.
- Arrancada de nuevos centrales que se incorporan a la zafra azucarera.
- Entrada triunfal de la Caravana de la Libertad.
- Logros de la ciencia en Villa Clara.
- Destacar la obtención de la sede del Día de la Ciencia Cubana.
- Acto nacional por el Día de la Ciencia Cubana.
- Pronósticos meteorológicos para la agricultura y otras ramas de la economía.
- Experiencias del INIVIT en introducción de variedades resistentes a enfermedades e inclemencias del tiempo.
- Suministro de sorgo en alimentación de niños con intolerancias de otros cereales.
- Comportamiento de las abejas en la producción de miel.
- Nota costumbrista sobre la llegada del invierno.
- Reconocimiento de la ANAP a cooperativas destacadas en su Aniversario 50.
- Festival Longina en homenaje a Manuel Corona.
- Presentación del libro *Los hombres de negro*.
- Movimiento artístico y cultural.
- Llegada de vuelos turísticos de Buenos Aires a Villa Clara.
- Aniversario del asesinato a Jesús Menéndez.
- Programa de desarrollo local.
- Formación de técnicos agropecuarios.
- La educación Superior en Villa Clara.
- Resultado de investigaciones en la Universidad Central.

- Logros de la salud en Villa Clara
- Formación de maestros.
- Preparación de jóvenes egresados de las FAR para nivel superior.
- Marcha de la serie nacional de béisbol y otros deportes.
- Seguimiento al trabajo por cuenta propia.
- Producción de materiales de construcción alternativos.
- Aniversario de la creación de Servicios Comunes.
- Aniversario 20 de la creación del Programa Educa a tu hijo.
- Día de los enamorados y propuestas del Campismo.
- Informaciones sobre el recibo de turistas en la temporada alta.
- Día Mundial de la Meteorología.
- Preparación agropecuaria de los educadores.
- La siembra de papa.
- Siembra de café en la montaña.
- Siembra de tabaco en Manicaragua.
- Entrega de tierras por el decreto 259.
- Movimiento cooperativo y campesino.
- Siembra de especies melíferas.
- Trabajo centro de inseminación artificial.
- Cría de especies ornitológicas.
- Uso del biogás en el campo.

Anexo 13**Reglamento interno de la corresponsalía de la AIN en Villa Clara**

- Entrega de trabajos según plan semanal (periodista).
- Cumplir con lo establecido en cuanto a la seguridad informática (periodista).
- Pagar al personal el día que corresponde (administradora).
- Velar sistemáticamente por el cumplimiento del presupuesto (Dirección y Administración).
- Garantizar el alumbrado adecuado en las oficinas (Administración).
- No permitir usar computadoras a personal ajeno al centro sin la debida autorización (todo el colectivo).
- Trabajar los sábados si no tiene labor productiva en la granjita o el organopónico (todo el colectivo).
- Confeccionar el plan de trabajo semanal, entregar 50 por ciento el viernes (periodistas).
- Analizar comportamiento de la semana anterior el lunes y completar el plan (periodistas).
- Revisar con detenimiento los materiales antes de entregar para su envío, de manera que no haya que rechazarlo por violaciones de las normas, descuidos en la acentuación, faltas de ortografía, repeticiones de palabras, redacción confusa, problemas de concordancia, mal uso de las preposiciones y otros problemas que conspiran con la calidad y profesionalidad (periodistas).
- Reflejar en la tablilla los trabajos que se entregan (periodistas).
- Solicitar necesidad de fotos para los trabajos que requieran imagen (periodistas).
- Solicitar en el plan el transporte que se requiere para salir fuera del municipio (periodistas).
- Cumplir normas para el *cast*, radio, ACN y S. E (periodistas).
- Contribuir al ahorro de energía eléctrica (todo el colectivo).
- Controlar el consumo de energía eléctrica diariamente (Administración).
- Controlar la entrada de personal ajeno al centro (repcionista).

- Mantener el carro listo y si presenta algún problema comunicar a la dirección para buscar solución o llevar al taller (chofer).

NOTA: El incumplimiento del Reglamento constituye una falta, que de reiterarse puede ser motivo de sanción. Como se observa no es nada nuevo, solo se trata de cumplir lo establecido con más exigencia por parte de cada uno.

- La asistencia al centro es obligada y cuando nos ausentamos por alguna causa justificada debe comunicarse y ser autorizado.
- Las características de tener horario abierto nos permite tener flexibilidad en la llegada y la salida siempre que se entregue algún trabajo o se agoten las gestiones para conseguirlo o se adelante la redacción para posterior entrega.
- Existen otros aspectos en los que incurrimos y no debemos descuidar como son dejar la puerta abierta.
- Fumar en la Redacción cuando no hay más persona y aunque el fumador no se percate, el penetrante olor queda en el local y se lleva en la ropa de los que llegan después.
- Descargar el baño cada vez que se use, si no hay agua en tanque hacerlo con el cubo.

Anexo14

Principales objetivos de la AIN para el 2012

- Cumplir lo relacionado con el presupuesto, tanto en los gastos como en los ingresos.
- Cumplir los indicadores propuestos en el orden interno, desde el punto de vista administrativo y tener al día las cuentas por cobrar y pagar.
- Cumplir los compromisos de ahorro de electricidad, adoptando todas las medidas necesarias.
- Controlar el uso del teléfono en llamadas de larga distancia y solo realizar las imprescindibles y mantener el candado permanente en cada equipo.
- Controlar el nivel de satisfacción de los clientes acerca de los servicios de la AIN (emisoras CMHW, Radio Sagua, Radio Caibarién, Estéreoocentro, Radio Placetas, Telecubancán y Formatur).
- Asistir a las reuniones semanales con la oficina de administración del Partido.
- Participar el colectivo en las tareas productivas en la granjita del PCC.
- Mantener el transporte en condiciones para el trabajo, así como su cuidado y mantenimiento.
- Velar por las condiciones del local, cuidado, limpieza y los demás requisitos que garanticen mantener la condición de Centro de Referencia.

En cuanto a las tareas periodísticas, razón principal de este centro nos comprometemos a lo siguiente:

- Cumplir los objetivos de la política informativa que orienta el Partido y la Agencia de Información Nacional, acorde con los Lineamientos del VI Congreso y los acuerdos emanados de la Primera Conferencia del Partido.
- Velar por la calidad con la revisión de los materiales, tanto en su contenido como en la redacción.
- Enviar las informaciones diarias para el *cast* de la AIN.
- Cumplir el plan de Servicios Especiales.
- Cumplir el plan de envíos para el archivo de radio.

- Cumplir el plan de fotos para el Banco de Imagen de la AIN.
- Cumplir los compromisos de envíos para el Canal ACN de TV.

Anexo 15

Informaciones no tratadas por la AIN

Martes 17 de enero de 2012

Periódico *Granma*:

1. Con la siembra del framboyán, el álamo y la buganvilla... (promotor de un proyecto ecológico en la capital).
2. Pesquería inteligente asegura recuperación acuícola de la Zaza (tomado de *Granma*).
3. Homenaje póstumo a ejemplo de constructor cubano (José Antonio Díaz Reyes).
4. Degrada más el costo social (vandalismo contra la telefonía pública).
5. Multiplicar el ejemplo de Melena del Sur (tomado de *Granma*).
6. Escambray cienfueguero, otro faro protector (mortalidad infantil en 0).
7. Ganamos todos (tomado de *Granma*) En Matanzas la venta directa de los productores agrícolas a entidades turísticas).
8. Las flores de Compay hacia Santiago de Cuba.
9. Panamá cuenta con jazz cubano en su festival (Omara Portuondo y Chucho Valdés en el festival de jazz de Panamá).
10. Clavadistas en base de preparación (para Londres 2012).

Juventud Rebelde:

1. Puerta a la sensibilidad social.
2. Custodiar la grandeza (tributo al Apóstol en la Unidad de Guardia de Honor a Nuestro Héroe Nacional).
3. Con los muchachos se ve más el trabajo (Diálogo con Néstor Almanza, campeón mundial en 1993, hoy jefe de entrenadores de la selección nacional juvenil).

Agencias:

1. IPS 12:07 Cuenta regresiva para inédita cita comunista.

Anexo 16

Fragmento del cast de la AIN perteneciente al 1 de mayo de 2012 donde se observan las notas informativas más destacadas del día

