



UNIVERSIDAD CENTRAL "MARTA ABREU" DE LAS VILLAS
VERITATE SOLA NOBIS IMPONETUR VIRILIS TOGA. 1948

TRABAJO DE DIPLOMA

Título:

Las rutinas productivas del Periodismo
Hipermedia en la página digital de Radio
Caibarién

Autor (a): Alejandra Rojas Pérez

Tutor (a): Yamila Cruz Borroto

Junio de 2011

Dedicatoria

A la familia grande; la que siempre me ayuda.

A la pequeña; que me hizo.

Agradecimientos

A Yamila, por la aventura de ser tutora; a quienes la ayudaron.

*Al colectivo de la página digital de Radio Caibarién, por abrirme
humildemente todas las puertas.*

*A todos los que se sienten partícipes de mis logros y desaciertos.
No necesitan leer sus nombres; los escribí en páginas menos
efímeras.*

Resumen

La presente investigación se propone profundizar en el funcionamiento de las rutinas productivas del Periodismo Hipermedia desarrolladas en la página digital de Radio Caibarién. Para ello se describen los factores estructurales-organizativos y externos así como las tres fases del ciclo productivo. Los métodos y técnicas empleados para la obtención de resultados fueron la etnografía, el método bibliográfico-documental, la observación participante y las entrevistas no estructuradas. Además, se tomaron las notas de campo pertinentes. La investigación permitió realizar una descripción detallada del proceso productivo en la página web www.radiocaibarien.icrt.cu

Índice

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
Objetivo General	2
Objetivos específicos.....	2
CAPÍTULO TEÓRICO.....	4
Periodismo Hipermedia. Rutinas productivas en las redacciones digitales.....	4
El periodismo y los medios de comunicación en la Red: Periodismo Hipermedia...	4
Características distintivas del Periodismo Hipermedia	7
Las rutinas productivas y el Periodismo Hipermedia.....	14
Fases del proceso productivo.....	16
CAPÍTULO REFERENCIAL	32
La radio en la Red. La página web de Radio Caibarién	32
Características particulares de www.radiocaibarien.icrt.cu	35
CAPÍTULO METODOLÓGICO	38
Métodos y técnicas empleados en la investigación	38
Categorías. Conceptos y operacionalización	40
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	43
Las rutinas productivas de la página digital de Radio Caibarién.....	43
Factores estructurales-organizativos y externos de la página digital de Radio Caibarién	43
Proceso de recogida.....	47
La selección de la información.....	52
La presentación de la información	56
CONCLUSIONES.....	65
RECOMENDACIONES	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68

Introducción

INTRODUCCIÓN

El Periodismo Hipermedia, con todas las facilidades y ventajas que ofrece a periodistas y receptores de la información, se afianza como una forma de producción periodística de inmensas posibilidades aún por desplegar. Considerado por varios internautas como el “periodismo del futuro” este tipo de periodismo ha incorporado a sus procesos y productos recursos descuidados o, a menudo, inalcanzables en el periodismo impreso, radiofónico o televisivo.

La multimedialidad, hipertextualidad e interactividad que distinguen al Periodismo Hipermedia lo convierten en el ejercicio periodístico de mayores potencialidades en la actualidad. Las herramientas digitales que facilitan el desarrollo de los procesos de producción del Periodismo Hipermedia modifican los pasos tradicionales de investigación, recogida de información, elaboración y difusión de los mensajes periodísticos. Pero el perfeccionamiento del Periodismo Hipermedia depende, en gran medida, del empleo que los periodistas hagan de las herramientas que este pone a su alcance.

De ahí que el desarrollo del proceso productivo del Periodismo Hipermedia derive punto de mira de la presente investigación. Además, la concreción de experiencias hipermedia por parte de los órganos de prensa cubanos ha posibilitado reivindicar la presencia de Cuba en los escenarios internacionales, contribuyendo a multiplicar los mensajes del país en medio de las campañas mediáticas que tiene lugar en la Red.

El Periodismo Hipermedia en Cuba ya tiene un camino transitado, y estudiosos del tema como Roger Ricardo Luis y Milena Recio proponen investigaciones que se centren ahora en las especificidades de esta práctica periodística en los diferentes medios de prensa del país.

La relativa novedad de esta temática influye en que los estudios vayan dirigidos hacia los principales medios digitales cubanos, soslayando las experiencias individuales de redacciones hipermedias municipales o provinciales de igual alcance. El estudio de las rutinas productivas del Periodismo Hipermedia en medios locales deviene forma eficaz de motivar el perfeccionamiento y representatividad del trabajo desarrollado en estas redacciones.

La presente investigación propone el siguiente tema: *El desarrollo de las rutinas productivas del Periodismo Hipermedia en la página digital de Radio Caibarién.*

La investigación escoge como objeto de estudio la página digital de Radio Caibarién dada la novedad de este tipo de estudios en dicho medio. A ello se suma la importancia de que un municipio como Caibarién, con altos niveles de disidencia, puede tener en Internet una voz oficial que se enfrente a las campañas mediáticas que tergiversan la información sobre nuestro país. Otro elemento a tener en cuenta es que la página digital es vocera de un medio de prensa con amplia tradición y con varios años en el aire: Radio Caibarién, una de las tres emisoras locales de la provincia de Villa Clara.¹

El acceso al campo para el desarrollo de la investigación lo propició el interés del propio medio por que se desarrollen investigaciones referentes a su funcionamiento. (La página digital de Radio Caibarién carece de un equipo de investigación.) La disponibilidad de los recursos materiales básicos para el desarrollo de la investigación la aseguró el propio investigador.

Los resultados obtenidos en la investigación permitieron conocer el grado de organización del trabajo alcanzado por este medio en el desarrollo del Periodismo Hipermedia, de acuerdo al estudio de sus rutinas de producción.

La investigación presenta el siguiente **Problema de investigación**: *¿Cómo funcionaron las rutinas productivas del Periodismo Hipermedia desarrolladas en la página digital de Radio Caibarién durante el mes marzo de 2011?*

Para dar respuesta al problema de investigación se trazaron los siguientes objetivos:

Objetivo General:

- Caracterizar el funcionamiento de las rutinas productivas del Periodismo Hipermedia desarrolladas en la página digital de Radio Caibarién durante el mes de marzo de 2011.

Objetivos específicos:

- Determinar la influencia de los factores estructurales-organizativos y externos en las rutinas productivas de la página web de Radio Caibarién.

¹ Las otras emisoras locales de la provincia de Villa Clara son Radio Sagua y Radio Placetas

- Describir el proceso de recogida de la información
- Identificar los factores que intervienen en la selección de la información
- Caracterizar el proceso de presentación de la información

El informe de la investigación quedó estructurado en cuatro capítulos: Capítulo teórico, Capítulo Referencial, Capítulo Metodológico y Análisis de los resultados. En el Capítulo Teórico aparecen los presupuestos teóricos fundamentales que sustentan la investigación. En este capítulo se hace referencia al Periodismo Hipermedia, deteniéndose en sus principales características y sistematizando contenidos relacionados con el desarrollo de las rutinas productivas.

Para esclarecer los principales aspectos relacionados con la metodología empleada en la investigación se estructura el Capítulo Metodológico. En este segundo capítulo quedan definidos la tipología del estudio, los métodos y técnicas empleados, algunos conceptos y la operacionalización de la categoría.

El Capítulo Referencial se dedica a los elementos relacionados con el objeto de estudio. Se recogen en este capítulo datos relacionados con la fundación de la página digital de Radio Caibarién, su estructura básica, profesionales que lo conforman, entre otros aspectos.

En el capítulo titulado Análisis de los resultados quedan plasmados los resultados de la investigación. El informe incluye además las Conclusiones de la investigación, las Recomendaciones y la Bibliografía.

La presente investigación pretenden tributar a la multiplicación de las experiencias hipermedia en los medios de prensa de todo el país. La importancia y potencialidades del Periodismo Hipermedia validan además la presencia de investigaciones que den continuidad al estudio que ahora ponemos a su consideración.

Capítulo Teórico

CAPÍTULO TEÓRICO

Periodismo Hipermedia. Rutinas productivas en las redacciones digitales.

El periodismo y los medios de comunicación en la Red: Periodismo Hipermedia

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

Las redacciones digitales son fruto de la convergencia tecnológica, comunicativa y empresarial, permitiendo la difusión de mensajes informativos que vinculan códigos textuales y audiovisuales con los que el usuario puede además interactuar. La inmediatez, la imagen, el sonido y la escritura, elementos separados en los medios tradicionales (radio, televisión y prensa plana respectivamente) se conjugan para patentizar la concepción de redacciones hipermedia acorde a los medios que se insertan en la red.

Los teóricos Canga, s.f; Díaz, 1994; Recio, 2006; Salaverría, 2005 aseveran que Internet propicia a los medios digitales contener en sí características de los medios anteriores. Pero la simple unión de todas estas características no significa que este medio sea similar a ninguno de los anteriores. Por el contrario, podemos afirmar que estamos ante un nuevo medio que supera, en sus prestaciones conjuntas, a cada uno de los clásicos en sus facetas individuales. (Canga et al., 2000)

“Con las redes digitales ya no utilizaremos sólo dos códigos sino tres códigos. La tecnología digital ha puesto sobre el tapete un trabajo nuevo: desarrollar nuevos lenguajes informativos que permitan integrar adecuadamente esos tres códigos que son el texto, la imagen y el sonido y presentarlo en un producto informativo único. Sin duda mucho más perfecto, mucho más rico, mucho más complejo. Y por ahora mucho más difícil de desarrollar porque este mensaje multimedia no se alcanza sumando códigos textuales y audiovisuales que sería bastante fácil, sino que necesita de una integración armónica de esos códigos en un solo mensaje.” (Álvarez, 2003)

El teórico de la comunicación Javier Díaz Noci, en su libro “El nuevo periódico electrónico”, señala como favorable a los nuevos medios, un aumento de la cantidad de información, la

posibilidad de diversificar la actividad empresarial comunicativa, así como los avances referidos a la tecnología. (Díaz, 1994)

Aparecen formas nuevas de hacer periodismo, que han recibido diversas denominaciones, de acuerdo a una funcionalidad y pertinencia relativas a quienes las emplean: periodismo electrónico, periodismo digital, ciberperiodismo, periodismo on-line, periodismo telemático, periodismo multimedia, periodismo hipermedia... Todas apuntan a la práctica de un periodismo novedoso vinculado a las herramientas brindadas por la red de redes. La investigación utilizará el término Periodismo Hipermedia.

Milena Recio, profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana dedicada al estudio de esta temática, señala la existencia de “una forma del ejercicio del periodismo que depende de su inserción en redes digitales y que se expresa fundamentalmente, en toda su amplitud, a través de la aplicación de la web. Recurre a las herramientas funcionales y organizacionales que posibilitan esta aplicación, fundamentalmente el hipertexto, la interactividad, la multimedialidad y la actualización.”(Recio, 2006: 48)

Milena Recio aclara que esta definición “está condicionada por la relación entre dos polos integrados, pero diferenciados: uno, el del (de los) modelo (s) ideal (es) que se plantean en el deber ser; y otro, el de los modelos prácticos, cuya verificación empírica difícilmente pueda aspirar, por el volumen y la singularización de estas prácticas, a algo más que un examen de las tendencias principales que dominan el escenario del hacer.” (Recio, 2006: 48)

Aunque Eduardo Castañeda, director de la revista cultural en línea PuntoG, asegura que la esencia del periodismo no cambia en Internet²(2001), a la definición podríamos agregar que “este nuevo tipo de periodismo rompe con la comunicación lineal y unidireccional e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional...” (Gil, 1999)

El teórico español Ramón Salaverría, bajo el término de ciberperiodismo, recoge “una nueva forma de periodismo con características propias, que la distinguen del periodismo practicado hasta finales del siglo XX por la prensa, la radio y la televisión”. (...) “Se trata de una nueva modalidad

² Al decir de este autor, “lo que hay son diversas transformaciones en curso en la prensa escrita que está en línea, y que tiene una idea más clara de las posibilidades que brinda esta nueva plataforma tecnológica”. (Castañeda, 2001)

profesional del periodismo en general porque modifica los tres procesos básicos en los que se basa esta profesión: la investigación, la producción y la difusión”. (Salaverría, 2005: 8-9)

La singularidad del Periodismo Hipermedia presente hoy en la red radica en las posibilidades que este tiene de aunar en sí mismo elementos del periodismo presentes de manera individual en los medios tradicionales. La denominación de Periodismo Hipermedia responde precisamente a la oportunidad que este posee de presentar informaciones que combinen características de los demás medios.

El hecho de que una información circule en la red no significa ya que esta se convierta en Periodismo Hipermedia. Es preciso aclarar que el “periodismo para y con Internet” (Recio, 2003) no siempre estriba en esta nueva tendencia del periodismo. Muchas veces las web periodísticas son “meras vitrinas del tipo de periodismo que se hace para otros medios, sobre todo los impresos. Esta es la tendencia que se ha llamado de volcado, y que consiste en que se depositen en la web los mismos contenidos que se producen para los medios tradicionales.” (Recio, 2003: 254) Así mismo podemos encontrar un periodismo que emplea Internet sencillamente como fuente de información.

Este es un periodismo “que se ejerce desde y para la producción de contenidos en diversos formatos hipermedia. No hace referencia solo a los periodistas tradicionales que producen textos para publicarlos en la red, sino en mayor grado, se refiere a aquellos que tienen competencias en el manejo de herramientas tecnológicas y las integran a su ejercicio profesional para producir contenidos con formato hipermedial”. (Tejada, 2007) Salaverría define la hipermedialidad como la combinación de la hipertextualidad y la multimedialidad. A lo que se agrega, como se señala anteriormente, la interactividad. (Salaverría, 2005)

La presente investigación reconoce al **Periodismo Hipermedia** como *una forma del ejercicio del periodismo que modifica los tres procesos básicos de la profesión (la investigación, la producción y la difusión) de acuerdo con las características que Internet le imprime como soporte y canal (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y actualización continua). Su práctica implica una serie de cambios respecto a las rutinas del periodismo tradicional y que se ejerce para la producción de contenidos en formatos hipermediales.* (Gil, 1999; Recio, 2006; Salaverría, 2005)

Este concepto de Periodismo Hipermedia, que integra varios postulados, será el que se empleará en la investigación.

Es preciso aclarar que el Periodismo Hipermedia no se limita al que se encuentra en los sitios web de publicaciones periodísticas como los diarios o semanarios de información general. Se practica este tipo de periodismo, además, en televisoras, la radio y las revistas. Otros sitios digitales presentes en la Red no cuentan con el apoyo de ningún medio.

La esencia del Periodismo Hipermedia se encuentra en el aprovechamiento de sus características singulares: la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad. Son estos tres elementos los que lo convierten en la forma de ejercicio periodístico de mayores potencialidades.

Características distintivas del Periodismo Hipermedia

El Periodismo Hipermedia presenta características propias que lo singularizan respecto a los medios tradicionales a la vez que influyen en sus maneras de hacer y sus posibilidades expresivas. Destacan, sin ser las únicas, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad.

Como asegura Rainer Rubira, profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, la interactividad, la hipertextualidad y la multimedialidad otorgan especificidades expresivas y simbólicas y patentizan la esencia de hipermedio de la red de redes, transmitidas al periodismo que mediante ella se practica. (Rubira, 2008)

La hipertextualidad, definida como la capacidad de interconectar diversos textos digitales entre sí (Salaverría, 2005), ha enriquecido la información y ha logrado proporcionar una herramienta capaz de contextualizar el mensaje informativo para una mejor comprensión de la noticia. “(...) si un solo elemento ha venido a enriquecer y transformar la producción de información digital, éste sería el hipertexto”. (Álvarez, 2003) El término hipertexto fue acuñado en 1965 por Theodore Nelson, que en un principio lo definió como escritura no secuencial. (Nelson; citado en Recio, 2006)

Un hipertexto es “un documento digital complejo, formado por un conjunto de elementos no necesariamente homogéneos, dotado de una determinada composición interna y que se puede leer o visualizar de una manera no necesariamente secuencial.” (Codina, 2003: 144; citado en Salaverría, 2005: 26).

“Podemos definir el hipertexto como un modelo de organización textual con el cual se pueden construir (y leer) discursos modulares, ligando unidades de contenidos (textuales, audiovisuales, multimedia). A cada una de esas unidades se les denomina «nodo», y a la herramienta, conceptual o tecnológica, que los une, «vínculo» o «hipervínculo». El conjunto ordenado y coherente de nodos y de vínculos se denomina hiperdocumento.” (Díaz, 2006b: 32)

La hipertextualidad brinda la posibilidad de fragmentar los textos y luego conectar cada una de sus partes, convertidas entonces en nodos o lexias. Se puede vincular un texto con otro texto, imágenes, sonido, e incluso con otra estructura hipertextual.

Las posibilidades hipertextuales posibilitan que los periodistas impriman mayor profundidad y riqueza narrativa a sus informaciones. Más que la longitud de un texto, la hipertextualidad aumenta su profundidad. Para Javier Díaz Noci la técnica hipertextual consiste en la estructuración de los bloques o nodos mediante enlaces o vínculos. (Díaz, 2006b)

La hipertextualidad se basa en la tecnología digital, que permite entrelazar varias unidades de información, cada una de las cuales se denomina nodo. Otras características del hipertexto son la unidad, la fragmentación y la segmentaridad, (Portela, 2009) ya que permite a una información contener ideas, conceptos y datos organizados en textos segmentados. Cada fragmento debe tener unidad y autonomía a la vez que guarda relación con el texto central. Permite la interacción con el lector desde el momento en que le ofrece la libertad de elegir los caminos para recorrer el texto según sus intereses.

Los enlaces, resultados de la hipertextualidad, pueden clasificarse en internos (nos llevan a un punto del mismo hiperdocumento) o externos (llevan a otro hiperdocumento). Pueden ser también textuales o icónicos, según el punto de origen, y pueden llegar a un destino textual, icónico o a una aplicación.

La condición hipertextual de las informaciones exige nuevas destrezas comunicativas y un mayor esfuerzo de lectura. “La desarticulación del texto, su fragmentación y la posibilidad de enlazarlo con cualquier otro texto disponible en la Red, desvanece el paradigma lineal, y con él desaparece también la unidad, la autonomía, la estructura y a veces hasta la coherencia y el sentido propios de los textos escritos y audiovisuales.” (Orihuela, 2002; citado en Obregón, 2009)

La hipertextualidad facilita “plantear relatos, noticias, reportajes de lectura no determinada por el autor. El lector, o usuario, puede escoger itinerarios diversos entre aquellos que el periodista le propone. Informador y lector obtienen más libertad y disponen de más creatividad.” (Díaz, 2006a: 5)

El lector define sus propios caminos de lectura al optar por uno u otro hipervínculo y delimitar así los grados de profundidad que busca en las informaciones. Esta característica del Periodismo Hipermedia tributa a la interactividad, otros de sus rasgos distintivos.

La interactividad, como otra de las características del Periodismo Hipermedia, permite al medio interactuar con sus receptores y hacer a estos últimos partícipes de la información. Milena Recio, en su libro *Periodismo digital. El límite de lo posible* señala que “muchos medios de prensa digitales insisten en seguir confundiendo, a veces con alevosía, el mero recurso de la retroalimentación con el de la interactividad. Y aún en estas formas renovadas de *feedback*- la posibilidad de réplica vía correo electrónico, las encuestas de opinión, los foros de debates en red, etc.- son poco usadas, o incorporadas solo como un «caramelo» para el usuario, pero sin que tengan apenas centralidad o protagonismo dentro del mensaje que ofrece el medio.” (Recio, 2006: 198)

La interactividad se logra realmente cuando el receptor deja de ser un testigo pasivo de la información publicada. “Si no es obligado a seguir itinerarios prefijados, si puede emitir opiniones, si puede agregar o quitar información a los contenidos, en definitiva, si cuenta con los estímulos suficientes para integrar las herramientas informáticas y comunicarse con ellas, volcando sobre la información primaria sus ideas y su creatividad, estará generando interactividad.” (Zalcberg, 2001: 170; citado en Comellas y Sánchez, 2005: 19) Salaverría (2005) y Díaz Noci (2006b) reconocen a la interactividad como la posibilidad de que todos los interlocutores -medios/empresas, periodistas/trabajadores y el público- interaccionen entre sí.

“En su grado más básico esta interacción puede limitarse a la capacidad de manipular los contenidos informativos. Se produce, por ejemplo, cuando el lector puede elegir por sí mismo el itinerario hipertextual, navegando de noticia en noticia a través de los enlaces. Esto ya se considera una experiencia interactiva.” (Salaverría, 2005: 32)

La interactividad que caracteriza al Periodismo Hipermedia posibilita al medio o a los periodistas, como emisores, comunicarse con sus receptores y viceversa. A su vez, los receptores pueden comunicarse entre ellos e incluso participar en la construcción de los mensajes. Puede clasificarse la interactividad de acuerdo a la capacidad de manipulación que adquiere el usuario sobre los contenidos.

Los autores holandeses Bordewijk y Van Kaam (1986; citado en Salaverría, 2005: 33) establecen cuatro dimensiones o grados de la interactividad:

- a) Interactividad de transmisión: Propia de modelos unidireccionales, se trata de la interactividad más básica y permite apenas dos posibilidades: activar y cancelar una emisión.
- b) Interactividad de consulta: Se produce en canales bidireccionales, en los que el usuario, además de aceptar o cancelar una emisión, puede elegir una opción entre un menú de posibilidades. Este modelo se corresponde, por ejemplo, con el teletexto.
- c) Interactividad conversacional: Este grado de interactividad es propio de canales tanto bidireccionales como multidireccionales, en los que el lector puede convertirse no solo en receptor sino también en emisor de mensajes para otros destinatarios.
- d) Interactividad de registro: este último nivel de interactividad se alcanza cuando un medio es capaz de registrar información de los usuarios y adaptar automáticamente, conforme esos datos o preferencias, su formato y contenidos. Este concepto de interactividad de registro también se denomina personalización.

“En la práctica, las publicaciones digitales suelen moverse entre tres niveles de interactividad: el primero, se caracteriza por la posibilidad de entrar en contacto con el periodista o webmaster del sitio por medio del correo electrónico para hacer reclamaciones, ofrecer sugerencias o solicitar información. En un segundo nivel, el lector es llamado a opinar a partir de las opciones dadas. El tercero, comprende las prácticas en las cuales el usuario contribuye a la elaboración de la noticia.” (Rodríguez, 2009)

El grado alcanzado por la interactividad en las redacciones hipermedia supone un cambio en el modelo emisor-receptor. “La democratización de las herramientas de comunicación y la participación activa de los ciudadanos han generado un nuevo universo en la comunicación, ahora

cualquiera puede con una cámara de vídeo o fotos recolectar información y presentarla al resto en su blog, en su medio o en otros medios, de manera inmediata y sin filtros. El acceso de los ciudadanos a las herramientas de publicación de contenidos, y sobre todo a un canal de distribución de noticias y conocimiento como es Internet, ha puesto en sus manos un poder del que antes carecían y que, en algunos casos, es aprovechado por ciudadanos individuales o por comunidades para informar.”(Espiritusanto, 2006: 42)

El foro de discusión, el chat, el correo electrónico (del órgano de prensa y/o de cada uno de los periodistas o demás gestores de la información), la sección quiénes somos, el registro de usuarios, el libro de visitas, los sondeos y encuestas, son algunas de las posibilidades abiertas a la interactividad emisores-usuarios. Además se pueden citar la posibilidad de publicar comentarios sobre los artículos y el sitio, las votaciones para que el usuario valore o califique el contenido, la posibilidad de enviar la página a un amigo, la transformación no prevista de los contenidos por parte de los usuarios y la posibilidad de intercambio con otros usuarios y emisores a partir de formas colaborativas de trabajo que transformen y aporten nuevos valores a la información.

Dentro de la variante de interacción con los contenidos, se encuentran, por ejemplo, los enlaces a otros sitios, la información personalizada (boletines electrónicos, servicio RSS, listas de correo), los sistemas de búsqueda, la posibilidad de descargar o imprimir el material periodístico, agregar a favoritos, hacer la página de inicio del navegador, el acceso a los archivos (del sitio en general, por secciones y/o temáticas), así como los recursos multimedia (imágenes y gráficos interactivos, postales virtuales, audio, vídeo).

La interactividad está vinculada estrechamente con la hipertextualidad antes mencionada. Para completar las tres características del Periodismo Hipermedia, integradas de manera armoniosa en los hipermedios, es necesario abordar las particularidades de la multimedialidad

La multimedialidad convierte al lenguaje informativo en plural e integrado: “en el mismo mensaje se pueden encontrar, mejor integrados que meramente yuxtapuestos, texto, imagen –fija o en movimiento-, sonidos, simulaciones, y también podemos navegar a través de todo eso y de bases de datos enormes y relacionadas mediante motores de búsqueda.” (Díaz, 2006a: 5)

Pero las capacidades que la multimedialidad ofrece al periodismo aún no se explotan en su totalidad. Como asegura Salaverría “el uso de la multimedialidad en los cibermedios puede

considerarse como muy modesto. La mayoría de los cibermedios que se presentan a sí mismos como multimedia en realidad solo ofrecen textos, imágenes y sonidos que se pueden consumir de manera aislada o consecutiva.” (Salaverría, 2005: 60)

La multimedialidad sería la capacidad de procesar mensajes que integren diversos códigos lingüísticos en un conjunto que tenga unidad comunicativa, y no una mera serie de elementos yuxtapuestos y donde la esencia estriba en el contenido y no en el soporte.

Se debe aclarar que “la equiparación lingüística entre lo textual, lo icónico y lo sonoro es solo aparente. En el lenguaje multimedia la palabra mantiene su primacía y sigue siendo la columna vertebral de toda composición.” (Bolter 1991: 27; citado en Salaverría, 2005: 58)

La multimedialidad, en su concepción teórica, requiere de los recursos tecnológicos que dependen de la digitalización: computadoras, redes, Internet, ancho de banda, factores que influyen sobre el producto multimedia. De acuerdo a estas posibilidades tecnológicas, en la mayoría de los hipermedios predomina el texto y la imagen fija, por encima de videos y archivos sonoros que demoran la descarga y encarecen las producciones; en fin, de un producto multimedia completo.

Ramón Salaverría distingue dos tipos de multimedialidad: multimedialidad por yuxtaposición y multimedialidad por integración. (Salaverría, 2005) En la multimedialidad por yuxtaposición se presentan los elementos multimedia de manera disgregada. Los enlaces pueden aparecer reunidos en una misma página web, pero el consumo de cada uno de ellos- es decir, su lectura, visionado o audición- solo se puede realizar de manera independiente y, si acaso, consecutiva. La multimedialidad por integración se define como aquella que además de reunir contenidos en dos o más soportes, posee unidad comunicativa. No se limita a yuxtaponer contenidos textuales, icónicos y/o sonoros, sino que los articula en un discurso único y coherente.

“La convergencia multimedia ha abierto nuevas posibilidades a los lenguajes periodísticos. Hasta la llegada de Internet, no existía ninguna plataforma que permitiera difundir mensajes informativos en los que se combinaran códigos textuales y audiovisuales, y con los que, además, el usuario pudiera interactuar. La revolución digital ha abierto en este sentido nuevos horizontes a la expresión periodística: ha planteado el reto de crear una nueva retórica periodística multimedia.” (Salaverría; citado en Cruz, 2008: 24-25)

Las características antes mencionadas destacan como las más significativas del Periodismo Hipermedia. A estas podemos agregar además la accesibilidad y la universalidad, la dimensión temporal y la personalización.

La accesibilidad resulta imprescindible en la redacciones hipermedias. El carácter universal del Periodismo Hipermedia, junto a la accesibilidad, posibilita que los contenidos generados en una web periodística de un lugar determinado puedan ser consultados por cualquier lector en cualquier parte del mundo, por supuesto, con el requisito de contar con una computadora conectada a la red. Además favorecen el acceso a la web las opciones de consultas a números anteriores, las consultas a las bases de datos, los artículos por tema y autor, y todo ello de manera gratuita, propiciando un acceso masivo.

El Periodismo Hipermedia supone una dimensión temporal novedosa. Las herramientas de la red de redes posibilitan acortar los ciclos de producción. No solo se obtienen más rápido las informaciones, sino que se puede renovar la información sin esperar por una salida al aire o el momento de impresión del periódico.

La información presente en las web que se dedican al periodismo puede actualizarse conforme se generan las noticias. Como señala Eduardo Castañeda, “la corriente que se impone en los sitios web más desarrollados de la prensa escrita en línea, los lleva a dedicar al menos una parte de su contenido a la información «de último minuto»”. (Castañeda, 2001) Tal es así, que incluso aquellos medios que no poseen servicio de información al minuto, hacen al menos actualizaciones de contenido en el transcurso de la jornada, de acuerdo a los recursos del medio y su política editorial.

Esteban Ramírez, director de la Agencia de Información Nacional en Cuba (AIN), reconoce que no se puede soslayar que “algunas de las noticias, en virtud de la inmediatez con que ahora se transmiten los acontecimientos, cuando salen impresas son ya noticias viejas, de ahí la necesidad de una actualización constante en las ediciones digitales, lo que es posible sin un gasto excesivo.” (Ramírez, 2001: 100)

El Periodismo Hipermedia se considera además personalizado. Coincidiendo con Zeus Naya, los medios digitales “pueden incorporar informaciones para todos los gustos y proporcionar a cada uno de los usuarios lo que le interesa en la cantidad de formatos solicitados. Tras la selección, el

periódico tendrá conocimiento de las necesidades de cada uno de sus lectores y podrá, de forma automática, hacer llegar las informaciones más importantes”. (Naya, 2003)

De acuerdo a sus características particulares, la práctica del Periodismo Hipermedia deriva en nuevas formas de organizar la producción periodística.

Las rutinas productivas y el Periodismo Hipermedia

La creación periodística es un proceso complejo donde la inmediatez impone estrategias de trabajo. La necesidad de organizar el proceso productivo para lograr eficiencia establece la existencia de diferentes fases que caracterizan la creación periodística. Estas etapas no son mecánicas; en su procesamiento intervienen las diferentes situaciones comunicativas. La labor diaria y la organización del trabajo dependen de las particularidades e intereses de cada medio de comunicación. El entorno hipermedia de algunas redacciones deriva en que estas cuenten con rutinas productivas propias.

“El trabajo informativo está empotrado de manera reflexiva en el contexto de su producción y presentación. Se basa en la estructura política y, a la vez, la reproduce, del mismo modo que se basa y reproduce la organización del trabajo informativo.” (Tuchman, 1983: 205; citado en Rodrigo, 1993: 125)

Se afirma que: “sin una cierta rutina de la que echar mano para hacer frente a los acontecimientos imprevistos, las organizaciones periodísticas quebrarían (...) en primer término, la noticia es un método institucional para hacer que la información esté disponible ante los consumidores. En segundo término, la noticia es localizada, recogida, y diseminada por profesionales que trabajan en organizaciones. De tal manera, la noticia es, inevitablemente, un producto de los informadores que actúan dentro de procesos institucionales y en conformidad con prácticas institucionales.” (Tuchman, 1973; citado en Naya, 2003)

En su tesis de diploma para optar por el título de licenciatura en Periodismo, Jorge Legañoa afirma que en el proceso productivo actúan determinadas rutinas productivas, que junto a las ideologías profesionales, se traducen en “actividades y operaciones dinámicas por donde transcurre el emisor en la determinación de los acontecimientos noticiables, búsqueda, recogida, selección, exclusión y

jerarquización del material informativo, así como en la presentación del producto final.” (Legaño, 2007: 20)

Y aunque Tunstall adopta la postura de la no-rutina³ (1980: 91; citado en Rodrigo, 1993: 127), coincidimos con Tuchman cuando observa que: “El procesamiento de la noticia se hace rutina de acuerdo con la manera como se piensa que se desarrollan los sucesos en las instituciones legitimadas; predecir el curso que seguirán los relatos de secuencia en instituciones legitimadas permite a los jefes de sección planificar qué reporteros quedarán disponibles, cada día, para cubrir las noticias súbitas.” (Tuchman, 1983: 226; citado en Rodrigo, 1993: 127)

Las rutinas periodísticas no se reducen a elementos rutinarios del ejercicio cotidiano de la profesión referidos a la poca movilidad y gestión del periodista, sino como normas y estilos consensuados y predeterminados, que se consolidan con la práctica constante del oficio y favorecen la planificación integral del proceso de producción. (De la Cruz, 2009)

Para Roger Ricardo Luis, profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana, se entiende por rutina “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)”. (Ricardo, 2000) Stella Martini, profesora e investigadora de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, aclara que estas prácticas rutinarias incluyen la flexibilidad necesaria “para ocuparse de sucesos extraordinarios, imprevisibles o extemporáneos.” (Martini, 2000)

La investigación entenderá por **rutinas productivas** a *las normas y estilos de trabajo predeterminados que se consolidan en la práctica y favorecen el proceso de producción. Incluyen el conjunto de actividades y operaciones dinámicas del emisor en aras de la determinación de los acontecimientos noticiables, búsqueda, recogida, selección, exclusión, jerarquización y presentación del material informativo, y que adquiere características singulares en dependencia*

³ Tunstall refiere que en los mass media se da una producción industrial en la que se busca introducir la rutina dentro de la organización periodística, pero “la naturaleza del trabajo periodístico implica también presiones en la dirección opuesta, es decir, de la no-rutina.”

del medio que las respalde. (De la Cruz, 2009; Legañoa, 2007). Este concepto es el que se empleará en la presente investigación.

El teórico de la comunicación Mauro Wolf reconoce como elemento fundamental de las rutinas productivas a la sustancial escasez de tiempo y medios. Lo componen diversas fases, que varían según la específica organización del trabajo de cada medio de comunicación. El autor reconoce como fases principales de la producción informativa la recogida del material informativo, la selección de la información, y la presentación. (Wolf, 2005)

Los medios de prensa que desarrollaron el Periodismo Hipermedia son partícipes de este modelo de organización del trabajo. Para Quim Gil, periodista español de Periodismo Digital en la Universitat Oberta de Catalunya “los periodistas en red estarán creando y consolidando unas nuevas rutinas propias de un proceso de comunicación multimedia, multilineal e interactivo.” (Gil, 1999) Pero a pesar de que sus rutinas productivas varían en las especificidades derivadas del carácter multimedial, interactivo e hipertextual de estos medios, las fases del proceso productivo en las redacciones hipermedia son fácilmente identificables según los modelos tradicionalmente planteados.

La presente investigación trabajará, para la conceptualización de su categoría, con el siguiente concepto. Se reconocen como **rutinas productivas del Periodismo Hipermedia** *a las normas y estilos de trabajo predeterminados que se consolidan en la práctica y favorecen el proceso de producción. Incluyen la determinación de los acontecimientos noticiables, búsqueda, recogida, selección, exclusión, jerarquización y presentación del material informativo, y responden al modelo interactivo, multimedial e hipertextual que presenta el Periodismo Hipermedia.* (De la Cruz, 2009; Gil, 1999 Legañoa, 2007; Recio, 2006; Salaverría, 2005)

Las rutinas productivas del Periodismo Hipermedia responden a las características antes mencionadas y suponen elementos novedosos en la recogida, selección y presentación de la información, adecuadas al medio que las desarrolle.

Fases del proceso productivo

El estudio de las formas establecidas para analizar los procesos de recolección, selección y presentación de la noticia resulta vital para entender la manera en que funciona en la

contemporaneidad este complejo proceso. Las fases del ciclo productivo son aquellas en que este se divide, desde la determinación de un tema hasta la concreción del producto final. Segmentar las fases de producción brinda la posibilidad de comprender mejor el sistema socialmente constituido y profundizar en cada una de ellas.

Aunque el teórico Rodrigo Alsina afirma que básicamente “toda la producción informativa se reduce a dos procesos: el de selección y el de jerarquización” (Rodrigo, 1993: 130), la mayoría de los teóricos (Gil, 1999; Wolf, 2005) reconocen al menos la existencia de tres etapas. Estas pueden resumirse en:

- 1- Recogida del material informativo
- 2- Selección de la información
- 3- Presentación

La presente investigación reconoce además la existencia de procesos de exclusión y jerarquización, presentes en todo el ciclo productivo, y la existencia de un proceso inicial donde se determinan que temas se integrarán al ciclo productivo de cada medio de prensa.

La determinación del tema a desarrollar por el medio y sus periodistas incluye la elección de los puntos informativos que la organización propone convertir en noticia o información de fondo. Es la fase en donde “se deciden y planifican los ítems que pasarán por el ciclo productivo” (Legaño, 2009: 24)

Las propuestas de los diferentes actores del proceso productivo pueden ser el principal punto de partida en la determinación del tema a desarrollar, sin olvidar que intervienen además todos los elementos estructurales-organizativos y externos del medio, desde su política editorial hasta su sustento económico.

A estos factores se refiere Roger Ricardo Luis en su artículo *Detrás de la fachada*. Reconociendo dos áreas de influencia en la producción de noticia, se refiere a una macro, en el que intervienen lo que él nombra como “condicionamientos externos que se desprenden del conglomerados de acciones provenientes desde las visiones políticas, ideológicas, históricas y económicas del sistema.” (Ricardo, 2000) El autor se refiere en este caso a una regulación externa que se concreta en la línea o política editorial del medio y las normativas funcionales al interior de las redacciones

(organización del trabajo, selección y definición de coberturas, criterios a seguir para construir el producto comunicativo, etc.).

Estos elementos estructurales-organizativos y externos no solo intervienen en la etapa inicial del ciclo productivo, sino que rigen su desarrollo de acuerdo a una organización institucional y administrativa que permita completar el proceso. Los factores estructurales-organizativos incluyen las condiciones materiales con que cuenta el medio, la función asignada a cada persona y los demás factores que condicionen el proceso productivo del medio. Incluye además los horarios de trabajo establecidos y los espacios de socialización.

La presente investigación coincide con el criterio de Roger Ricardo Luis, profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana y estudioso de la temática de las rutinas productivas cuando afirma que estas no son resultado exclusivo del orden que dimana de una visión tecnologicista de la producción periodística. (Ricardo, 2000)

Ricardo Luis se refiere además a un área de influencia micro desde la perspectiva de la Teoría de la Sociología de la Producción de Mensajes. Según el teórico en esta área “están presentes los relativos al cuerpo doctrinal del periodista.” (Ricardo, 2000)

Dentro del nivel micro se incluye la cultura profesional, entendida como el conjunto de saberes explícitos e implícitos que conforman el ejercicio de la profesión (códigos, símbolos, rutinas, estereotipos, representaciones, sistema de conocimientos, entre otros aspectos relativos al periodista y los medios) y las ideologías profesionales de los periodistas, definidas como la serie de paradigmas y prácticas profesionales adoptadas como naturales por ellos y que puede variar en función de la historia, la tradición y el contexto socio-político. Tanto la cultura como las ideologías profesionales de los periodistas influyen en los procesos productivos internos de cada medio de difusión.

Además, la investigación reconoce la influencia que ejerce en el proceso productivo lo que el teórico Mauro Wolf denomina competencia, o sea, las relaciones entre los medios presentes en el mercado informativo. (Wolf, 2005: 122)

Mauro Wolf se refiere a la competencia como rivalidad entre los medios. En su obra La investigación en la comunicación de masas se cita a Gans para afirmar que los medios “siguen

tratando de hacer scoop⁴ en perjuicio de la competencia, pero dado que los media tienen corresponsales virtualmente en los mismos lugares, la posibilidad de llegar el primero con una noticia (...) ha disminuido. En cambio los media compiten por obtener exclusivas, por inventar nuevos espacios y por hacer pequeños scoops sobre los detalles.» (Gans, 1979: 177; citado en Wolf, 1987: 131)

En el Periodismo Hipermedia la determinación de los temas debe tener más en cuenta las características de los lectores y del medio, signadas por la interactividad y la mundialización de los contenidos a través de la prensa en la red.

Recogida del material informativo. El dietario y las fuentes de información.

La recogida del material informativo se refiere a las vías que sigue el periodista para obtener la información, cómo y a qué fuentes recurre. Las posibilidades tecnológicas de hoy (correo electrónico, bases de datos en Internet) permiten, en muchos casos, que desde la sala de redacción se produzca y complete esta fase.

“Esta forma de organizar la recogida de los materiales noticiables está intrínsecamente vinculada a la necesidad de rutinizar el trabajo; produce una sustancial limitación y reducción (atenuadas sin embargo por la estabilidad y productividad) de los posibles canales de recogida.” (Wolf, 2005: 133) Esta limitación a la que hace referencia Mauro Wolf se acentúa en las redacciones hipermedia, donde cada vez más los periodistas se acomodan a completar el ciclo productivo sin salir de la redacción, empleando vías de recogida que aseguren inmediatez y productividad.

“La relación entre los periodistas y las fuentes está necesariamente insertada en la etapa de búsqueda y recogida de material informativo. Cómo no hacerlo cuando la organización exige un acopio superior de informaciones, lo cual se garantiza y se legitima a través de una serie de fuentes estables.” (Legaño, 2009: 27)

Las fuentes de información en el ámbito periodístico incluyen “tanto al individuo que facilita alguna pista para ponerse detrás de la noticia, como a las diferentes instituciones que por medio de sus gabinetes de prensa dan información a los distintos medios de comunicación...” (Gans,

⁴ Término del idioma inglés que se utiliza en la prensa con el significado de noticia exclusiva o primicia.

1997: 80; citado en Reyes, 2006: 7) Para acercar el concepto a los modos de hacer del Periodismo Hipermedia, que utiliza infinidad de fuentes de información, podemos decir que es todo objeto o sujeto que porte, produzca y facilite información.

Un concepto más cercano al periodismo, ofrecido por Pepe Rodríguez se adecua a la presente investigación y será el que se empleará. Se entiende como fuente de información “a toda persona que de un modo voluntario y activo facilite algún tipo de información (...) así como a todo depósito de información de cualquier tipo que sea accesible y consultable por el periodista. (prensa, libros, archivos diversos, etc.)” (Rodríguez, s.f: 35)

Livia Reyes, profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana, refiriéndose al desarrollo de las ciencias de la información, habla de un cambio en los conceptos de fuentes que tradicionalmente se suponían que portaban información. “Por tanto, además de los acervos bibliográficos clásicos –libros, revistas, medios de prensa, personas- se les suman colecciones de imágenes, de sonidos, hipermedias, materiales bióticos, organizaciones, redes de comunicación, y todos ellos, sean objetos o sujetos, son portadores, generadores o transmisores de información.” (Reyes, 2006: 8)

Las agencias de información las reconoce Mauro Wolf (2005) como una fuente de información independiente porque proporcionan unidades-noticia y no mera información. En la actualidad se asumen como otra de las fuentes de información empleadas en el periodismo. El carácter insustituible que le atribuye Wolf⁵ a las agencias ha desaparecido de acuerdo a las ventajas que brinda el Periodismo Hipermedia.

Ramón Salaverría expresa que “el empleo por parte de los periodistas de las redes interactivas y de sus fondos documentales digitalizados ha supuesto una revolución en los métodos de investigación y acceso a las fuentes. En segundo lugar, los procesos y formas de producción de los contenidos periodísticos también han experimentado profundos cambios gracias a las herramientas digitales.”(Salaverría, 2005: 9)

⁵ Para Mauro Wolf (2005: 140) las agencias son fuentes literalmente insustituibles, de las que no es posible prescindir por razones económicas. Citando a Golding-Elliot (1970) se refiere a que los aparatos de información más débiles los servicios de las agencias son la única fuente posible de noticias del extranjero.

Varios autores han hecho diversas clasificaciones de las fuentes de información (Reyes, 2006; Wolf, 2005). La investigación incluye y utilizará la clasificación hecha por Pepe Rodríguez, dada su minuciosidad y su adecuación al presente estudio.

El autor reconoce la existencia de fuentes personales y fuentes documentales. Es importante aclarar que se considera como fuentes documentales “a todo tipo de fondo documental (archivos públicos o privados, hemerotecas, bibliotecas, registros de todo tipo, etc.) y a todo tipo de soporte (libro, prensa, película, video, fotografía, grabación magnetofónica, documento, cartel, etc.) consultable con más o menos facilidad por el periodista.” (Rodríguez, s.f: 27)

En su libro *Periodismo de Investigación: técnicas y estrategias* Pepe Rodríguez se refiere además a fuentes asiduas u ocasionales, de acuerdo a la frecuencia temporal con que sean consultadas por los periodistas. También se refiere a fuentes puntuales o generales, en relación al contenido informativo que estas fuentes brindan. “La fuente puntual será la que, siendo asidua o no, solamente es utilizable por el periodista para un estrecho y definido marco informativo. Una fuente general, por el contrario, será aquella que puede ser utilizable con muy diversos fines informativos.” (Rodríguez, s.f: 36)

Aunque la investigación trabajará con el concepto y clasificación de fuentes de información de Pepe Rodríguez, es acertado incluir además la clasificación que sobre fuentes documentales hace Livia Reyes, profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana. Aunque no se trabajará en la investigación con esta clasificación sí esclarece el empleo de algunos términos en el capítulo de análisis de los resultados.

La profesora Reyes (2006:10) las divide en:

-Fuentes de información impresas: Son las fuentes de información que han pasado por un proceso editorial y de impresión. Ejemplos son los libros, revistas, los carteles, etc.

-Fuentes de información audiovisuales: Son las fuentes de información cuyos mensajes son imágenes fijas y en movimiento, y sonidos. Ejemplos son las fotografías, un reportaje televisivo y una grabación sonora.

-Fuentes de información digital: Son las fuentes de información que aparecen en formato digital y sólo pueden ser manipuladas a través de una computadora. Ejemplos son las bases de datos, un sitio web, un libro electrónico, una biblioteca virtual, entre otros.

Los periodistas que laboran para medios hipermedia deben recordar entonces que “a la hora de localizar las fuentes no sólo busca las que puede encontrar en la Red, sino que recuerda que hay fuentes fuera de ella. La recopilación activa de información no digital y su posterior digitalización e introducción a la Red puede acabar siendo una de las características de los buenos periodistas digitales frente a cartógrafos de la información e infonomistas, que tienen un carácter más observador y pasivo”. (Gil, 1999)

En las teorías que abordan el proceso de recogida de la información se habla de la agenda periodística, o dietario, como lo nombra Mauro Wolf. Esta especie de diario, agenda, day-book, “está constituido básicamente por la agenda que enumera, día a día, los acontecimientos que sucederán y cuya noticiabilidad en gran parte se da por descontada. Se trata evidentemente de acontecimientos previstos con tiempo, fijados en agenda con antelación: en su mayoría por tanto son hechos pertenecientes a la esfera político-institucional-administrativa o judicial, y que permiten a los aparatos de información organizar con cierta antelación su propio trabajo”. (Wolf, 2005: 143)

La existencia del dietario responde a la existencia de un conocimiento previo a la ocurrencia de una noticia y la posibilidad de planificar su cobertura. Se convierte en un elemento clave además porque posibilita programar con facilidad la utilización de los medios materiales con que cuenta la redacción. Como guión implícito de las noticias (Wolf, 2005) registra los acontecimientos programados automáticamente.

Refiriéndose a los cambios que las nuevas tecnologías introducen en la redacciones, Wolf plantea: “estamos asistiendo al fenómeno por el que las redacciones periodísticas tecnológicamente son cada vez más capaces de dar informaciones en tiempos reales, pero sobre un número de argumentos, temas, individuos cada vez más delimitados precedentemente. Mayor articulación del aparato, especialización tecnológica, complejidad burocrática y «fragilidad» del propio aparato hacia el discurrir de la realidad, son fenómenos y tendencias que se complementan.” (Wolf, 2005: 144)

“A pesar de los riesgos, la corriente que se impone en los sitios web más desarrollados de la prensa escrita en línea, los lleva a dedicar al menos una parte de su contenido a la información "de último minuto". (Castañeda, 2001) Sin embargo, aunque este tipo de informaciones se priorizan en las redacciones hipermedias, no las excluye del dietario, que se erige todavía como partícipe del proceso productivo.

La selección de la información

La definición o encargo por parte de los directores de las redacciones hipermedia, así como la libre elección del periodista de desarrollar un tema ya forman parte del proceso de selección. Entre la infinidad de acontecimientos generados en la web o en el exterior de la redacción devendrá una serie limitada de informaciones que se publicarán luego en el hipermedio.

“La selección y la adaptación del material que llega a la redacción constituye el proceso de convertir los acontecimientos observados en noticia.”(Golding – Elliot; citado en Wolf, 2005: 145). En el medio digital se consideran seleccionadores todos aquellos que estén en contacto con la información. En este caso los seleccionadores valoran el formato, los elementos multimedia, la posibilidad de incluir elementos hipertextuales e interactivos.

En el proceso de selección intervienen además factores referidos a las particularidades del medio, la política editorial e informativa seguida por este, e incluso, las posibilidades tecnológicas de trabajar con la información.

Rodrigo Alsina (1889; citado en Rodríguez, 2009), asume los tres grados de selección que establece el investigador Rossitti. La selección de primer grado es el derecho de acceso o de entrada de un acontecimiento al circuito informativo. En la de segundo grado o jerarquización, los seleccionadores atribuyen una mayor o menor importancia a los acontecimientos. La de tercer grado o tematización la define como la selección ulterior del universo informativo dos veces seleccionada de los grandes temas en los cuales concentrar la atención pública y movilizar decisiones.

En el Periodismo Hipermedia, que tiene como particularidad las hipertextualidad de las informaciones, los criterios de selección de las fuentes de información a la hora de hacer los

enlaces forman parte del proceso de selección de la información. La procedencia del material informativo muchas veces define su inclusión o no en la versión definitiva de una página web.

La clasificación sintética que hace Heriberto Cardoso Milanés (Profesor Titular e investigador de la cátedra de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Oriente) sobre los que él llama “criterios de calidad de las fuentes de información” (Cardoso, 2008: 49) resume adecuadamente los aspectos a tener en cuenta a la hora de seleccionar las fuentes que serán consultadas y/o citadas. Esta clasificación será la que regirá la presente investigación. Cardoso se refiere a:

Credibilidad. (Imagen o función pública de la persona o institución que se consulta y la calidad de los datos que ofrece.)

Idoneidad. (Condición de la fuente de ofrecer el dato más fidedigno.)

Capacidad de aporte factual. (Posibilidad de una fuente de aportar datos novedosos, de interés, con referencias contextuales.)

Neutralidad. (Acercamiento lo más objetivo posible al hecho.)

Interés humano. (Capacidad de la fuente de enriquecer el tema con materiales, relatos o detalles que atraigan al receptor.)

Aporte testimonial. (Carácter protagónico de la fuente personal o fuerza testimonial o probatoria de la fuente documental.)

A la hora de seleccionar las informaciones, adquieren gran importancia la serie de requisitos que las hagan ser considerada noticia. A esos requisitos se le ha denominado (Alsina, 1993; Martini, 2000; Wolf, 2005) valores/noticia.

Los valores periodísticos o valores/noticia son la concreción de los presupuestos objetivos y subjetivos tenidos en cuenta para la selección de un acontecimiento. Para Mauro Wolf los valores noticias representan la respuesta a la siguiente pregunta: ¿Qué acontecimientos son considerados suficientemente interesantes, significativos, relevantes, para ser transformados en noticia? (Wolf, 2005)

El mismo teórico aclara que “son criterios de importancia difundidos a lo largo de todo el proceso de producción: es decir, éstos no están sólo presentes en la selección de las noticias, sino que impregnan también las fases sucesivas del proceso, aunque con distinto grado de importancia”. (Wolf, 2005: 120)

Según Golding- Eliott “los valores/noticia son utilizados de dos maneras. Son criterios para seleccionar entre el material disponible en la redacción los elementos dignos de ser incluidos en el producto final. En segundo lugar, funcionan como líneas-guía para la presentación del material, sugiriendo qué es lo que hay que enfatizar, lo que hay que omitir, dónde dar prioridad en la preparación de las noticias que se presentan al público. Los valores/noticia son por tanto reglas prácticas que incluyen un *corpus* de conocimientos profesionales que implícitamente, y a menudo explícitamente, explican y dirigen los procesos de trabajo en la redacción.” (Golding- Eliott 1979: 114; citado en Wolf, 2005: 120)

Son varios los teóricos dedicados a clasificar los valores/noticia. La pluralidad de juicios acerca del tema, pueden resumirse en los criterios de Mauro Wolf (2005). Para el teórico las características más importantes que deben ser consideradas se separan en:

Criterios sustantivos (referidos al contenido):

- Grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento noticiable.
- Cantidad de personas implicadas en el hecho.
- Impacto sobre la nación y sobre el interés social.
- Importancia y significatividad del acontecimiento respecto a la evolución futura de una determinada situación.

Criterios relativos al producto informativo:

- Disponibilidad (la medida en que el acontecimiento es accesible al periodista)
- Brevedad
- Novedad.

Criterios relativos al medio

- Ajustar la noticia a las especificidades del medio
- Frecuencia (Tiempo que requiere el acontecimiento para adquirir sentido)
- Formato (Límites espacio - temporales que caracterizan el producto informativo)

Además se refiere Mauro Wolf a criterios relativos al público y a la competencia.

La investigación trabajará con la clasificación de valores/noticia que hacen Iraida Calzadilla, profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana y Stella Martini. Para Iraida Calzadilla son tres los requisitos indispensables: veracidad, actualidad e interés colectivo (Calzadilla; citado en Rodríguez, 2009). Stella Martini (2000) destaca entre los valores/noticia más importantes: novedad, originalidad, imprevisibilidad e ineditismo, evolución futura de los acontecimientos, importancia y gravedad, proximidad geográfica del hecho a la sociedad, magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados, jerarquía de personajes implicados e inclusión de desplazamientos.

Estos valores/noticia tradicionales han recibido la influencia de Internet. El Periodismo Hipermedia concede importancia significativa a la actualidad, alejándose a su vez de los que se refieren a la proximidad geográfica en correspondencia con la universalidad que caracteriza a esta nueva forma de hacer periodismo.

Las ediciones digitales publican al mismo tiempo informaciones difundidas en tiempo real (actualidad sincrónica), sucesos que se actualizan diariamente (actualidad reciente), otros que se prolongan en el tiempo (actualidad prolongada) y temas que son de actualidad permanente. (Armentía et al, 2000: 195)

Alejandro Rafael Rost, doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación , docente e investigador de la Universidad Nacional Comahue, de Argentina, afirma que la construcción de esta actualidad múltiple ocurre en el nuevo medio de manera simultánea y tiene relación con las seis características principales que lo definen y lo diferencian de los tradicionales: la interactividad, el hipertexto, la documentación, la actualización constante, los recursos multimedia y la personalización. También destaca la ventaja que implican los archivos del periódico digital, donde se almacenan los hechos de no actualidad y el lector puede consultarlos cuando desee. (Rost, 2004; citado en Portela, 2009: 12)

“Sin embargo, la actualidad que en definitiva construirán los medios de comunicación sobre estos hechos dependerá de la periodicidad con que informan (24 horas, dos veces al día, diaria, semanal, mensual, etc.), de sus posibilidades técnicas, de sus recursos humanos, y de la propia evaluación que hagan de los hechos. Por eso, las diferencias entre una actualidad y otra se expresan en definitiva, más que por la imposición de los hechos, por el ritmo de difusión que les puede y quiere otorgar el medio y por el tratamiento que les dan”. (Rost, 2004; citado en Portela, 2009: 12)

Es necesario destacar la vinculación directa de la actualidad periodística con lo que Quim Gil denomina vigencia. Para ese autor la vigencia es tan importante como la actualidad. (Armentía et al, 2000) La vigencia es una característica que deriva de las propias particularidades de la Red para la difusión de las noticias. En la prensa escrita, radial o televisiva las informaciones de un día sustituyen a las publicadas la jornada anterior (porque su interés periodístico ha quedado cubierto o porque se incorporan giros informativos nuevos a una información que por su interés perdura en el tiempo). En la Red, sin embargo, “el flujo informativo no es totalmente sustitutivo, sino que es acumulativo. Publicar una información no implica necesariamente la eliminación de la información desfasada” (Gil, en Armentía et al, 2000: 195)

Por lo general, las empresas mediáticas no solo actúan hacia su interior, rigen el quehacer de acuerdo con lo que reflejan otras instituciones (mediáticas o no). “Los periodistas consideran que su labor es acertada si coinciden en su selección de los hechos con la selección realizada por otros medios: si varios medios marcan un hecho como noticia, hay acierto, el hecho tiene la jerarquía noticiosa adjudicada. Tienden también a pensar que han acertado si los hechos que se transformaron en noticia repercuten en otros hechos, tienen continuidad en una serie noticiosa o en otras noticias (...) Y cuanto coincidan más los medios en la selección de la misma información, mayor será su efecto sobre la opinión pública.” (Melgar et al., 2007; citado en González y González, 2008: 35)

Durante la selección “también se asumen los formatos de presentación, el ordenamiento de los productos comunicativos (hechos originales transformados) en cualquiera de los soportes mediáticos.” (Ricardo, 2000) Factores decisivos a la hora de seleccionar la información en los medios impresos, radiales o televisivos han perdido peso en las redacciones hipermedias, donde no hay límites espaciales para la información y donde influye más la posibilidad de los

acontecimientos escogidos de desarrollarse de acuerdo a la multimedialidad e hipertextualidad del Periodismo Hipermedia.

La presentación de la información

“La fase de confección y presentación de los acontecimientos en los límites de formato y duración de los informativos consiste precisamente en anular los efectos de los límites provocados por la organización productiva, para devolver a la información su aspecto de espejo de lo que sucede en la realidad exterior independientemente del aparato informativo.” (Wolf, 2005: 147)

El Periodismo Hipermedia emplea, para la presentación de la información, un canal multimedia, por lo que los periodistas que laboran en medios digitales deben concebir, durante el proceso de presentación de la información, la presencia de elementos como el diseño de la interfaz, la integración de textos, imágenes y sonidos.

Además, como plantea Quim Gil la instantaneidad del medio digital altera las rutinas de presentación de la información que no responden a un número determinado de páginas, de minutos o a una parrilla de programación preestablecida. (Gil, 1999)

El procesamiento del material informativo constituye una etapa decisiva en la construcción de la noticia, pues es en ella donde los acontecimientos seleccionados adquieren su forma final. Durante el desarrollo de esta fase del ciclo productivo en el Periodismo Hipermedia hay que tener en cuenta las características hipertextuales y multimediales de la información que se procesará.

Al decir de Hilda García, periodista mexicana de prensa y televisión, se han modificado las maneras de operar de los reporteros en línea. “El centro de captura, por ejemplo, ha desaparecido. Los reporteros cargan una pequeña computadora de escritorio conectable a una línea telefónica fija o de celular, y desde el lugar de los hechos envían la información a su editor, quien prácticamente con cut and paste (corte y pegue), ya tiene montada la nota en el sistema.” (García, 2003: 173)

Para incorporar al texto las cualidades hipertextuales Ramón Salaverría plantea como método eficiente tratar de identificar las características narrativas o expositivas de la información que se va a transmitir y pensar entonces si el contenido encaja en una estructura hipertextual axial (lineal), en una reticular (no lineal), o en una combinación de ambas. (Salaverría, 2005)

“Los cybermedios reclaman una prosa sintética, con gran densidad informativa. Las noticias y los demás géneros que publican los cybermedios incluyen importantes desarrollos documentales, generados mediante enlaces, que tampoco pueden ser resueltos mediante una simple aplicación de la pirámide invertida.”(Salaverría, 2005: 122)

Los enlaces, hipertextos o links, cumplen dos funciones básicas; narrativa y documental. De acuerdo a estas dos funciones pueden agruparse en las siguientes 4 categorías, propuestas por Ramón Salaverría en su obra *Redacción periodística en Internet*. (2005: 137)

- a) Enlaces documentales (información de contexto, procedente en su mayoría del archivo del hipermedio, brinda un adecuado marco interpretativo)
- b) Enlaces de ampliación informativa (partiendo de noticias de última hora enlazan con nodos donde se aportan datos relacionados igualmente recientes)
- c) Enlaces de actualización (noticias de última hora cuyos datos se van conociendo poco a poco y se ofrecen mediante enlaces.)
- d) Enlaces de definición (amplían las referencias a personas e instituciones poco conocidas por los lectores.

Durante el procesamiento de la información, las redacciones digitales dotan a las informaciones de enlaces distintos de acuerdo a la ruta que estos describen. Los enlaces internos son aquellos que parten de un punto del sitio digital hacia otro punto de ese mismo sitio. Estos enlaces pueden ser intranodales (une a dos puntos dentro del mismo nodo) o internodales (de un nodo a otro dentro del mismo sitio web).

Dentro de esta secuencia productiva actúan de forma más clara las operaciones de jerarquización y exclusión, pues además de constituir la etapa en la cual la noticia toma su forma definitiva, es el paso previo a la circulación.

En su tesis de grado Zeus Naya se refiere además a los procesos de exclusión y jerarquización (Naya, 2003: 34). La exclusión será concebida como la acción de decantación, omisión o rechazo que actúa sobre el material informativo, y a través de la cual se descartan los ítems que no

cumplen con los requisitos de la noticiabilidad. No obstante, también son rechazados por diversas causas otros que aún con carácter noticioso no llegan a alcanzar la categoría de noticia.

A partir de esta previa selección y exclusión, los periodistas y la organización informativa, a través de la jerarquización, otorgan determinadas connotaciones a los hechos y le imponen un orden de prioridad al material informativo durante el ciclo productivo. La jerarquización sería, entonces, el acto de gradación, ordenación o subordinación impuesto al material informativo.

Se afirma que con el periodismo digital se pierde una parte de la noción de jerarquía informativa que funciona en el periodismo tradicional. En el libro *El Diario Digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios* se afirma que la pérdida de esta jerarquía viene determinada por una serie de elementos que presentamos a continuación.

- Existe una pérdida de la sensación de vinculación de los textos dentro de un contexto temático (la sección). Las noticias aparecen como aisladas entre sí y el lector tiene dificultades para identificarlas como partes de una unidad temática superior.
- En el periodismo digital desaparece el concepto de página. Las noticias pierden un nuevo elemento de jerarquía y el valor de las informaciones queda simplemente supeditado al orden con el que se presentan y al tamaño de las mismas.
- Al desaparecer el concepto de página como valor jerárquico de las noticias, desaparece también el concepto de página impar o página par como otro elemento de jerarquización.
- Desaparece también la jerarquización que en la prensa escrita viene determinada por el número de columnas que ocupa una información. El periódico digital presenta todos los textos en una única columna, con lo que el público pierde una referencia jerárquica más.
- La deficiente utilización de los elementos gráficos en el periodismo digital debilita también la utilización de la fotografía como un elemento imprescindible en la jerarquización de las informaciones.
- Excepto la noticia de apertura de sección, que es la primera que se ofrece en la versión digital, se van diluyendo los criterios que diferencian entre las noticias más importantes de las que no lo son. (Armentía et al, 2000: 180)

Todos estos procesos están signados por los condicionamientos de los factores internos y externos que intervienen en el proceso productivo. En ellos pueden ir las mediaciones, desde las fuentes de información, hasta algo tan sutil como la regulación y la autorregulación a la que está sometida la prensa.

Como reconocen Rubén Darío Buitrón y Fernando Astudillo Campos más allá de invertir en recursos para la sala de redacción en Internet, “es imperativo que quienes la integran tomen conciencia de que deben alejarse de las rutinas de planeación y conceptualización del periódico impreso. Hay que buscar en el trabajo cotidiano medios propios para transmitir los contenidos a los lectores cibernéticos, que un altísimo porcentaje son distintos a los lectores tradicionales del impreso. Esto es fundamental para atraer nuevos públicos.” (Astudillo y Darío, 2007: 102)

El Periodismo Hipermedia, sin romper los moldes de las etapas del ciclo productivo, presenta diferencias sustanciales con las rutinas de producción hasta ahora estudiadas. Las características interactivas, multimediales e hipertextuales de los contenidos informativos que llegan al final del proceso productivo, reclaman, por parte de los medios, una cierta flexibilidad en la organización del trabajo.

Capítulo

Referencial

CAPÍTULO REFERENCIAL

La radio en la Red. La página web de Radio Caibarién

El 2 de diciembre del 2007 apareció por primera vez en la red de redes la publicación digital de la emisora radial Radio Caibarién. Con su inserción en la web el sitio digital www.radiocaibarien.cu tenía la misión de hacer llegar, con claridad y franqueza, el acontecer de Caibarién a los ciudadanos de todo el mundo. Su fundación la convertía en el segundo órgano digital de la radio en Villa Clara, precedido por la CMHW.

La creación de la página digital surgió de la iniciativa de varios periodistas de la radio para ganar un espacio en las redes digitales. Pero su surgimiento no se aislaba del contexto nacional. La creación de medios digitales que respondieran a los llamados órganos de prensa tradicionales ya era una orientación del ICRT a fin de reforzar la presencia de los medios de prensa cubanos en Internet.

El equipo fundador del sitio estuvo integrado por apenas cinco profesionales: Raisa Guevara y José Antonio Zuloaga, periodistas; Ileana Fernanda Triana, primera periodista que se desempeñó como jefa de grupo del sitio digital de Radio Caibarién; Yudiel Manejías, graduado de Periodismo en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, adiestrado que se incorporó a este grupo de trabajo; y Darío Zarausa, informático encargado de diseñar y hacer funcionar la página web.

En la selección de los integrantes del grupo se valoró el interés y la motivación por apropiarse de las herramientas del medio digital para el trabajo diario, según opiniones de los fundadores recogidas para esta investigación. Se tuvieron en cuenta, además, la experiencia y los resultados en el trabajo de cada periodista, atendiendo al alto grado de responsabilidad que implica escribir para Internet en representación de un medio de prensa.

Ileana F. Triana, fundadora de la página digital de Radio Caibarién, asegura que en la creación del sitio se trabajó sin experiencia en medios digitales. *“La mejor ventaja fue siempre el trabajo en equipo”*, comenta esta fundadora. Ella plantea además que el objetivo principal de la página digital de Radio Caibarién ha sido, durante los tres años que ya tiene el sitio, *“reflejar la vida de la Villa Blanca, su gente, su identidad, su cultura y tradiciones.”* En esto coinciden todos los que han pasado por el sitio digital y quienes conforman actualmente el equipo de trabajo.

José Antonio Zuloaga Martínez, periodista fundador del sitio y actual Jefe de grupo de la página digital de Radio Caibarién afirma que *“no tendría sentido hacer una página que fuera totalmente internacional. Lo hace, como medio de prensa al fin, pero la prioridad es lo local.”* Aclara Zuloaga que se respeta también la política informativa que rige el trabajo de los sitios digitales a nivel nacional, *“ya que respetamos el hecho de que nuestro país tenga que acudir a lo que llamamos «cañones informativos», o sea, todo el mundo enfocado en un mismo tema a la hora de defender una idea justa. Pero en lo particular abogamos porque la página sea el reflejo de Caibarién y su gente.”* Incluso, en aquellos acontecimientos de carácter nacional o internacional, se aboga por darle un enfoque local, mostrar cómo estos repercuten en la vida de los caibarienses.

Varios de los muestreos que se realizan periódicamente en el sitio digital, prueban que las secciones más leídas, a las que más acceden los cibernautas en el sitio, están relacionadas directamente con la vida de Caibarién.

Según asegura José Antonio Zuloaga, el sitio digital de Radio Caibarién fue el primero en Internet que escribía desde el mismo Caibarién. *“O sea, existían blogs y otros sitios en Internet, pero se escribían desde el extranjero, incluso de Ciudad de la Habana. Nosotros lo hacemos desde el propio Caibarién y a través de un órgano de prensa que tiene un gran impacto en la población. Llevar a Internet todo el rico caudal de la radio, con una historia enorme, da la posibilidad de mostrar sus potencialidades al mundo entero”.*

La importancia de la creación de la página digital de Radio Caibarién la resume Ileana F. Triana cuando afirma: *“era indispensable entonces que la radio de Caibarién, por las características de este municipio, tuviera un espacio en la red de redes. Me refiero con esto a que Radio Caibarién es una emisora muy seguida en el exterior, y un gran número de caibarienses que allí radican se interesan por conocer lo que sucede en su lugar de origen. Según estadísticas recogidas en años anteriores, el 54% de los visitantes que acceden a la página residen en Estados Unidos, principalmente en el estado de la Florida.”*

En el momento de la fundación del sitio digital de Radio Caibarién ya existía en el país la Redacción Nacional de Internet de la radio cubana (RNIRC)⁶, con una función rectora y metodológica. La Carta de Estilo de la RNIRC [Ver Anexo 1] sirvió de referente a la hora de diseñar la Carta de Estilo de la página digital de Radio Caibarién [Ver Anexo 2], vigente desde su creación, y en cuya instauración y redacción influyó además la observación que hizo el equipo de trabajo de otros sitios digitales. Según Raisa Guevara se tomó como referencia *“la página digital de Radio Rebelde, que nos pareció una experiencia interesante, y la de BBC Mundo, que también nos gustó.”*

“Así se decidió en qué formato y medida se guardarían y publicarían las fotos y videos, y el diseño de la plantilla”, asegura Ileana F. Triana. “Se potenció la presencia de gran cantidad de audio, pues pretendíamos que la página se pareciera al medio que representaba, afianzándose su condición de sitio digital de Radio Caibarién.”

La página digital pertenece al Departamento Informativo de Radio Caibarién. Pero, según asegura Ileana F. Triana, en la actualidad directora de dicho departamento, funciona como unidad independiente dentro de la redacción. Aunque comparten local, para el trabajo periodístico el grupo del sitio cuenta con dos computadoras propias y tiene horarios de trabajo diferenciados. Los periodistas de la página trabajan de 8:00 am a 5:00pm, pero se dividen en turnos para actualizar ya que de las dos PC disponibles una la emplea el informático a tiempo completo.

A pesar de las dificultades técnicas, solo tres meses después de su fundación, la página digital de Radio Caibarién obtuvo el Premio Especial de la Interactividad en el Festival de la Radio Cubana, celebrado en marzo de 2008. [Ver Anexo 3]

Al decir de José Antonio Zuloaga se aboga porque el periodismo que se practica en el sitio digital de Radio Caibarién potencie las características del Periodismo Hipermedia, en este caso la

⁶ La Redacción Nacional de Internet de la radio cubana (RNIRC) se creó el 21 de enero de 2005. Comenzó a funcionar el 1ro de marzo de ese mismo año. La RNIRC tiene una función esencialmente rectora y metodológica, destinada a colegiar las pautas a seguir por los medios de la radio cubana en Internet de acuerdo a los índices de calidad en todos los indicadores. La creación de la RNIRC y el nombramiento de sus doce integrantes se estableció en el XXVII Festival nacional de la Radio Cubana mediante la Resolución #1/2005

multimedialidad, la hipertextualidad y dentro de las posibilidades técnicas la interactividad, característica que ha perdido fuerza de acuerdo a los atrasos de la plantilla.

Características particulares de www.radiocaibarien.icrt.cu

La página digital de Radio Caibarién, con dirección <http://www.radiocaibarien.icrt.cu> trabaja sobre un software libre, el Joomla, en su versión 1.0.12 Stable. Este software ofrece ventajas sobre otros que están a merced de los intereses del dueño. Esta versión de Joomla está preparada para organizar eficientemente los contenidos de su sitio en secciones y categorías, lo que facilita la navegabilidad para los usuarios y permite crear una estructura sólida, ordenada y sencilla para los administradores. Desde el panel administrador de Joomla se pueden crear, editar y borrar las secciones y categorías del sitio de manera sencilla. El editor de contenidos de Joomla permite formatear los textos con los estilos e imágenes deseados.

Según Dailys Bravo Noa, informática del sitio, como ventaja este software posibilita “*organizar los contenidos en secciones y categorías. Además, los contenidos son totalmente editables y modificables de acuerdo a nuestros intereses. Con Joomla las publicaciones que hayan perdido vigencia pueden enviarse a un «archivo» de almacenamiento, sin necesidad de tener que borrarlas. Esto permite también dar la posibilidad a los navegantes de consultar artículos viejos o documentos anteriores en un historial.*”

Desde el momento de su fundación y hasta enero de 2010, el sitio se encontraba alojado en el servidor de ETECSA, porque el ICRT no estaba en condiciones técnicas de acoger la página por falta de capacidad. Su dirección en aquel momento era <http://www.radiocaibarien.cu>. En el 2010 aumenta la capacidad técnica del servidor del ICRT, y como los demás medios cubanos en la red, pasan a alojarse en dicho servidor; a juicio de Dailys Bravo “un servidor de menor funcionalidad”. La dirección del sitio cambió por la que tiene actualmente.

Según opiniones expresadas por los periodistas y la informática que trabajan actualmente en la página digital de Radio Caibarién, la plantilla del sitio digital está atrasada ya que no permite comentar ni se ajusta a los requerimientos actuales del periodismo que se practica en Internet. Para Dailys Bravo, una plantilla más moderna elevaría los índices de interactividad de la página, actualmente muy por debajo de los sitios digitales de los demás medios de prensa en la Red.

El sitio digital www.radiocaibarien.icrt.cu se inscribió en Google como parte de su estrategia de posicionamiento, que incluye además estrategias de trabajo por parte de los periodistas en el manejo de las palabras clave y la cantidad y calidad de los hipervínculos de los trabajos con otros alojados en el propio sitio digital de Radio Caibarién. Dailys Bravo afirma que *“es importante mantener presente la densidad de las palabras clave: no debe ser muy baja porque será desestimada por los motores de búsqueda, ni muy alta porque puede considerarse spam”*.

Contrario a lo que puede pensarse, Raisa Guevara asegura que *“en cuestiones de posicionamiento el sitio ha encontrado mucha oposición con sitios .net, que responden a los intereses de la disidencia cubana en Miami, cuestión que refuerza la necesidad de trabajar en función de posicionar en lugares cimeros los contenidos de nuestra página digital.”*

Actualmente la página tiene como estrategia aprovechar al máximo las potencialidades que le brindan las diferentes redes sociales. La página digital de Radio Caibarién participa activamente en Facebook y Twitter.

Desde su salida al aire el 2 de diciembre de 2007, la página digital de Radio Caibarién ha mantenido las mismas características en cuanto al diseño y las secciones de su plantilla; solo se han agregado elementos para mejorar la funcionalidad. Se han eliminado varios íconos que tenían mera función decorativa.

La portada del sitio se presenta con un banner cuya imagen principal es la sombra de un cangrejo sobre un sol y cuyo fondo es el mar, elementos distintivos de Caibarién como ciudad costera del centro norte de Cuba. En la imagen podemos ver además las diferentes secciones en que se organizan las noticias del sitio digital: De Caibarién, Deportivas, Culturales, Educación, Salud, Opinión, Provinciales, Nacionales, Internacionales, y Ciencia y Técnica. [Ver Anexo 4]

El sitio cuenta además con secciones especiales que aparecen directamente en la portada de la página, como son: Costumbres, leyendas y tradiciones; Gente de mi pueblo; Especiales; Muy especiales, y Homenaje a... (En esta sección se alojan permanentemente los trabajos sobre Manuel Corona, trovador de Caibarién, y Manolín Álvarez, pionero de la Radio en Cuba y fundador de Radio Caibarién).

Con tres años de fundada la página digital de Radio Caibarién mantiene su plantilla inicial. Este hecho deriva en una marcada desventaja respecto a las páginas de reciente creación o aquellas que han actualizado sus soportes o plantillas.

Desde su fundación el sitio ha mantenido una estabilidad en los objetivos principales y se trabaja por la capacitación de los periodistas de la radio para que puedan incorporarse directamente al trabajo del sitio web. En el momento de la investigación, el equipo que conforma la página web de Radio Caibarién trabajaba en un cambio de plantilla con el objetivo de mejorar el funcionamiento del sitio.

Capítulo

Metodológico

CAPÍTULO METODOLÓGICO

Este capítulo se dedica a los presupuestos metodológicos que sustentan la investigación. Aclara los principales aspectos relacionados con los métodos y técnicas empleados en la investigación, la definición conceptual de las categorías y su operacionalización, algunos conceptos necesarios para el estudio, así como la tipología en la que se inscribe la investigación.

La presente investigación es un estudio de emisor cuyo objeto de estudio es la página digital de Radio Caibarién como medio de comunicación. De acuerdo al tipo de investigación es una investigación descriptiva dada su intención de describir el desarrollo de las rutinas productivas de un medio de prensa.

Asumiendo la clasificación de las investigaciones desde el periodismo es una investigación comunicológica, y dentro de esta clasificación se cataloga como un estudio de emisores. Así, la investigación presentada se define como una investigación comunicológica de emisores de tipo descriptiva.

De acuerdo a la aplicación de los métodos y técnicas de investigación que a continuación se presentarán y a los objetivos trazados la investigación se enmarca en la perspectiva cualitativa, que posibilita la interpretación con profundidad y la obtención de gran cantidad de información. Como plantean los autores del libro *Metodología de la investigación cualitativa*, este enfoque de investigación nos permite estudiar la realidad en su contexto natural, para interpretar los fenómenos en relación con las personas implicadas. La investigación, al acogerse a esta perspectiva, necesita recoger variedad de información que describan “la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas.” (Rodríguez et al, 1996: 32)

Métodos y técnicas empleados en la investigación

Para dar respuesta al problema de investigación se emplearon diferentes métodos y técnicas propios de la perspectiva cualitativa con que se asumió el presente estudio. La presencia tradicional de estos métodos y técnicas en los estudios de newsmaking (Wolf, 2005) influyen además en el empleo de este método en la investigación.

La *etnografía* constituyó el método principal de la investigación. Su aplicación permitió aprehender las rutinas productivas que se desarrollaron en la página digital de Radio Caibarién

como unidad social concreta. El empleo de este método de investigación posibilitó además establecer relaciones entre la cultura y los sujetos que la producen. El método facilitó la descripción y reconstrucción analítica, de carácter interpretativo, de las rutinas de trabajo seguidas por este medio de prensa.

Fueron requisitos en la aplicación de este método de investigación la recogida de gran cantidad de datos (con presupuestos teóricos pero sin categorías analíticas previas), y la permanencia del investigador en el campo. Lo anterior facilitó la interpretación y descripción de las rutinas productivas de la página digital más allá de simples resultados estadísticos.

Otro de los métodos empleados fue el *método bibliográfico- documental*. Su aplicación permitió sistematizar el conocimiento y orientar el curso de la investigación de acuerdo a los presupuestos teóricos que se extrajeron de la revisión bibliográfica, una de las técnicas de investigación presentes en el estudio.

Las técnicas de investigación empleadas se centraron en la observación participante, pero incluyeron además las entrevistas no estructuradas y las notas de campo.

La *observación participante* se desarrolló durante los 27 días de trabajo de la página digital de Radio Caibarién en el período de la investigación. Estuvo enfocada en la recogida de los datos relacionados con el ciclo productivo (comienzo, vías de recogida de la información, tiempo de duración, criterios de selección de las noticias...). El periodo durante el cual se realizó la observación participante (marzo de 2011) se escogió de acuerdo a los presupuestos de la Teoría Funcionalista. En su enfoque hacia las funciones de los media la teoría planteada no se ocupa de situaciones comunicativas específicas, sino que propone el estudio de los medios en la situación comunicativa más normal y habitual de la producción y difusión cotidiana de mensajes.

La aplicación de esta técnica de investigación permitió al investigador interactuar con el objeto de estudio y comprobar por sí mismo el desarrollo de las rutinas productivas del Periodismo Hipermedia de la página digital de Radio Caibarién.

La aplicación de las *entrevistas no estructuradas* posibilitó la recogida de información con el fin de describir minuciosamente las rutinas productivas: Cómo se seleccionan las noticias, cómo se presenta la información, que valores /noticia se tienen en cuenta para la selección, con qué criterios evalúan las fuentes de información, cuánto dura el ciclo productivo... fueron algunas

interrogantes que encontraron parte de las respuestas en la aplicación de este método. Se aplicaron las entrevistas no estructuradas de acuerdo al requisito de obtener la mayor cantidad de información posible.

Fueron entrevistados Raisa Guevara García, periodista de la página digital de Radio Caibarién, encargada de las noticias locales; José Antonio Zuloaga Martínez, periodista de la página digital de Radio Caibarién, se encarga de las noticias provinciales, nacionales e internacionales; Yudiel Manejías, adiestrado fundador del sitio; Ileana Fernanda Triana García, directora del Departamento Informativo de Radio Caibarién; Dailys Bravo Noa, informática de la página.

Además, se aplicaron entrevistas no estructuradas a algunos periodistas del medio radiofónico (Radio Caibarién) que durante el periodo de presencia en el campo colaboraron en la elaboración de las noticias publicadas en el sitio digital.

Categorías. Conceptos y operacionalización

La categoría que presenta la investigación es la de **rutinas productivas del Periodismo Hipermedia**. Antes de su definición y operacionalización es necesario aclarar los siguientes conceptos:

Periodismo Hipermedia: es una forma del ejercicio del periodismo que modifica los tres procesos básicos de la profesión (la investigación, la producción y la difusión) de acuerdo con las características que Internet le imprime como soporte y canal (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y actualización continua). Su práctica implica una serie de cambios respecto a las rutinas del periodismo tradicional y que se ejerce para la producción de contenidos en formatos hipermediales. (Recio, 2006; Salaverría, 2005; Gil, 1999)

Rutinas productivas: Son las normas y estilos de trabajo predeterminados que se consolidan en la práctica y favorecen el proceso de producción. Incluyen un conjunto de actividades y operaciones dinámicas del emisor en aras de la determinación de los acontecimientos noticiables, búsqueda, recogida, selección, exclusión, jerarquización y presentación del material informativo, y que adquiere características singulares en dependencia del medio que las respalde. (De la Cruz, 2009; Legaña, 2007).

Una vez esclarecidos estos conceptos se presenta la conceptualización de la categoría de la investigación.

Rutinas productivas del Periodismo Hipermedia: Las normas y estilos de trabajo predeterminados que se consolidan en la práctica y favorecen el proceso de producción. Incluyen la determinación de los acontecimientos noticiables, búsqueda, recogida, selección, exclusión, jerarquización y presentación del material informativo, y responden al modelo interactivo, multimedial e hipertextual que presenta el Periodismo Hipermedia. (De la Cruz, 2009; Gil, 1999 Legañoa, 2007; Recio, 2006; Salaverría, 2005)

Es importante además definir a continuación una serie de conceptos a fin de esclarecer y facilitar al análisis de los resultados de la investigación.

- Hipertextualidad: se define como la capacidad que tienen los textos digitales de interconectarse entre sí (Salaverría, 2005) y que enriquecen la información contextualizando los mensajes y rompiendo con la linealidad.

- Interactividad: característica del Periodismo Hipermedia que posibilita al medio o a los periodistas, como emisores, comunicarse con sus receptores y viceversa.

- Multimedialidad: la capacidad del Periodismo Hipermedia de procesar mensajes que integren diversos códigos lingüísticos en un conjunto que tenga unidad comunicativa, y no una mera serie de elementos yuxtapuestos y donde la esencia estriba en el contenido y no en el soporte.

- Valores/noticia: concreción de los presupuestos objetivos y subjetivos tenidos en cuenta para la selección de un acontecimiento

- Recogida de la información: La recogida del material informativo se refiere a las vías que sigue el periodista para obtener la información, cómo y a qué fuentes recurre.

- Selección de la información: “La selección y la adaptación del material que llega a la redacción constituye el proceso de convertir los acontecimientos observados en noticia.”(Golding – Elliot; citado en Wolf, 2005: 145)

- Procesamiento y presentación de la información: el procesamiento que hace la organización en general al acontecimiento noticiable, tras seleccionarse para transcurrir por el ciclo productivo. En

resumen, toda la secuencia que sigue la información hasta convertirse en el producto comunicativo.

De acuerdo a los conceptos que se emplean, la categoría queda operacionalizada de la forma que se presenta a continuación.

1- Rutinas productivas del Periodismo Hipermedia

1.1- Fases del proceso productivo

1.1.1- Recogida del material informativo

1.1.1.1- Canales de recogida de la información

1.1.1.2- Trabajo con las fuentes de información

1.1.2- Selección de la información

1.1.2.1- Criterios de selección de las fuentes

1.1.2.2- Valores/noticia asumidos en la selección

1.1.3- Presentación de la información

1.1.3.1- Elementos del Periodismo Hipermedia

1.1.3.1.1- Hipertextualidad

1.1.3.1.2- Multimedialidad

1.1.3.1.3- Interactividad

1.1.3.2- Formato

1.1.4- Procesos de exclusión y jerarquización

La contrastación de los resultados obtenidos mediante la observación participante con aquellos que se obtuvieron mediante la aplicación de las entrevistas no estructuradas, así como con los presupuestos teóricos extraídos de la aplicación del método bibliográfico documental, permitieron validar con más argumentos los resultados de la presente investigación. La etnografía facilitó la integración de todos los resultados a partir de la interpretación de las rutinas productivas como proceso complejo donde se origina una cultura determinada por los sujetos de que la producen. El método etnográfico, al reconstruir analíticamente el fenómeno estudiado, permitió interpretar de modo integrador los datos recogidos mediante las técnicas antes mencionadas. Esta contrastación permitió que el estudio se triangulara metodológicamente.

Análisis de los Resultados

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Las rutinas productivas de la página digital de Radio Caibarién

Factores estructurales-organizativos y externos de la página digital de Radio Caibarién

La página digital de Radio Caibarién, reflejo de ese órgano de prensa en la red de redes, presenta una serie de características estructurales, organizativas y externas que condicionan el desarrollo de sus rutinas productivas. Estas características van desde los modos en que organizan el trabajo hasta la capacidad tecnológica de los soportes con los que se trabaja en este medio de prensa.

El sitio web www.radiocaibarien.icrt.cu está conformado por un equipo de trabajo que integran dos periodistas y un informático, cada uno con misiones bien delimitadas dentro del sitio web. José Antonio Zuloaga Martínez, jefe de grupo de trabajo y periodista, se encarga de las noticias internacionales, nacionales y provinciales y se ocupa además de la parte administrativa del sitio digital. Raisa Guevara García, periodista, atiende las noticias locales y a ella corresponde asimismo la revisión de la ortografía y redacción de cada información que sea publicada por el sitio www.radiocaibarien.icrt.cu

A Dailys Bravo Noa, informática, corresponde asegurar la funcionabilidad de los elementos multimedia del sitio, actualizar los programas en formato de audio que presenta la página web, así como procesar y revisar periódicamente el posicionamiento y estadísticas de las informaciones publicadas.

La página digital de Radio Caibarién tiene definidos sus horarios y turnos de trabajo, contrario a los criterios de atemporalidad que la teoría señala para el Periodismo Hipermedia a nivel mundial. El hecho responde, según José Antonio Zuloaga, a la necesidad de acomodar las rutinas de trabajo a la vida diaria. En entrevista realizada afirmó: “... *uno vive en una dinámica primero social, y esa dinámica social es la que tú llevas a las rutinas de trabajo*”.

Los integrantes de la página digital trabajan los mismos días hábiles que los periodistas del medio radiofónico: de lunes a viernes, y sábados alternos, por lo que las actualizaciones de la página los

sábados y domingos quedan sujetas al interés personal del periodista, que no lo tiene como obligación laboral.

Los trabajadores del sitio deben cumplir un horario laboral de 8 horas, que incluye el trabajo en la redacción y la recogida de información fuera del local. En la redacción, los periodistas trabajan en dos turnos, ya que de las dos computadoras hábiles una la emplea la informática a tiempo completo. Un turno de trabajo comienza a las 8:00am y otro a partir de la 1:00pm. La informática debe permanecer en el sitio las 8 horas de trabajo establecidas.

José Antonio Zuloaga, en entrevista realizada, expresó: *“Nosotros no tenemos una estructura que permita darle seguimiento a lo que ocurre en el mundo las 24 horas, como debiera ser. La estructura básica de nuestro sitio digital es de dos periodistas y un informático. No hay otra. Y entonces lo tenemos que hacer todo. La rutina nuestra no es solamente publicar. Exige que seamos integrales. En ocasiones tenemos que trabajar con Photoshop, editar audio... Como periodistas del sitio dedicamos un tiempo in situ a la actualización del sitio como tal, y otro a la investigación y al trabajo con otros recursos de Internet que tributan al trabajo de la página: trabajar con las posibilidades de las redes sociales (Facebook, Twitter...), consultar fuentes de información en la red, actualizar los blogs personales.”*

La jerarquización del orden en que se actualizan las informaciones responde además a la competencia mediática, ya que las informaciones internacionales se publican por los demás medios de prensa presentes en el mercado, y su actualización eficiente dota a la página web de Radio Caibarién de prestigio frente a otros medios. Las informaciones locales, al no presentar competencia con otros medios digitales, se relega para horas de la tarde.

A las 8: 00 a.m. corresponde a Zuloaga la actualización de las noticias internacionales, nacionales y provinciales. Raisa Guevara se encarga a partir de la 1:00pm de actualizar las noticias locales. El hecho de dar prioridad a las primeras responde a las diferencias de flujo informativo entre unas y otras. Según Raisa Guevara son las nacionales e internacionales *“las que más noticias generan”*. Para José Antonio Zuloaga estas informaciones *“requieren más inmediatez. Las locales se trabajan con más calma porque lo que acontece en el municipio tiene menor flujo informativo, y no todo trasciende como para que esté en Internet. Además, estos contenidos locales casi no tienen competencia, porque no es normal que otro sitio o blog trate las informaciones de*

Caibarién. Desde Caibarién, el único órgano de prensa digital como tal es la página web de Radio Caibarién. Sin restarle sus atributos como noticia, hay más calma para trabajar la noticia local que para tratar las informaciones nacionales e internacionales, porque tienes muchas personas en el mundo diciendo lo mismo que tú.”

Como parte de la rutina productiva de la página digital de Radio Caibarién, la informática Dailys Bravo Noa sube al sitio y actualiza, de acuerdo a la frecuencia con que salen al aire, los programas de la emisora Radio Caibarién, cuyos archivos de audio publica la página web. Estos programas son: *Memorias* (dedicado a reflejar las principales efemérides de Caibarién), *Alas* (dedicado a la temática de los Cinco Héroes) e *Identidad* (dedicado a la vida cultural de Caibarién).

De acuerdo a la observación participante se comprobó que aproximadamente cada tres días Dailys revisa los trabajos archivados para comprobar:

- la funcionabilidad de los enlaces.
- la funcionabilidad de los videos
- la permanencia de las pistas de audio.
- la ortografía de los títulos y contenidos.
- los pies de fotos.

Entre los problemas más comunes por los que estos elementos multimedia dejan de funcionar en el sitio digital www.radiocaibarien.icrt.cu Dailys menciona “errores al copiar la ruta de los enlaces, eliminación, por parte del sitio al que se enlazó la página, del elemento al que se le hizo el hipervínculo y dificultades a la hora de guardar los cambios durante le edición de los trabajos”.

La plantilla del sitio establece la disposición de las informaciones en la home page, y delimita la cantidad de informaciones que serán procesadas durante el ciclo productivo. La distribución es de tres noticias en portada: la primera a una solo columna y debajo dos columnas, una para cada información, donde la más actual se ubica a la izquierda. Es importante señalar que durante la observación participante se comprobó que solo se actualizan las tres informaciones que aparecen en la home page. [Ver Anexo 5]

Se exceptúan de esta generalización las ocasiones en que abundan las noticias locales y hay trabajos atemporales, que en este caso no aparecen nunca en la home page y van directamente a sus respectivas secciones; y los trabajos especiales que como parte del plan de trabajo deben publicar los periodistas del sitio mensualmente. De acuerdo a su actualidad permanente, se publican en dicha sección (especiales) sin pasar por la página de inicio.

Las secciones del sitio se actualizan de manera automática cuando una noticia es desplazada de la página de inicio a la sección en que fue ubicada por el periodista cuando la publicó. Es decir, generalmente pasan por el ciclo productivo tres informaciones: una nacional o internacional y dos locales. Según los dos periodistas que trabajan para el sitio esta distribución puede variar de acuerdo a la trascendencia de los acontecimientos.

Raisa Guevara pone como ejemplo los días en que hay Reflexiones de Fidel. *“De acuerdo a la política del sitio y a las orientaciones del Partido Comunista de Cuba (PCC) en estos casos⁷, las Reflexiones de Fidel (aún cuando hay una sección exclusiva para esta información) se publican de primeras en la home page. Si hay otra noticia internacional, nacional o provincial de gran repercusión, se publica de segunda y solo se publica ese día una local.”*

Como parte de la rutina productiva se publican los trabajos del sitio en las páginas personales de cada periodista en las redes sociales, fundamentalmente Facebook. Cada tres o cuatro días, según la observación participante, y constatado luego en entrevista a José Antonio Zuloaga, los periodistas del sitio dedican parte de su rutina productiva a publicar los trabajos de la página digital de Radio Caibarién en las redes sociales, con sus respectivos enlaces al sitio a fin de atraer a los usuarios de la redes sociales (un gran porcentaje de los que navegan en la red (hacia los contenidos publicados en el sitio digital de Radio Caibarién. Para ello se necesita, al decir de José Antonio Zuloaga, *“responsabilidad, seguimiento de valores y comprometimiento. Así mismo debe prestársele regular atención a los contenidos de los comentarios que respecto a estos trabajos se hagan en esas redes sociales.”*

El ciclo productivo de la página digital de Radio Caibarién presenta como característica distintiva el hecho de que muchas veces los procesos de recogida, selección y presentación de la

⁷ Por orientación del PCC todos los sitios digitales oficiales del país deben publicar las Reflexiones de Fidel en su página de inicio.

información pueden desarrollarse de manera simultánea, de acuerdo a las posibilidades que brindan las herramientas digitales. La observación participante mostró que en ocasiones, durante el procesamiento de las informaciones, aún se hacen consultas a las fuentes de información a fin de que las noticias se publiquen lo más actualizadas posibles.

Aunque el proceso de selección de las informaciones en la mayoría de los casos se desarrolla una vez consultadas las fuentes de información y recogido todo el material informativo posible, en una etapa inicial del ciclo productivo de la página digital de Radio Caibarién se observa un proceso de selección primario, de acuerdo a las informaciones que de antemano van a integrarse al ciclo productivo.

En esta especie de determinación del tema a desarrollar juegan un papel esencial las reuniones del departamento informativo, donde si bien no se le distribuyen tareas directas a la página digital, si se traza un esbozo temático de lo que puede publicar el sitio, amén de las informaciones que surjan diariamente en la red. Además, la política informativa exige que las Reflexiones de Fidel se publiquen de manera inmediata por el sitio web. Los planes de trabajo que orienta el Departamento Informativo de Radio Caibarién para su página digital incluyen revisar el posicionamiento del sitio (a través de contadores como Google Analitic o con otros recursos en la red). A decir de Raisa Guevara *“ello permite conocer cuáles son las noticias más buscadas, qué pide la gente y no hemos publicado, y en base a eso sale el plan de trabajo.”*

Todos estos factores estructurales-organizativos y externos presentes en la página web de Radio Caibarién determinan el desarrollo de sus rutinas productivas, influyendo en las tres fases del ciclo productivo.

Proceso de recogida

La recogida de información en la página digital de Radio Caibarién, se realiza mediante dos procesos diferentes. Para José Antonio Zuloaga Martínez, encargado de las noticias internacionales, nacionales y provinciales, la recogida del material informativo es un proceso *“eminentemente digital”* y comienza desde el mismo momento en que se sienta frente a la computadora de la redacción. Por otra parte, Raisa Guevara García afirma que como parte de su rutina de trabajo, el proceso de recogida puede darse de dos modos. *“Yo puedo buscar*

información fuera de la redacción, cuando cubro un acontecimiento desarrollado en Caibarién, o en la redacción, cuando consulto las fuentes de información de Internet.”

Comprobadas estas afirmaciones mediante la observación participante puede afirmarse que en la página digital de Radio Caibarién se evidencian dos formas diferenciadas de recogida del material informativo:

- Fuera de la redacción, en cobertura directa de los acontecimientos que para el medio de prensa, en la persona del periodista que atiende los temas locales, se consideren relevantes.
- Dentro de la redacción, donde el proceso es esencialmente digital y dependiente de la computadora.

Recogida de información fuera de la redacción

Esta forma de recogida de la información ocurre, según Raisa Guevara, *“cuando el acontecimiento es de sumo interés y la información del periodista de la radio llega muy lenta. Así sucede, por ejemplo, con la Competencia Nacional de Velas, Asamblea Municipal del Poder Popular en su constitución, aniversario de la fundación de la ciudad...En esos casos yo tiro las fotos, recojo las informaciones y publico directamente”*.

En los casos antes mencionados, la periodista del sitio se traslada a los lugares donde se desarrollan las noticias y recoge información de primera mano que incluye materiales multimedia como informaciones en audio, fotos y/o videos (siempre y cuando cuente con las herramientas tecnológicas necesarias, que obtiene mediante préstamos personales porque el medio no cuenta con dichos equipos.)

La recogida de información fuera de la redacción implica el contacto directo de la periodista con las fuentes de información, al menos en un primer momento. Muchas veces, una vez que la periodista establece la relación con la fuente, la recogida se realiza vía telefónica, a fin de actualizar los contenidos de la página con mayor prontitud.

El proceso de recogida de información fuera de la redacción se caracteriza por el predominio de fuentes de información personales. En la mayoría de los casos estudiados estas fuentes son asiduas

de acuerdo a la frecuencia con que fueron consultadas. Estas fuentes personales ofrecieron información general sobre el acontecimiento.

Recogida de información dentro de la redacción

La forma de recogida de información que predomina, de acuerdo a la observación participante, es la que se realiza de manera digital, sin que alguno de los periodistas salga de la redacción. Esta forma presenta a su vez dos vías bien delimitadas de acceder a las informaciones:

- 1) El acceso a las redes digitales de información, para conocer y recoger informaciones de todo lo que acontece en la Internet, y
- 2) el acceso a la red interna, para recoger la información que los periodistas de la radio dejan en una carpeta pública y que es la materia prima de las informaciones locales que se publicarán en el sitio digital www.radiocaibarien.icrt.cu.

En esta segunda vía de recogida se incluye además el trabajo de la informática, que se encarga de descargar al FTP de la página digital de Radio Caibarién todo el material multimedia; tanto el recogido fuera de la redacción por Raisa Guevara, como aquel que procede de las programación habitual de la emisora Radio Caibarién y que será publicado para la actualización del sitio.

La recogida de la información de forma digital comienza desde el mismo momento en que la informática o alguno de los periodistas se sientan frente a la computadora de la redacción, que cuenta con acceso a Internet las 24 horas del día. Independientemente de las diferencias entre los contenidos de trabajo de cada periodista, ambos revisan diariamente las mismas fuentes de información buscando contenidos distintos. Se evidencia una marcada utilización de fuentes documentales, entre las que predominan las fuentes de información digital y las audiovisuales.

Son fuentes digitales asiduas de la página web de Radio Caibarién:

- Cubadebate (www.cubadebate.cu) La principal fuente de información utilizada, sobre todo para las noticias nacionales, dígame Reflexiones de Fidel, declaraciones de los diferentes Ministerios...
- Alerta de noticias de Google: servicio al que se acoge la página web de Radio Caibarién y que llega por correo electrónico. Su etiqueta para la entrada en este servicio es *caibarien* (acorde con

el objetivo fundamental de la página). La utilización de este servicio como fuente de información implica por parte de los periodistas de la página digital una evaluación de los contenidos, de las fuentes primarias, de los autores y las direcciones electrónicas con que se muestran las noticias. En ocasiones las informaciones que entran por la etiqueta caibarién proceden de sitios .net, relacionados en su mayoría con la disidencia dentro y fuera del país.

- Sitio digital de la CMHW: al decir de Raisa Guevara, esta es la página rectora de los sitios digitales radiales de la provincia.

Otras fuentes empleadas en el proceso de recogida de la información fueron: la Agencia Cubana de Noticias (www.acn.cubaweb.cu), la página digital del semanario provincial Vanguardia y la versión Granma digital (www.granma.cu). Para la recogida de información relacionada con la vida cultural de la provincia (eventos, figuras...) es habitual la consulta del sitio digital de Centro Arte (www.cenit.cu).

Las fuentes más consultadas por los periodistas de la página digital de Radio Caibarién como parte del proceso de recogida, ya se encuentran alojadas en la barra de direcciones del navegador del sitio. Este hecho agiliza esta fase del ciclo productivo, ya que con solo desplegar la barra se puede acceder a cualquiera de las fuentes habituales sin conocer previamente su dirección o localizarla en alguno de los buscadores de la red de redes.

La utilización de Google como principal buscador de información se realiza solo cuando los periodistas no tienen delimitada una fuente, y pretenden obtener la mayor cantidad de información sobre un tema determinado. Durante la observación participante Google se empleó para la búsqueda información sobre personalidades del ámbito internacional y eventos.

Otras de las vías de acceso a la información de forma digital es el correo electrónico. Raisa Guevara García, en su correo personal, se acogió al servicio de alerta de noticias de Google. Esto posibilita que toda la información sobre Caibarién (palabra con la que se etiquetó en ese servicio) que sea publicada en la red y localizada por Google, se le notifique a Raisa Guevara mediante un correo electrónico a su buzón personal.

Los periodistas que escriben para el medio radiofónico procesan sus informaciones mediante el Microsoft Word en formato digital. Estas «cuartillas», como se les conoce a estos documentos en

la redacción de la radio, las archivan en una carpeta pública que cada periodista posee y a la cual se puede acceder a través de la red interna de la emisora Radio Caibarién. En el proceso de recogida de información del sitio digital www.radiocaibarien.icrt.cu el acceso a la red interna para revisar las informaciones de las «cuartillas», es otra de las vías y fuentes de información.

Otra de las fuentes a las que se accede mediante la red interna de la emisora son los archivos digitales de audio o video que se alojan en el servidor de la CMHS, procedentes del departamento de programación.

Los trabajos que los periodistas de la radio dejan en las carpetas públicas de la red interna de la emisora para su publicación en el sitio, son meras fuentes de información para la página digital de Radio Caibarién, ya que en la mayoría de los casos son copias exactas de lo que se graba para el medio radial y no responde a las características del Periodismo Hipermedia presentes en www.radiocaibarien.icrt.cu.

La entrevista realizada a Raisa Guevara comprueba el resultado anterior. La periodista, encargada de procesar las noticias locales, y por tanto, la que trabaja directamente con las cuartillas de los periodistas de la radio afirma que *“en este momento los trabajos de los periodistas son para el sitio solo fuentes de información. Aunque lo ideal fuera que sean colaboradores. La aspiración es que el periodista pueda publicar directamente en el sitio, que solo corresponda al jefe del sitio autorizar la publicación.”*

Un requisito indispensable para que las informaciones de los periodistas de la radio se integren al ciclo productivo es que las dejen en formato digital y alojadas en las carpetas públicas de la red interna. En casos excepcionales, los periodistas entregan al sitio digital de Radio Caibarién las informaciones directamente, pero también en formato digital.

Solo en casos extremos, de acuerdo a la trascendencia de un evento, se utiliza como fuente de información la cuartilla impresa que posee el redactor, tecleando su contenido, lo que retarda el proceso productivo de la página. En el periodo estudiado el caso ocurrió solo una vez, para publicar los resultados de un evento de carácter nacional que se desarrollaba en el municipio (Competencia Nacional de Velas 1ra Categoría).

Exceptuando entonces estos casos, cuando los periodistas del medio radial no dejan sus cuartillas en formato digital y alojadas en la carpeta pública, la página web pierde esa noticia local por no tener acceso a la fuente de información habitualmente empleada.

En la página digital de Radio Caibarién, de acuerdo a la política informativa del medio, se prioriza la consulta de fuentes de información provenientes de cualquier sitio oficial cubano, con una marcada tendencia a acudir a aquellos sitios que responden a los medios de prensa nacionales (Granma Internacional, Cubadebate).

En el proceso de recogida de información en la página digital de Radio Caibarién, las ideologías profesionales de los periodistas del sitio influyen sobre la forma de recogida fuera de la redacción, donde las concepciones de estos sobre el deber ser del Periodismo Hipermedia, los motivan a buscar formas alternativas de obtener material multimedia que enriquezca las informaciones a publicar. La capacidad de Raisa Guevara y José Antonio Zuloaga de tomar fotos con calidad y editarlas de acuerdo a sus intereses facilita el desarrollo de esta fase del ciclo productivo y enriquece el trabajo en la redacción.

Los conocimientos que cada uno de los periodistas ha adquirido durante los 2 años que han laborado en el sitio, posibilitan el dinamismo de la consulta a fuentes de información, que ya ellos reconocen como confiables de acuerdo a sus sistemas de conocimientos y representaciones sociales. Para ambos, en medio de campañas mediáticas, los medios nacionales cubanos siempre tienen prioridad como fuentes confiables de información.

La selección de la información

De acuerdo con lo que se plantea en el capítulo teórico de esta investigación, en la página digital de Radio Caibarién todos sus integrantes son seleccionadores de información. Tanto los periodistas como la informática procesan gran cantidad de contenido, del que solo una parte aparece publicada en el sitio.

Diariamente, en la página digital de Radio Caibarién, tras el proceso de recogida, existe una lista inicial de informaciones que necesitan ser seleccionadas. Esta lista inicial incluye todas las informaciones que aparecen en portada en los medios de consulta habituales, las cuartillas que dejan los periodistas, así como material multimedia. (fotos, audios, videos...)

En el sitio digital objeto de estudio existen una serie de filtros que de antemano seleccionan información, y son los proxies web⁸. Estas herramientas tecnológicas bloquean una serie de informaciones a las que no tienen acceso los integrantes del sitio y por tanto quedan excluidas del proceso productivo. Aquí queda evidenciada la selección de primer grado.

El proceso de selección por parte del equipo de trabajo generalmente ocurre de manera individual. José Antonio Zuloaga es el único que decide qué información nacional, internacional o provincial será publicada en el sitio entre todas las que se recogieron. Raisa Guevara selecciona qué información local se publicará. Ellos mismos deciden los elementos multimedia que acompañarán cada información. La informática selecciona, de acuerdo a las posibilidades técnicas del sitio, cuestiones relacionadas con el tamaño, el formato o la capacidad en disco de los elementos multimedia.

Los valores/noticia que los periodistas del sitio tienen en cuenta a la hora de seleccionar las informaciones son, predominantemente: la proximidad geográfica, el interés y la prominencia informativa. La proximidad geográfica es un valor/noticia predominante, de acuerdo a los objetivos y el perfil editorial del medio. Raisa Guevara afirma que para seleccionar los acontecimientos muchas veces se pregunta, situándose en el lugar del internauta, *“que quiere saber de Caibarién el que accede a la red”*.

Otro de los valores/noticia presentes en el proceso de selección es la actualidad. En el sitio digital www.radiocaibarien.icrt.cu se prioriza la actualidad inmediata en la página de inicio, y los trabajos de actualidad permanente se seleccionan para las secciones especiales.

Este último elemento puede ilustrar también la jerarquización de informaciones durante la selección. José Antonio Zuloaga, explica cómo selecciona las noticias para la portada: *“Se tiene que escoger bien lo que allí se va a ubicar. Claro, el sitio tiene su perfil. Y trata de darle*

⁸ Se le denomina proxy (proxies, en plural) al servidor que intercepta las conexiones de red que un cliente hace un servidor de destino. De los proxies existentes el más famoso es el servidor proxy de web, comúnmente conocido solamente como "proxy". Intercepta la navegación de los clientes por páginas web, por varios motivos posibles: seguridad, rendimiento, anonimato, etc. Entre las funciones que pueden cumplir los proxies web está la de limitar y restringir los derechos de los usuarios, así como negarse a responder algunas peticiones si detecta que están prohibidas a la hora de acceder a un destino.

preponderancia a las cuestiones que tienen que ver con Caibarién sin apartarse de lo que ocurre en el mundo”.

Un factor clave en el proceso de selección de la información es la orientación política del medio. Cualquier información, que de acuerdo al criterio personal de cada uno de los periodistas, atente contra los principios de la Revolución, queda descartada en su totalidad. Raisa Guevara se refirió a este aspecto como uno de los valores/noticia que prioriza a la hora de seleccionar la información. Ella explicó: *“(...) para denigrarnos hay muchos sitios en el mundo, y el nuestro nació para defender la Revolución.”*

A ese factor se refirió igualmente José Antonio Zuloaga. *“Lo primero que busco a la hora de seleccionar la información es que proceda de fuentes cubanas, fuentes confiables, fuentes que sepas con anterioridad que puedes trabajar con ellas: AIN; PL; Granma. No significa que no puedas acudir a otras fuentes. Pero estas te ofrecen ventajas: ya sabes que son confiables, tienen veracidad, responden a la política editorial del país, a los intereses de la Revolución, es menor el margen de error, no tienes que estar cruzando muchas fuentes.”*

Informaciones como las Reflexiones de Fidel, los debates del Sexto Congreso del Partido Comunista de Cuba, el recibimiento de Raúl Castro a diferentes mandatarios latinoamericanos, se ubicaron en la portada del sitio durante el periodo investigado, siguiendo las normativas de la política informativa del medio, que prioriza las informaciones relacionadas con la defensa de los intereses de Cuba. En la mayoría de estos casos las informaciones publicadas son seleccionadas en su totalidad, y publicadas tal y como aparecen en los demás medios de prensa del país.

Los datos recogidos en las entrevistas y la observación participante permiten afirmar que política informativa seguida por el sitio desde su fundación, incluyendo los objetivos del medio y su perfil editorial son factores de peso en el proceso de selección.

En varias ocasiones una misma información aparece publicada en más de un sitio que sirve de fuente a la página digital de Radio Caibarién. Los criterios empleados para su selección son otros de los factores que influyen en el desarrollo de esta fase del ciclo productivo.

Los integrantes del equipo de trabajo de la página digital de Radio Caibarién coinciden en que la confiabilidad de la fuente es un factor decisivo en el proceso de selección. Raisa Guevara amplía

el criterio cuando afirma que *“de primera intención están descartados los sitios de la contrarrevolución en Miami, los sitios que habitualmente son agresivos hacia la Revolución cubana, y aquellos cuya información no es confiable porque publica todo el mundo. Digamos, al elegir hacer un enlace a Ecured o a Wikipedia, yo elijo el primero.”*

Raisa Guevara reconoce como confiables medios de igual orientación política que www.radiocaibarien.icrt.cu y de más oficialidad. Siguiendo esa idea José Antonio Zuloaga plantea que no es necesario acceder a una información sobre Cuba del Miami Herald cuando la tienes con más seguridad en un sitio cubano.

“Podemos también buscar fuentes confiables y a la vez próximas. Yo particularmente, lo primero que busco es que la fuente sea fidedigna y confiable. Que yo sepa que no tiene por qué tergiversar la información. Después que sea cercana, tendencia que se asienta en Internet.” Esta afirmación de José Antonio Zuloaga explica un poco el segundo criterio de selección relacionado con las fuentes de información que predomina en el sitio: la cercanía.

Como parte del proceso de evaluación de las fuentes, se priorizan aquellas más cercanas al evento, hecho o figura del que se pretende publicar la información. Se priorizan, además, aquellas que sean fuentes oficiales del tema que se trata.

Dos ejemplos, obtenidos durante la observación participante, ilustran la afirmación anterior. Para la publicación de un acontecimiento ocurrido en Santiago de Cuba (Probabilidades de sismo perceptible) se escogió la información publicada por la página digital de la CMKC, emisora provincial de Santiago de Cuba, aún cuando la información aparecía también en la Agencia Cubana de Noticias.

El segundo ejemplo ilustra la prioridad otorgada a los sitios oficiales. Se comprobó que para un trabajo sobre el Día Mundial de la Poesía (20 de marzo, establecido por la UNESCO) se recurrió, a pesar de la gran cantidad de sitios que trataban el tema, al Sitio Oficial del Día Mundial de la Poesía, creado por la UNESCO.

En el caso de la selección del lugar en que las informaciones aparecerán publicadas en la página de inicio, este queda establecido por el diseño de la plantilla y el perfil editorial del medio, que establece la existencia de una noticia internacional, nacional o provincial a una columna, y debajo

dos columnas con una información local cada una. Al interior de las secciones la jerarquía queda establecida de acuerdo a la fecha de publicación, proceso que ocurre por defecto una vez que la noticia ha sido desplazada de la página de inicio. La noticia más reciente encabezará la sección, desplazando automáticamente la que esté allí. Ello responde a que durante el proceso de creación de la plantilla del sitio se estructuró un orden automático para que aparezca «*lo nuevo primero*».

Al ser el proceso de selección totalmente dependiente del criterio personal de cada uno de los integrantes del sitio digital, juegan en él un papel esencial la cultura e ideologías profesionales de sus trabajadores. En esta son decisivamente influyentes las competencias tecnológicas de la informática y las valoraciones personales acerca de lo que consideran como noticias los periodistas. Además, las concepciones políticas de todos sus integrantes. Según Raisa Guevara, “nunca se publicaría en el sitio una información que atente contra los principios de la Revolución.”

Los trabajos más amplios y con actualidad permanente, como es el caso de una crónica sobre la pasión con que los caibarienses se acercan al Campeonato Nacional de Velas y un fotorreportaje sobre el mismo, se alojan desde su publicación en las secciones correspondientes, y funcionan como enlaces para la noticia que aparezca en portada.

La presentación de la información

La fase de presentación de la información en la página digital de Radio Caibarién responde en su totalidad a rutinas productivas totalmente diferentes a las desarrolladas por los periodistas del medio radiofónico del que son voceros. Los periodistas del sitio trabajan con cierto grado de independencia de la redacción radial.

La fase de presentación comienza, al igual que la fase de recogida, cuando alguno de los integrantes de la página se sienta frente a la computadora. Las herramientas digitales posibilitan consultar fuentes de información, trabajar con el administrador de tareas de Joomla⁹ o revisar el posicionamiento simultáneamente.

⁹ Joomla 1.0.12 Stable es un software libre sobre el que está montada la plantilla del sitio digital de Radio Caibarién. Desde el panel administrador de Joomla se pueden crear, editar y borrar las secciones y categorías de su sitio de manera sencilla. El editor de contenidos de Joomla permite formatear los textos con los estilos e imágenes deseados.

A pesar de las ventajas que ofrece el administrador de Joomla, este no permite previsualizar el contenido que se publicará. Este hecho es reconocido por el equipo de trabajo de la página digital como una dificultad marcada para desarrollar sus rutinas productivas. Durante la presentación de las informaciones se trabaja a ciegas. La vista en la que se procesa el texto mediante el administrador de artículos de contenido no es copia fiel de lo que aparecerá publicado. Esto trae como consecuencia que muchas veces se deba volver a editar el trabajo una vez publicado en el sitio por cuestiones de espacios en blanco, fotos muy grandes, etc.

El proceso de presentación de la información se completa con las herramientas que brinda el programa antes mencionado, y en su desarrollo se utilizan además procesadores de texto (block de notas, Microsoft Office Word) y programas para trabajar con los elementos multimedia (Sony Vegas 7.0) para la edición de pistas de audio y video, Photoshop para la edición de imágenes, son los más empleados). Las posibilidades que brinda la red de redes son también aprovechadas: por ejemplo, los videos se suben al sitio empleando YouTube, un sitio gratuito de descarga de videos (en ocasiones se utiliza el sitio TeVeó, con la misma función). Lo suben a la página de este sitio en la red y solo tiene que hacer el enlace a la información, lo que posibilita también ahorrar espacio en el FTP de la página.

El proceso de presentación de la información en la página digital de Radio Caibarién depende del empleo adecuado de una serie de herramientas digitales, por lo que en su desarrollo influyen las potencialidades de los periodistas y la informática de trabajar acertadamente con ellas.

Durante el proceso de presentación de la información de la página web www.radiocaibarien.icrt.cu se evidencian las características distintivas del Periodismo Hipermedia. En esta fase los periodistas dotan a las informaciones de la mayoría de sus cualidades hipermediales. En esta etapa del ciclo productivo se transforman las informaciones adquieren atributos hipertextuales y se incorporan los elementos multimedia.

En la presentación de la información se trabaja primero con los elementos textuales, luego con las fotografías y se deja para el final, si la información lo incluye, los videos, cuyo proceso de edición es más complejo y sí debe realizarlo en su totalidad la informática del sitio.

La mayoría de las informaciones que son recogidas mediante fuentes digitales de la red de redes, no requieren un procesamiento de su información textual, sino que se publican fielmente en el sitio y se declara la fuente de procedencia haciendo a ella un hipervínculo. Sin embargo, las cuartillas que dejan los periodistas sí requieren modificaciones para ser publicadas en el sitio digital, y todas las modificaciones que a ellas se le hacen forman parte del proceso de presentación de la información.

Raisa Guevara explica: *“Por limitaciones todavía de nuestros periodistas, ellos no son capaces de dejar listas las informaciones para publicar en la web. Eso implica que se deba revisar la redacción, situar palabras clave que permitan que el material se posicione, trabajar con las fotografías, darles el tamaño, subirlas al sitio, buscarles la ubicación dentro del trabajo, etc.*

En la mayoría de los casos, las cuartillas que dejan los periodistas (contrario a lo que debería ser, según afirman Raisa Guevara y José Antonio Zuloaga) se encuentran procesadas y escritas como si fueran para el medio radiofónico. Corresponde entonces a Raisa Guevara, quien trabaja con las noticias locales:

1.-Cambiar formato del documento de Microsoft Word a txt (cuadro de texto). Es desde este formato que se copian los documentos al administrador de tareas del Joomla. 2.-modificar cuestiones relacionadas con el contenido de la información de acuerdo a la carta de estilo de la página. (los números escritos se cambian a números cardinales, los nombres de instituciones que respondan a nombres propios se entrecomillan, etc.). 3.-Incorporar elementos que faciliten el posicionamiento de la información en los buscadores (repetición de la palabra Caibarién, repetición del título de la información, etc.) [Ver Anexo 6 y 7]

Sobre este último ejemplo afirma Raisa Guevara que *“es necesario, a la hora de escribir para la web, repetir varias veces en el texto la palabra clave con que se posiciona el sitio en la Red. En nuestro caso particular la palabra es Caibarién. Así que a diferencia de las cuartillas escritas para la radio, que emplean varios epítetos para referirse a Caibarién (La Villa Blanca, pueblo pesquero, la tierra cangrejera, región costera...) la repetición de la palabra clave es fundamental.”*

Dailys Bravo amplía que además *“el sitio se inscribió en Google como parte de su estrategia de posicionamiento, que incluye además un buen trabajo por parte de los periodistas en el manejo de*

las palabras clave y la cantidad de hipervínculos de los trabajos con otros trabajos alojados anteriormente en la página de Radio Caibarién.”

Esto reafirma el criterio de José Antonio Zuloaga cuando afirma: “El periodismo digital trabaja para las personas y para las máquinas. Por eso en la presentación de la información hay que pensar no solo en el público, sino además en las máquinas, que son a la larga quienes posicionarán o no (automáticamente) las informaciones de nuestra página web en la red de redes. Porque tú puedes hacer una información muy interesante y las palabras claves que pones no son las más acertadas. Ahí perdiste la posibilidad de ser leídos. Porque las máquinas, que son las que se encargan de posicionararte en los buscadores, no te reconocen.”

Aunque, como se aclaró en la fase de recogida de la información, los periodistas del medio radial son considerados como mera fuente de información, los contenidos que se publican en el sitio, provenientes de las cuartillas que esos periodistas redactaron para el medio radiofónico, tienen el crédito de los periodistas como autores de la información. Solo cuando la cuartilla requiere de muchas modificaciones y se debe actualizar mediante la consulta a otras fuentes de información, el periodista se declara como fuente de la información publicada.

Como las rutinas de trabajo no exigen a los periodistas de la radio que tomen fotografías, los trabajos publicados en la página cuentan en su gran mayoría con fotos de archivos, que en ocasiones se repiten en más de un trabajo incluso sin estar relacionados. Para que los periodistas traigan fotos al sitio debe ser coordinación directa entre Raisa, que publica las informaciones locales, y el periodista que cubrirá la noticia. Esto solo ocurre cuando la información que será recogida por el periodista se conoce de antemano y tiene marcado interés para la página digital. Si no, el trabajo de los periodistas es el habitual, y casi siempre la única fuente que se tiene para arrancar el ciclo productivo es la cuartilla para radio de los periodistas.

Los teóricos coinciden en que las restricciones del espacio desaparecen con las ventajas del Periodismo Hipermedia. Aunque a lo hora de su publicación en la página digital de Radio Caibarién estas restricciones de espacio desaparecen, durante el procesamiento de la información se tiene muy en cuenta el concepto de *espacio en disco* a la hora de guardar los archivos de audio y video o las fotos que acompañaran cada trabajo. El hecho responde a las características tecnológicas de las herramientas con que trabajan. Por ejemplo, You Tube, herramienta para subir

videos al ciberespacio, solo permite un espacio en disco de 1Giga, y una duración máxima de 15 minutos para subir los videos. Ese procesamiento de los materiales para que cumplan con los estándares requeridos es función de la informática de la página.

Entonces, estos contenidos se procesan, primero para comprimirlos y al final se suben al sitio en los diferentes formatos:

Videos: (.flv) Audio: (.swf) Fotos: (.jpg)

Para resumir los procesos mediante los cuales los contenidos multimedia adquieren su apariencia final, podemos resumir los pasos seguidos por la informática durante el procesamiento de un archivo de audio, en este caso del programa Memorias, emitido por la CMHS Radio Caibarién:

1. Localización del archivo de audio alojado en el servidor de la emisora una vez que fue grabado en el departamento de programación.
2. Cambio de nombre del archivo: todo en minúscula y sin tilde y para la fecha separar los números con guión bajo (memorias_miercoles_28_3_2011)
3. Conversión del archivo a formato MP3 a través del programa Format Factory.
4. Luego, en el MP3 to SWF Converter se convierte en formato .swf (formato final con que se alojará en el sitio). Este formato permite, que se visualice, una vez en la página digital, una barra de audio interactiva. Además, no ocupe mucho espacio en el FTP, que tiene una capacidad máxima de 300 Megas.

Los elementos multimedia son subidos al sitio por la informática con la captación, tamaño y nombre adecuados. Una vez alojadas en el FTP los periodistas pueden seleccionarlos y ubicarlos dentro de su trabajo. A veces, las mismas fotos se guardan varias veces con formatos de diferentes tamaños, para facilitar el trabajo de los periodistas, y así este solo tenga que escoger la foto más grande o más pequeña para su trabajo. Pero, aún así, a veces hay que procesarla.

Durante la etapa de presentación de la información se procede además, por parte de los periodistas, en su función de editores de información, a agregar a las noticias informaciones por él

conocidas que le permitan hacer enlaces o hipervínculos con trabajos anteriores publicados en el sitio digital.

Un elemento importante en la etapa de presentación de la información es la creación de los hipervínculos o enlaces de las informaciones. Durante esta fase los periodistas dotan a las noticias de su cualidad hipertextual. La creación de los enlaces es considerada por los periodistas como el elemento indispensable durante el proceso de presentación de la información.

La creación de hipervínculos se realiza mediante el administrador de tareas de Joomla. Las rutinas de trabajo de la página web de Radio Caibarién y su perfil editorial dictan que en el proceso de creación de los enlaces estos se realicen hacia una página en blanco (nueva). El hecho responde a la posibilidad que esto brinda de que los lectores no salgan del sitio digital cuando activen cualquiera de los hipervínculos presentes en las informaciones.

Los hipervínculos son los elementos del Periodismo Hipermedia más empleados en la página digital de Radio Caibarién. Se utilizan para la publicación de las fotos sin tener que alojarlas en el FTP (solo se hace un enlace al sitio de origen) y asimismo ocurre con los videos. Además se emplean, claro, para reforzar el texto base.

De acuerdo a las cuatro categorías en que Ramón Salaverría agrupa a los enlaces o hipervínculos (ver capítulo teórico), en el sitio digital de Radio Caibarién, durante el proceso de presentación de la información se priorizan indistintamente los enlaces documentales y los enlaces de definición.

Los enlaces documentales responden, principalmente, a brindar información para contextualizar la noticia publicada por el sitio web. Los enlaces de definición se utilizan generalmente para ofrecer información sobre personalidades, eventos o instituciones referidas en las noticias, y que pueden dotar de mayor profundidad a las informaciones.

Según José Antonio Zuloaga, se rigen por dos criterios a la hora de trabajar con los enlaces: *“uno es que argumente el trabajo que estás haciendo, que lo enriquezca y gane en profundidad. Otro es que se haga a diferentes fuentes. Eso hace más rico el trabajo. Eso permite también que al hacer vínculos con otros sitios eso «hale» el artículo tuyo porque quizás ellos utilizaron mejor las palabras clave y eso «hala» tu artículo.”*

A la hora de crear este tipo de hipervínculos los periodistas abogan por dirigir esos enlaces hacia trabajos antes publicados por el propio medio siempre que sea posible. Es decir, que los periodistas del sitio digital de Radio Caibarién priorizan la creación de enlaces internos, de acuerdo a la ruta que describen. La observación participante arrojó como resultado que los enlaces internos realizados por el sitio pueden ser tanto intranodales como internodales.

Como resultado obtenido durante el periodo de la investigación la mayoría de los enlaces que se realizaron en la página digital de Radio Caibarién respondieron a una estructura hipertextual axial, es decir, siguiendo una ruta lineal. El hecho evidencia un desaprovechamiento de esta característica del Periodismo Hipermedia en esta fase del proceso productivo.

La funcionabilidad de los enlaces es un elemento importante dentro de la página digital de Radio Caibarién y se asegura durante la etapa de presentación de la información. De ahí que la informática Dailys Bravo, al menos cada dos días aproximadamente, se ocupa de revisar los hipervínculos. En este caso el procesamiento de la información contenida ocurre por dos vías: redirigir la ruta de los enlaces externos cuando esas informaciones que funcionan como hipervínculos para el sitio web son eliminadas por los sitios de procedencia y pierden su funcionalidad. O, por otro lado, eliminar los enlaces que no pueden ser actualizados y pierden su actualidad (calendario de eventos, premios obtenidos, programación cultural de diferentes instituciones...)

Durante el procesamiento de las informaciones internacionales es una generalidad la presencia de dos hipervínculos en cada información, que no pueden faltar de acuerdo a las estrategias de trabajo ya establecidas. Uno de ellos es un enlace a la fuente original de la que procede la información, que puede hacerse declarándola directamente o integrados a un texto desde el que se hace el hipervínculo. El otro enlace es mediante el que se publica la foto de la información en el sitio. Salvo en las Reflexiones de Fidel, información para la que el sitio cuenta con una foto única alojada en el FTP de la página, en la mayoría de las informaciones se utilizan los enlaces para colocar las fotos. En muchas ocasiones esto deriva en desventaja, ya que si el enlace deja de funcionar por cualquiera de las razones antes mencionadas, la página pierde la presencia de esa información.

La presencia de la interactividad durante el proceso de presentación de la información, se limita a la creación de los hipervínculos, a través de los que el lector puede definir por sí mismo las rutas de lectura. En este sentido, el sitio denota pobreza en el trabajo con esta característica del Periodismo Hipermedia.

Los periodistas del sitio digital optan indistintamente por colocar títulos largos o cortos, en dependencia de lo que se quiera lograr con respecto a la foto que acompaña el trabajo en su presentación. Por ejemplo, en un trabajo sobre la película “Y si ella volviera”, filmada en Caibarién, el título del trabajo en la sección de Muy especiales (se accede a los trabajos a través de enlaces intranodales) fue más largo, a fin de cubrir todo el espacio que quedaba al lado de la foto en portada. En la sección en que se alojó (noticias/culturales) de manera permanente el periodista optó por un título original más corto.

En la portada del sitio web de Radio Caibarién las fotos siempre aparecen alineadas a la derecha. Los periodistas ya lo hacen como parte de su rutina, pero en un inicio, comentan, se hizo de ese modo imitando a páginas observadas para la creación de www.radiocaibarien.icrt.cu como la página digital de la BBC.

Aunque José Antonio Zuloaga reconoce la pertinencia de publicar en el sitio trabajos cuyo cuerpo central sea corto y llamativo y que toda la información de apoyo puede consultarse mediante enlaces internodales, afirma que ese trabajo es engorroso sobre la plantilla en que trabaja la página web de Radio Caibarién. A la hora de hacer un trabajo central corto, cuyo contenido adicional responda a hipervínculos, debe cumplir como requisito que esos enlaces estén alojados en la propia página web. La mayoría de las veces, ese contenido adicional no encuentra lugar por sí solo en ninguna de las secciones del sitio.

Se puede citar como ejemplo el trabajo “Y si ella volviera”, que José Antonio Zuloaga estructuró con solo tres párrafos de información central, entre cada uno de los cuales aparecía un hipervínculo a contenidos más profundos: sinopsis del filme, reparto actoral, críticas cinematográficas. Esas informaciones se alojaron en la sección de noticias/culturales pero no respondían a la estructura habitual de una noticia del sitio.

Generalmente, el párrafo que aparece presentando la noticia en portada es siempre el primer párrafo de la información. No hay un procesamiento para adaptarlo al medio digital. Ese mismo

párrafo se utiliza para rellenar la etiqueta de descripción, excepto los casos en que los trabajos de fondo tengan una entrada literaria. En estos casos se utiliza el párrafo que el periodista considere como más informativo.

Analizando los resultados expuestos en esta fase puede afirmarse que son factores decisivos en la presentación de la información las competencias tecnológicas y las concepciones del Periodismo Hipermedia de los periodistas y la informática.

El administrador de tareas de Joomla requiere que los periodistas rellenen una serie de etiquetas que amplían la información multimedia de los trabajos que se publicarán. Por ejemplo, las fotos pueden contar con una etiqueta (texto que aparece cuando el cursor se sitúa sobre ella) o un pie de foto, a elección del que esté publicando si rellena la etiqueta *captación*. En la mayoría de los casos la etiqueta de la foto repite el título del trabajo publicado. [Ver Anexo 8]

El proceso productivo de la página digital de Radio Caibarién responde a la utilización de las herramientas digitales. Su empleo por parte de los periodistas dota al Periodismo Hipermedia desplegado en el sitio de posibilidades de expresión que se desarrollan durante las tres fases del ciclo productivo. La descripción de la recogida, selección y presentación de la información en la página www.radiocaibarien.icrt.cu permiten completar una caracterización de las rutinas productivas de este medio de prensa.

Conclusiones

CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos en la presente investigación se plantean las siguientes conclusiones:

1.- Los factores estructurales-organizativos y externos de la página digital de Radio Caibarién que influyen en el desarrollo de las rutinas productivas son la distribución del contenido de trabajo, las características de la plantilla y el perfil editorial del medio.

2.- El proceso de recogida de la información en la página digital de Radio Caibarién ocurre:
a) fuera de la redacción, en cobertura directa de los acontecimientos que el medio de prensa considere relevantes; y b) dentro de la redacción, donde el proceso es esencialmente digital y dependiente de la computadora.

3.- Predomina la recogida de información digital mediante dos vías: a) el acceso a las redes digitales de información, para conocer y recoger informaciones de todo lo que acontece en la Internet; y b) el acceso a la red interna de la emisora Radio Caibarién, para recoger la información que los periodistas de la radio dejan en una carpeta pública.

4.- Son fuentes digitales asiduas de la página web de Radio Caibarién www.cubadebate.cu; el servicio de Alerta de noticias de Google; y el sitio digital de la emisora provincial CMHW. Los trabajos que los periodistas de la radio dejan en las carpetas públicas de la red interna de la emisora para su publicación en el sitio son otras fuentes de información para la página digital de Radio Caibarién. Los criterios de evaluación de las fuentes presentes que influyen en el proceso de selección son la credibilidad, la confiabilidad y el nivel de cercanía y oficialidad respecto al evento, hecho o figura tratado.

5.- Los valores/noticia que predominan en el proceso de selección de la información son la proximidad geográfica, la prominencia informativa y el interés humano. De acuerdo a estos valores/noticia cada periodista decide qué información será publicada en el sitio en dependencia de su contenido de trabajo y la informática selecciona de acuerdo al tamaño, el formato o la capacidad en disco de los elementos multimedia.

6.- La selección del lugar en que las informaciones aparecerán publicadas en la página de inicio queda determinado por el diseño de la plantilla y el perfil editorial del medio, que

establece la existencia de una noticia internacional, nacional o provincial a una columna, y debajo dos columnas con una información local cada una. Al interior de las secciones la jerarquía queda definida de acuerdo a la fecha de publicación, proceso que ocurre por defecto una vez que la noticia ha sido desplazada de la página de inicio.

7.- Es en el proceso de presentación de la información de la página web www.radiocaibarien.icrt.cu donde se evidencian mayor peso las características distintivas del Periodismo Hipermedia: hipertextualidad, interactividad y multimedialidad.

8.- Durante el proceso de presentación de la información en la página digital de Radio Caibarién se prioriza la creación de enlaces documentales y enlaces de definición. La mayoría de estos hipervínculos responden a una estructura hipertextual axial, lo que evidencia un desaprovechamiento de la hipertextualidad en esta fase del ciclo productivo.

Recomendaciones

RECOMENDACIONES

Al medio:

- Aprovechar los resultados y presupuestos teóricos de la investigación en la realización de talleres y encuentros sobre Periodismo Hipermedia en Radio Caibarién.
- Incorporar los resultados de la investigación a la implementación de la nueva plantilla del sitio digital www.radiocaibarien.icrt.cu, teniendo en cuenta la necesidad de ampliar las posibilidades interactivas del sitio.
- Incentivar la superación de los periodistas del medio radial para que incorporen a sus rutinas productivas prácticas propias del Periodismo Hipermedia.
- Realizar investigaciones posteriores sobre el sitio digital tomando la presente investigación como precedente.

Al Departamento de Periodismo de la Facultad de Humanidades de la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas:

- Emplear la investigación como bibliografía de consulta de la asignatura de Periodismo Hipermedia
- Potenciar la realización de investigaciones relacionadas con las rutinas productivas en sitios web de otros medios de prensa municipales.

Bibliografía

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Álvarez, O. (2003) *Periodismo digital, periodistas digitales y empresas multimedia*. [Internet] Hipertext.net, número 2, disponible en <http://www.hipertext.net>, [Accesado el 5 de noviembre de 2010]
- Armentía, J. I. et al (2000) *El Diario Digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Editorial Bosh S.A. Barcelona
- Astudillo, F. y Darío, R. (2007) *Periodismo por dentro*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.
- Castañeda, E. (2001) *La importancia del contenido de la prensa en línea*. [Internet] Sala de Prensa. Número 38. Diciembre 2001. Año III. Vol. 2. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art297.htm>. [Accesado el 22 de septiembre de 2010].
- Canga, J. (s.f) *La prensa y las nuevas tecnologías. Manual de la redacción electrónica*. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.
- Canga, J. et al. (2000) *Un nuevo medio para un nuevo siglo*. [Internet] Sala de Prensa. Año III, Vol.2., disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art133.htm> [Accesado el 25 de mayo de 2011].
- Cardoso, H. (2008) *Investigación y creación periodística*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.
- Cruz, Y. (2008) *Propuesta para el diseño de un periódico digital en la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas*. Tesis de Diploma, Facultad de Humanidades, Especialidad Periodismo, Universidad Central de las Villas.
- Comellas, J. y Sánchez, M. (2005) *De frente al laberinto...y sin el hilo de Ariadna. Las experiencias de cinco medios cubanos online*. Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana.

- De la Cruz, E. (2009) *Estudio de las rutinas productivas de los periodistas de Radio Victoria y su influencia en la construcción social de la noticia*. Tesis en opción al título académico de Máster en Comunicación Social, Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.
- Díaz, J. (1994) *El nuevo periódico electrónico: redefinición del mensaje periodístico tradicional como producto interactivo y multimedia*. [Internet], disponible en: <http://www.ehu.es/diaz-noci/Conf/C2.pdf> [Accesado el 23 de noviembre de 2010]
- _____. (2006) *La escritura ciberperiodística (1). Características del producto informativo digital*. Sphera Pública. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación. [Internet], disponible en: <http://www.ehu.es/diaz-noci/45.htm#CIBER> [Accesado el 23 de noviembre de 2010].
- _____. (2006) *La escritura ciberperiodística (2). Características del producto informativo digital*. Sphera Pública. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación. [Internet], disponible en: <http://www.ehu.es/diaz-noci/45.htm#CIBER> [Accesado el 23 de noviembre de 2008].
- Espiritusanto, O. (2006) “Participación y periodismo ciudadano”; en *La revolución de la prensa digital* (2006) Cuadernos de comunicación Evoca. Evoca Comunicación e Imagen. Madrid.
- Filippuci, F. (2002) “Internet, el paraíso del periodismo”; en *Clic Internet* (2003) Editorial Pablo de la Torriente. La Habana. Pags 26-36
- García, H. (2003) “Periodismo de Internet”; en *Clic Internet* (2003) Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.
- Gil, Q. (1999) *Diseñando al periodista digital (I)*. [Internet] Sala de Prensa. Número 13. Noviembre de 1999. Año II. Vol. 2. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art297.htm>. [Accesado el 23 de enero de 2011].

- González, C y González, M. (2008) *La prensa escrita informatizada: un giro en las rutinas de producción*. Trabajo de Diploma, Facultad de Humanidades, Especialidad Periodismo, Universidad Central de las Villas.
- Legaño, J. (2007) *Por las venas de la política editorial de Juventud Rebelde. Un acercamiento a la política editorial sobre temas nacionales del diario Juventud Rebelde*. Trabajo de Diploma, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- López, P. (2007) *Balancearse sobre las redes de un araña. Análisis de la calidad de Escambray digital*. Tesis de Diploma. Facultad de Humanidades. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.
- Martini, S. (2000) “Periodismo, noticia y noticiabilidad”. Extractado de *Periodismo, noticia y noticiabilidad* (2003). Editorial Norma, Buenos Aires. (PDF)
- Naya, Z. (2003) *De los medios a la red*. Tesis de Diploma. Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.
- Obregón, Y. (2009) *La herencia espirituana a través de las redes. Análisis de los trabajos referidos al patrimonio cultural de Sancti Spíritus en el sitio www.centrovisión.cu*. Facultad de Humanidades, Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.
- Portela, L. (2009) *Tratamiento periodístico en la sección Cultura de Vanguardia digital*. Trabajo de Diploma, Facultad de Humanidades, Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.
- Ramírez, E. (2001) “Medios digitales cubanos: ¿Cómo insertarnos en el mundo?”; en *Clic Internet*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.
- Recio, M. (2003) “¿Objetos o sujetos en Internet?”, en *Clic Internet* (2003) Editorial Pablo de la Torriente. La Habana
- _____. (2006) *Periodismo Digital. El límite de lo posible*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.
- Reyes, L. (2006) *Manual de fuentes de información*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana

- Rodrigo, M. (1993) *La construcción de la noticia*. Editorial Paidós Comunicación. Barcelona-Buenos Aires- México.
- Rodríguez, G et al. (1996) *Metodología de la investigación cualitativa*. Editorial Aljibe. Málaga, España (PDF)
- Rodríguez, L. (2009) *Periodismo Digital. Del deber ser al ser representado*. Tesis de diploma. Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana.
- Rodríguez, P. (s.f) *Periodismo de Investigación: técnicas y estrategias*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.
- Rubira, R. (2008) “Huellas digitales: La construcción social de Internet, una lectura a través de los prismas de la comunicación y la cultura”, en Olivera, D y Pérez, M. (2008) *Análisis de medios. Selección de lecturas*. Editorial Félix Varela. La Habana.
- Salaverría, R. (2005) *Redacción periodística en Internet*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.
- Tejada, J. (2007) *Comunicación digital: nuevos medios, nuevos retos* [Internet], disponible en: http://www.ucn.edu.co/portal/uzine/volumen22/articulos/2_investigacion_comunicacion_digital.pdf. [Accesado el 25 de mayo de 2011].
- Wolf, M. (2005) *La investigación en la comunicación de masas*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

Alonso, M. y H. Saladrigas (2000) *Para investigar en comunicación social. Guía didáctica*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.

_____ (2006) *Teoría de la comunicación*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.

Arias, L. (2007) *CMS: ¿Camino a la solución ?Sobre las actuaciones profesionales de las web cubanas que han implementado CMS's*. Tesis de Licenciatura en Periodismo. Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana.

Bodes, J. (2005) *El estilo cablegráfico*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.

Estrada, T. (2010) *Patria, una mirada desde el emisor. Estudio del proceso de producción de la información periodística en el noticiario radial Patria de la CMHW de Villa Clara. Trabajo de Diploma. Facultad de Humanidades de la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas*.

Gómez, M. (2011) *El reto de la convergencia de redacciones en Cuba*. Mesadetrabajo. Disponible en <http://mesadetrabajo.blogia.com/2009/101707-el-reto-de-la-convergencia-de-redacciones-en-cuba.php>. [Accesado el 21 de febrero del 2011]

López, A. (2008) *Internet como una nueva rutina periodística*. Sitio oficial del Centro de Investigación de Medios y Sociedad Andes. Universidad de los Andes, Facultad de Comunicación. Disponible en <http://www.cimaschile.cl/notic/rutinasperiodisticas.html>. [Accesado el 21 de febrero del 2011]

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

Rodríguez, N. (2006) *Del éter al ciberespacio. Un análisis sobre la interactividad de la radio cubana en Internet. Estudio de caso a los tres sitios de la radiodifusión en ciudad de La Habana*. Tesis para optar por el grado de Máster en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana.

Urdaneta, J. (2007) *Modelo Piramidal no lineal y redacción en cibermedios*. Revista Electrónica de Estudios Telemáticos. Volumen 6. Edición No 2. Universidad Rafael Bellosó Chacín. (PDF)

Vidal, J. (2002) *Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana.

Anexos

ANEXO # 1

Resumen de la Carta de Estilo de la Redacción Nacional de Internet de la radio cubana

Introducción

La lucha por el regreso del niño Elián González, iniciada en diciembre de 1999, marcó el inicio de lo que bien pudiéramos llamar la Revolución Digital dentro de la prensa cubana. Un hito en el que la Radio Cubana desempeñó un papel trascendental con la creación de ediciones digitales, que reflejaron a través de la red de redes lo que sucedía en Cuba y más allá de nuestras fronteras en relación con el caso del niño náufrago. Internet se convertía en un nuevo escenario para llevar nuestra verdad al orbe, para mostrar las principales realizaciones del pueblo cubano.

De entonces a la fecha, la presencia de la Radio Cubana es cada vez mayor y notable en Internet. Hemos abierto un espacio para que la obra de nuestros realizadores trascienda más allá de lo que emitimos por las frecuencias de AM, FM y SW.

(... ..)

La Carta de Estilo es de obligado cumplimiento para todos los redactores, pero no quiere decir que constituya una camisa de fuerza para frenar la creación, sino todo lo contrario, una vía adecuada para enrumbar nuestra labor periodística por senderos de calidad.

1. Estilo de redacción

a) El estilo de redacción debe ser breve, sencillo, claro, conciso, y preciso. Fácilmente comprensible para el lector, con el fin de captar su interés.

(...)

g) Para el tratamiento de celebridades, sitios históricos, entidades, instituciones y lugares trascendentales se debe respetar el nombre artístico, profesional e histórico por el cual es conocido, además de hacer referencia obligada sobre el tema, que enlace a:

1) Bases de Datos

2) Sitios Web

3) Páginas web personales

i) En la mayoría de los países las personas leen de izquierda a derecha. Por ello la alineación lógica de los textos ha de ser a la izquierda. Los textos centrados o alineados a la derecha son complicados de leer y extraños a la vista.

2. Presentación y envío de los trabajos periodísticos

3. Firma y fecha en los trabajos periodísticos

a) En la mayoría de los países las personas leen de izquierda a derecha. Por ello la alineación lógica de los textos ha de ser a la izquierda. Los textos centrados o alineados a la derecha son complicados de leer y extraños a la vista

4. Entrevistas

5. Titulares**6. Cifras y abreviaturas**

b) Las cifras del uno al nueve se componen con letras. Del 10 en adelante con números: Cuando sean cifras largas, escribimos: dos millones 567 mil 200; 10 mil 547; 150 mil 547. Una excepción: no escribimos: “mil 325”, sino: “1 325”.

7. Nombres y siglas

f) Ubique geográficamente a comunidades y cabeceras municipales. Para ellos, se tomará como punto de referencia la capital provincial. En el caso de los reportes de municipios se debe especificar a la provincia y región geográfica a la que pertenece. También la distancia en kilometraje entre la ciudad cabecera provincial y la capital del país.

8. Horas**9. Grafía****10. Citas y entrecomillas****11. Mayúsculas y minúsculas****12. Puntuación**

h) Los títulos de libros, películas, obras de teatro, periódicos, canciones y, en general, las palabras no castellanas o los neologismos, no se entrecomillarán. Ejemplo: La telenovela *Al compás del son* es la propuesta del canal Cubavisión...

(...)

k) Tampoco se subrayarán o entrecomillarán los nombres de las agencias de noticias, nacionales o extranjeras, y los de calles, plazas, edificios, entidades, organismos y partidos escritos en un idioma distinto al castellano. (Ejemplos: EFE, France Press, British Broadcasting Corporation, Kneset, Sinn Fein.)

13. Fotografías

ANEXO # 2

PERFIL EDITORIAL REDACCIÓN DIGITAL DE RADIO CAIBARIÉN.

Caibarién, ciudad costera del norte centro de Cuba, con una superficie de 425,5 kilómetros cuadrados y cuarenta mil ochocientos veintidós habitantes, ubicada a cincuenta y dos kilómetros de Santa Clara, cabecera provincial de Villa Clara, y a poco más de trescientos kilómetros al este de La Habana, capital de Cuba, ya está en INTERNET, acontecimiento que refuerza su importancia al convertirse en el segundo órgano de prensa digital de la radio en Villa Clara.

Con una extensa tradición periodística que data desde el primer periódico en 1878, la existencia a lo largo de la historia de más de ciento veinte publicaciones de ese tipo, entre ellas algunas revistas de circulación en toda América Latina, unido a que esta ciudad estuvo entre las primeras del país donde se realizaron emisiones de radio, protagonizó la primera narración deportiva de Cuba y la transmisión de la primera misa cantada, entre otras primacías; con una emisora radial que retoma esa tradición desde 1985 y un canal de televisión comunitaria, surge hoy este sitio como primer órgano de prensa digital en la municipalidad, con todos los retos y compromisos que el acontecimiento entraña.

A través del sitio www.radiocaibarien.cu, ofreceremos noticias locales, nacionales, internacionales, con preferencia para la Cultura, los Deportes, la Educación y la Salud, también se podrá acceder a programas premiados en diferentes eventos de la Radio Cubana producidos en la emisora Radio Caibarién, y parte de su programación habitual, además el internauta accederá a diversos géneros periodísticos sobre acontecimientos de Caibarién utilizando hipertexto, multimedia para lograr la interactividad. Otro propósito del sitio digital de Radio Caibarién es difundir las costumbres, leyendas, tradiciones, personajes populares y personalidades, así como el desarrollo social, económico y político de esta ciudad.

Todo con particular énfasis en asuntos del territorio en el cual estamos enclavados.

MISION DE LA REDACCION DIGITAL: La redacción digital de la Emisora CMHS Radio Caibarién tiene el encargo social de difundir la obra de la Revolución en la Provincia, Cuba, y con particular énfasis en Caibarién, respondiendo a los intereses del Partido y el Estado cubano.

1. ESTILO DE REDACCION

- a) El estilo de redacción debe ser breve, sencillo, claro, conciso, y preciso. Fácilmente comprensible para el lector, con el fin de captar su interés.
- b) Las palabras empleadas deben ser comunes. Cuando haya que incluir términos poco frecuentes (por estar en desuso o por ser excesivamente técnicos) o que sean exclusivos del habla cubana o de nuestro sistema social, es preciso explicar al lector su significado. Ejemplo: No escriba, Juan Pérez, primer secretario del Partido; sino: Juan Pérez, primer secretario del

Partido Comunista de Cuba. Recuerde que las palabras cederistas, cuentapropistas, anapistas, son propias de nuestro país y requieren explicación.

c) Los párrafos deben ser breves, no expresar más de una idea. Su extensión no debe exceder las siete líneas.

d) La extensión de los trabajos estará acorde con el género periodístico y la trascendencia del suceso. La información no debe exceder los siete párrafos, pudiendo llegar hasta 15 en los restantes géneros. En todo caso, utilice las ventajas del hipertexto.

e) No es necesario emplear la reiteración con la misma concepción a la que utilizamos en los espacios radiales.

f) Cuando en una información se cite por vez primera a una persona, se explicará de quien se trata, comenzando siempre por los nombres y dos apellidos. En las restantes citas, puede utilizar sólo los apellidos. (Ej: Raúl Pacheco Guzmán, director de la Empresa Pecuaria La Sierrita)

g) Para el tratamiento de celebridades, sitios históricos, entidades, instituciones y lugares trascendentales se debe respetar el nombre artístico, profesional e histórico por el cual es conocido, además de hacer referencia obligada sobre el tema, que enlace a:

1) Bases de Datos

2) Sitios Web

3) Páginas Web personales

h) No hay que abusar de frases como 'declararon en exclusiva a Radio...', y otras análogas. Expresiones como éstas deben reservarse para figuras y personalidades que en realidad ofrecieron declaraciones exclusivas a su emisora.

i) En la mayoría de los países las personas leen de izquierda a derecha. Por ello la alineación lógica de los textos ha de ser a la izquierda. Los textos centrados o alineados a la derecha son complicados de leer y extraños a la vista

j) Los trabajos para Internet se caracterizan por su valor documental. Estas entregas estarán contextualizadas y enriquecidas con investigaciones y elementos que la complementan. Estos datos enriquecen, orientan y aportan teniendo en cuenta que siempre el lector no conoce o recuerda detalles que estamos obligados a refrescar. Ej: Si se habla de los médicos de familia, por qué no incluir la cantidad total de ellos que existen en el territorio. ¿Cuántos nuevos médicos se graduarán en el presente curso? o la cobertura total del médico de la familia en el municipio o la provincia.

k) La redacción para la Web implica interiorizar claramente que el destinatario fundamental está fuera del país. Es posible escribir con pasión y dominio del tema sin tener que incluir las palabras "nosotros", "nuestro".

l) Para referirnos a Fidel Castro, no debemos escribir "nuestro Comandante en Jefe", es preferible expresar: "el presidente cubano Fidel Castro", "el líder de la Revolución Cubana". Sus cargos irán siempre en mayúscula, cuando haga mención a ellos. Ej: "El Primer Secretario del Comité Central del Partido Comunista de Cuba", "El Presidente de los Consejos de Estado y de Ministros"; "El Jefe de Estado".

2. PRESENTACION Y ENVIO DE LOS TRABAJOS PERIODISTICOS

- a) El redactor podrá sugerir el párrafo que se colocará en portada, junto al titular, para atraer la atención del lector.
- b) El redactor podrá incluir datos y referencias que serán utilizados por los editores, para complementar el trabajo periodístico.
- c) El foto reportero podrá sugerir la foto que se colocará en portada, junto al titular, para atraer la atención del lector. También puede sugerir el pie de foto.

3. FIRMA Y FECHA EN LOS TRABAJOS PERIODISTICOS

- a) Todas las notas tienen que mostrar al lector la fecha de actualización, el lugar de procedencia de la nota y nombre del autor. Queda libre su ubicación dentro de la información. Para los trabajos atemporales, solo se precisará del autor, y en la fecha, solo requieren mes y año.

4. ENTREVISTAS

- a) Si se tratara de un diálogo con varios entrevistados, se componen con una P en “negrita” la pregunta o intervención del periodista (salvo en la primera pregunta que se escribirá: - Periodista, seguido de dos puntos. El nombre de los entrevistados se compone también en “Negrita”, seguidos
- b) De dos puntos. A partir de la segunda respuesta, se colocarán las iniciales del entrevistado.

5. TITULARES

- a) Los titulares deben responder fielmente a la información, éste no debe exceder las 12 palabras.
- b) El uso de las interrogantes y admiraciones debe ser limitado. Los dos puntos se utilizarán sólo cuando después de un nombre propio siga una frase entrecomillada (una frase pronunciada por esa persona).
- c) No deben emplearse siglas en los titulares, salvo que sean sobradamente conocidas, y nunca más de una en un mismo título.
- d) Los verbos de los titulares se ponen, preferiblemente, en tiempo presente. También se prefiere la afirmación a la negación.
- e) Evite el uso indiscriminado de números al comenzar los titulares, en caso de emplearlos, debe escribir con letras cifras que se escriben con guarismo. Ejemplo: “Cuarenta heridos en accidente de tránsito en Bahía Honda”.
- f) No se emplearán cursivas en los titulares.
- g) En los titulares se emplearán letras en Alta y baja.

6. CIFRAS Y ABREVIATURAS

- a) Elimine el subrayado de los números en el texto. No es necesario destacarlos de esa forma.
- b) Las cifras del uno al nueve se componen con letras. Del 10 en adelante con números: Cuando sean cifras largas, escribimos: dos millones 567 mil 200; 10 mil 547; 150 mil 547. Una excepción: no escribimos: “mil 325”, sino: “1 325”.
- c) En caso de series numéricas, se optará por ponerlas todas con números ('3 ministros, 45 senadores, 100 diputados').
- d) Asimismo se emplearán siempre guarismos en los siguientes casos:

- 1) Los días del mes ('13 de abril'),
 - 2) En una fecha histórica, “26 de Julio”, “5 de Septiembre”).
 - 3) Nombre propio: “Movimiento 26 de Julio”
 - 4) Los números de calles o plazas ('San Antón, 7 y 9').
 - 5) Los años, no las décadas ('2005', 'los años ochenta').
 - 6) Los números que identifiquen a un texto legal ('Real Decreto 125/1979') o los que correspondan a una de sus partes ('capítulo 5º', 'artículo 25º', 'párrafo 3º').
 - 7) Las cifras con decimales ('17.50 centímetros').
 - 8) Los porcentajes: en este caso, sin el signo matemático unido al último número ('65,50 por ciento de analfabetos').
 - 9) Los nombres de productos industriales ('KRIM 218')
 - 10) Los números de unidades militares ('regimiento número 10').
 - 11) Los de calles y carreteras (“calle 41”)
 - 12) Las fracciones de hora; en este caso, con separación de dos puntos ('a las 8:50 p.m.'). (Ver más adelante en inciso en 6b).
 - 13) Los calibres de las armas ('Parabellum del 9 largo').
 - 14) Los números en los nombres de aviones, misiles o naves espaciales (“Soyuz T 15”, 'Titán 2', 'Apolo 12').
 - 15) Los grados y minutos de latitud o de longitud.
 - 16) Los grados de temperatura; en este caso, ('5°C').
 - 17) Los tantos, tiempos o cilindradas de las competiciones deportivas.
 - 18) Cuando se expongan problemas matemáticos o de pasatiempos.
- e) Se recomienda usar lo menos posible los números romanos, para representar los ordinales, salvo referido a siglos. Ejemplo: Siglo XX. En el caso de aniversarios, es preferible: “Aniversario 25”. Como regla general, para los eventos acogemos la forma de enumeración del logotipo oficial: Ejemplo: “V Simposio Internacional sobre Periodismo Digital”
- f) Los números ordinales inferiores a veintiuno, podrán escribirse indistintamente con letras ('primero', 'undécimo', 'decimonoveno'), con números romanos ('Movimiento V República', 'III Frente Oriental')
- g) Conviene recordar que los ordinales correspondientes a once y doce son 'undécimo' y 'duodécimo' (no 'decimoprimer' y 'decimosegundo') y que la partícula avo no indica orden de secuencia, sino las partes en que se divide una unidad ('piso decimosexto' y no 'dieciseisavo').
- h) Es incorrecto escribir frases como 'de 40 a 45 mil pesos ' cuando lo que quiera decirse sea 'de 40 mil a 45 mil pesos’.
- i) No escriba: 20 CUC, sino: 20 pesos cubanos convertibles. Así ocurrirá con las monedas extranjeras.
- j) Siempre que pueda escriba “25 kilómetros”, no: “25 km”; “20 megawatts”. No “20 MW”.

7. NOMBRES Y SIGLAS

- a) El nombre de organismos y entidades, nacionales o internacionales, debe escribirse completo la primera vez, que se mencione en una información, y a continuación, entre paréntesis, las siglas que los identifican. En las siguientes citas se puede escribir sólo las siglas.

- b) Nunca debe escribirse una sigla, por conocida que sea, sin explicar su significado. Recuerde que CDR, FMC, UBPC, ANAP, CTC, son siglas exclusivas de nuestro país, no se conocen en otras naciones.
- c) En las informaciones sobre actos públicos (un congreso, una asamblea, un simposio), el nombre oficial de la reunión debe escribirse completo la primera vez, que se cite. En las referencias siguientes puede abreviarse o se puede utilizar un sinónimo.
- d) Los nombres extranjeros se componen como mismo se escriben. Ejemplo: "The Guardian", no: "De Guardian".
- e) Cuando una ciudad, país o entidad hayan cambiado de nombre recientemente, el anterior se citará siempre, entre paréntesis.
- f) Ubique geográficamente a comunidades y cabeceras municipales. Para ellos, se tomará como punto de referencia la capital provincial. En el caso de los reportes de municipios se debe especificar a la provincia y región geográfica a la que pertenece. También la distancia en kilometraje entre la ciudad cabecera provincial y la capital del país.

8. HORAS

- a) Las horas se escriben con letras (siempre del uno al nueve), no con números, salvo en estos tres casos:

1. Cuando contengan fracciones (incluidos los cuartos y las medias). Ejemplo: 9:12 a.m.
2. Cuando se trate de relaciones horarias (programas de actos y de radio o televisión). Ejemplo: 8:30 a.m.
3. En los cronometrajes de competiciones deportivas. (Ejemplo: 2.30.15)

En el caso de escribirse con letras, (siempre del uno al nueve) por tratarse de horas completas, se añadirá, según corresponda, 'de la mañana' (a partir de las seis), 'de la tarde' (a partir de la una), 'de la noche' (a partir de las ocho) o 'de la madrugada' (a partir de la una). Para las 12 de la mañana o de la noche es preferible escribir, respectivamente, 'mediodía' o 'medianoche'.

Cuando se empleen números, de acuerdo con las tres excepciones establecidas más arriba, hay que escribir 'las 8:45 de la noche'. Es incorrecto: 'las nueve menos cuarto de la noche' o 'las 8:45 de la tarde'.

- b) Las fracciones de hora se separan con dos puntos. Se escribirá además: p.m. o a.m. Es incorrecto redactar 'a las 7,30'. Debe escribirse 'a las 7:30 p.m.'.
- c) Los minutos y segundos de los tiempos deportivos se expresarán con puntos ('la marca ha quedado establecida en 2.30.27'), pero no con comillas para los minutos y apóstrofes para los segundos (2 30" 27').

9. GRAFIA

- a) Se suprimirá la p en las palabras construidas con prefijos de origen griego, como pseudós (seudónimo), psitacós (sitacosis) o psora (soriasis). Con una sola excepción: los derivados de psyche (psicosis, psicología, etcétera).

- b) Los compuestos de las palabras norte y sur se escribirán con R (noroeste) y con D (Sudáfrica).

Las palabras en cuya grafía se emplee la x con sonido de j se escribirán con X. Ej: México

10. CITAS Y ENTRECOMILLAS

- a) Una palabra o frase con matiz irónico irá entre comillas.
- b) Una cita breve de uno o dos renglones puede ir entre comillas, y se abrirán después de “que” cuando la cita es textual. Ejemplo: (correcto) El dirigente dijo que “nos mantendremos en la avanzada de la producción”. (Incorrecto): El dirigente dijo “que nos mantendremos...”.
- c) Los nombres de centros de trabajo, escuelas, centrales, cooperativas, no llevarán comillas ni se escribirán en negritas ni cursivas. Ejemplo: El complejo azucarero Elpidio Gómez, pero si debes escribir: En el “Elpidio Gómez”...
- d) Cuando se precisa realizar un llamado o una indicación para notas aclaratorias, se utilizará un número de manera exponente, y al final del texto se expresa en Notas aclaratorias.

11. MAYUSCULAS Y MINUSCULAS

- a) Hay que evitar la proliferación o utilización innecesaria de las letras mayúsculas. Como norma general, se emplea mayúscula inicial en los nombres de entidades u organismos, siempre que se escriban completos. Ejemplos: 'Partido Comunista de Cuba; 'El Ministerio de Educación', “El Ministro de Educación”, sin embargo, se escribe: Luis Ignacio Gómez, ministro de Educación.
- b) En todo caso, se escriben con mayúscula inicial los nombres propios de:
1. Personas.
 2. Animales ('el burro Perico').
 3. Instituciones ('el Ejército').
 4. Establecimientos y entidades comerciales, industriales o culturales (tienda El Encanto, 'cine Prado').
 5. Organismos oficiales ('Instituto Nacional de la Vivienda').
 6. Fiestas patrióticas y sociales (El 26 de Julio; el Día de los Niños).
 7. Regiones geográficas específicas o zonas con significación ideológica propia ('Oriente Próximo', 'Mare Nostrum', 'Tercer Mundo').
 8. Acontecimientos históricos ('la Revolución Francesa').
 9. Premios y condecoraciones ('Premio Nobel de la Paz')
 10. Los puntos cardinales ('el Norte', sin embargo escribimos: 'al norte de Cienfuegos', Aguada norte', en este último caso, cuando actúa de adjetivo.
 11. Acontecimientos deportivos importantes ('Juegos Olímpicos de Verano').
 12. Los de textos legales cuando se escriban completos ('Real Decreto 125/1979', pero 'el citado real decreto').
 13. Los apodos y el artículo que les precede (“El Chuchi”, con mayúsculas iniciales y entre comillas, pero escribimos: Santiago Martín, el Chucho, con mayúsculas iniciales y sin comillas el apodo).
 14. Las ciencias o disciplinas académicas ('Medicina')
 15. Los documentos y reuniones políticos, diplomáticos o religiosos ('Conferencia de Desarme', 'Cumbre de Río', 'Tratado de Damasco')

16. Los artículos que formen parte de un apellido, siempre que no vayan precedidos del nombre, en cuyo caso se escribirán en minúsculas ('Del Valle', 'De Gaulle', sin embargo escribimos 'José del Valle', 'Charles de Gaulle');

17. Los de personas o lugares aplicados a cosas cuando se refieran a un número determinado de ellas, y no a todas las de su especie, como si se tratase de un apellido ('un Picasso legítimo')

18. La primera palabra en los títulos de libros, películas, obras de teatro y canciones, cualesquiera que sean las normas al respecto del idioma en que estén escritos, salvo que en el título figure algún nombre propio. ('La CIA y el culto del espionaje', 'The CIA and the cult of intelligence'. Una excepción: los títulos de periódicos, que llevan mayúscula inicial en todas las palabras, Juventud Rebelde').

19. Existen accidentes geográficos que llevan un nombre genérico como parte del nombre propio, y entonces sí deben escribirse con mayúscula (La avenida no se llama De los Presidentes, sino Avenida de los Presidentes; la ermita no se llama De Monserrate, sino Ermita de Monserrate)

c) Se escribirán en letra y con mayúscula inicial los nombres de organizaciones (el Movimiento 26 de Julio), y las cifras que inicien párrafo o sigan a un punto.

d) Las palabras que designan accidentes geográficos, edificios, locales públicos y vías urbanas no forman parte del nombre propio. Por tanto, se escriben con minúscula inicial ('mar Egeo', 'palacio de Santa Cruz', 'cine Luisa', 'avenida de San Carlos). En cambio, se emplea mayúscula con esas mismas palabras cuando correspondan a un idioma distinto al español, a fin de evitar el uso de la cursiva en el nombre genérico. Ejemplos: 'Rue de Rivoli', pero no 'rue de Rivoli'; 'Palazzo Chigi', pero no 'palazzo Chigi'.

e) Después de dos puntos se escribe siempre en minúscula, salvo en estos tres casos:

1. Que se abra una cita, en cuyo caso la palabra inicial irá en mayúscula aunque sea a texto seguido.

2. Que se trate de una enumeración, en cuyo caso cada apartado irá en punto y aparte y con mayúscula inicial.

3. Que se refiera a nombres propios. Ejemplo: nombres de personas, zonas geográficas.

12. PUNTUACION

a) No se pone punto final en los titulares, pero sí en los pies de foto.

b) Los puntos suspensivos nunca deben ir al final de una información.

c) Las siglas se escriben con mayúsculas, pero sin puntos de separación.

d) Si una cita se divide en varios párrafos, hay que poner comillas al comienzo y al final de la cita, no cerrando al final de cada párrafo.

e) Las partes aligeradas en una cita se indicarán con puntos suspensivos entre paréntesis (...).

f) Evite el uso indiscriminado de la coma. En Radio es factible para una mejor comprensión por parte del locutor. Debe evitarse separar el sujeto y el predicado mediante comas. Ejemplo de incorrección: Los trabajadores de la empresa Micalum, cumplieron el plan de producción. Se exceptúan los casos en que media una incidental entre sujeto y predicado. Ejemplo: La medicina natural y tradicional, como ya ha quedado apuntado, permitirá evitar la enfermedad.

- g) Cuando se haga un inciso en una cita, no se cerrarán comillas y el inciso irá entre comas. Ejemplo: «Al finalizar la década de los ochenta, dijo el conferenciante, había en el país...»
- h) Los títulos de libros, películas, obras de teatro, periódicos, canciones y, en general, las palabras no castellanas o los neologismos, no se entrecomillarán. Ejemplo: La telenovela *Al compás del son* es la propuesta del canal Cuba visión...
- i) Tampoco se entrecomillarán los nombres de animales, barcos, aviones, misiles o naves espaciales.
- j) Los nombres de organismos, entidades comerciales y formaciones políticas, nunca irán entrecomillados, puesto que llevan ya mayúscula en el inicio de la palabra o palabras que componen su título.
- k) Tampoco se subrayarán o entrecomillarán los nombres de las agencias de noticias, nacionales o extranjeras, y los de calles, plazas, edificios, entidades, organismos y partidos escritos en un idioma distinto al castellano. (Ejemplos: EFE, France Press, British Broadcasting Corporation, Knesset, Sinn Fein.)
- l) Los guiones se utilizan para señalar el cambio de interlocutores en una entrevista corta, en sustitución de los paréntesis en las oraciones intercaladas y para unir dos adjetivos. En este último caso, siempre que cada uno de los adjetivos conserve su identidad (acuerdo cubano-venezolano; es decir, entre los Gobiernos de Cuba y Venezuela). En cambio, se escribirán sin separación cuando esos dos adjetivos supongan una nueva identidad (comunidad cubano americana; esto es, los norteamericanos de origen cubano).
- m) Las abreviaturas llevarán siempre punto. Ejemplo: “Cuba vs. Haití”

13. FOTOGRAFÍAS

- a) Las fotografías deben llevar pie. Los pies deben ser puramente informativos, y descriptivos.
- b) Es de uso obligatorio el atributo ALT.
- c) La foto de una persona muy conocida internacionalmente y a la cual se hace referencia en el texto no requiere especificar el nombre.
- d) Tanto el fotógrafo como el redactor reportero y el editor pueden sugerir el pie de foto.
- e) Las fotografías que se utilicen en la portada deben tener etiquetado y no pie de foto. En el texto interior del artículo las fotos tendrán su etiquetado y siempre que se pueda deben incluir pie de foto.
- f) La noticia principal de la portada siempre irá acompañada de una foto que se destaque por encima de las demás y hasta una dimensión de 250 px por 200 px. El resto de las imágenes de la portada oscilarán entre 100 px y 150 px de ancho y hasta 150 px de alto.

SECCIONES DEL SITIO

1. Secciones de noticias donde se refleje la actualidad nacional, provincial, internacional y local. Las locales con énfasis en los temas de salud, educación, deporte, cultura y ciencia y técnica. Además se reflejarán trabajos de opinión.(Se actualizarán con varias frecuencias al día)
2. Programación en audio: Un resumen semanal de noticias, identidad cultural y hechos históricos de la localidad, efemérides locales, infantiles, el Hit parade de la emisora, programas musicales, música realizada sobre la localidad.(Con frecuencia semanal)
3. Programas premiados en Festivales o Eventos de la Radio.

4. Secciones que reflejen ideas y los valores de la revolución cubana: Reflexiones del compañero Fidel, Caso de los Cinco héroes, terrorismo contra cuba y contra caibarién, bloque de Estados Unidos contra nuestro país, Proceso eleccionario cubano.
5. Secciones que reflejen los más autóctono de la ciudad (Leyendas, costumbres, tradiciones, personalidades, personajes, curiosidades, galerías de imágenes(frecuencia semanal y en algunos casos mensual)
6. Espacios donde se muestren videos sobre temas locales, efemérides, personalidades y de la ciudad.(Mensual)
7. Promoción de eventos, talleres, seminarios, concursos, festivales y resultados de cada uno de ellos.
8. Servicios en el sitio: Búsqueda de artículos en la página(buscador), contactar, directorio, enlaces, mapa del sito, descargar artículos, imprimir artículos, encuestas, canal RSS o feeds.

Requisitos de calidad

Artículos: Se emplearán los recursos de la hipertextualidad, el audio, y la fotografía.

ANEXO # 3

Premio obtenido por la página digital de Radio Caibarién en el
XXX Festival Nacional de la Radio



Cubana.

ANEXO # 4

Banner que presenta la página digital de Radio Caibarién



ANEXO # 5

Página de inicio donde se evidencia la distribución de las noticias



Información nacional, a una columna

Informaciones locales, a dos columnas, una para cada información.

ANEXO # 6

Tabla que muestra las modificaciones realizadas a una cuartilla escrita para el medio radiofónico y que fue publicada en la página digital de Radio Caibarién

(Las modificaciones en amarillo muestran cambios relacionados con la carta de estilo y las que están en azul cambios relacionados con elementos para posicionar la información)

Cuartilla que dejó una periodista en la carpeta pública	Cuartilla arreglada por Raisa Guevara para publicar en la página
LBS 24.3.11 GRABADA TITULAR: DESARROLLAN FIESTA DEL LIBRO EN CAIBARIEN. Cerca de cuatrocientos títulos estuvieron a disposición de los caibarienses este veinticuatro de marzo al desarrollarse en el municipio la fiesta del libro. Seis puntos de venta mostraron las novedades literarias que el público adquirió durante la jornada en tanto los encuentros con escritores se realizaron al unísono, a través de un espacio radial de la CMHS Rebeca Murga lanzó el número sesenta de la revista Signos y Edelmis Anoceto presentó su más reciente obra Predios y lirás mientras con jóvenes de la ESBU Julio Antonio Mella compartieron Ernesto Peña con su volumen Te estaré esperando y Alexis Castañeda presentó su obra La vena del centro. Los niños por su parte junto a la presentación de libros disfrutaron la puesta en escena de la obra La caperucita roja con títeres a cargo del grupo de teatro guiñol Rimarillama, estas en el pabellón infantil que se trasladó a la escuela primaria Ramón Ríos con la idea de extender el evento a zonas lejanas del centro de la ciudad. Lanzamientos de libros y revistas, venta de títulos de variadas temáticas y para diversos gustos junto a las dedicatorias de los seis autores que hasta aquí llegaron, así transcurrió la fiesta municipal del libro en Caibarién.	Fiesta del Libro en Caibarién Cerca de 400 títulos estuvieron a disposición de los lectores de Caibarién este 24 de marzo al desarrollarse en el municipio la Fiesta del Libro. Seis puntos de venta mostraron las novedades literarias que el público adquirió durante la jornada, en tanto los encuentros con escritores se realizaron al unísono, a través de un programa de Radio Caibarién: Rebeca Murga lanzó el número 60 de la revista Signos y Edelmis Anoceto presentó su más reciente obra Predios y lirás, mientras con jóvenes de la escuela secundaria básica "Julio Antonio Mella" compartieron Ernesto Peña con su volumen Te estaré esperando y Alexis Castañeda presentó su obra La vena del centro. Los niños, por su parte, junto a la presentación de libros disfrutaron de la puesta en escena de la obra La caperucita roja con títeres, a cargo del grupo de teatro guiñol Rimarillama, en el pabellón infantil que se trasladó a la escuela primaria "Ramón Ríos Montalvo" con la idea de extender el evento a zonas lejanas del centro de la ciudad de Caibarién. Lanzamientos de libros y revistas, venta de títulos de variadas temáticas y para diversos gustos, junto a las dedicatorias de los seis autores fueron las principales atracciones de la Fiesta del Libro en Caibarién.

ANEXO # 7

Versión Final del trabajo anterior publicada por el sitio digital de Radio Caibarién



ANEXO # 8

Etiquetas y pie de foto de las imágenes en el sitio digital de Radio Caibarién



Etiqueta de la foto. Aparece cuando se coloca el cursor encima de la imagen

Pie de foto. Aparece cuando en el administrador se rellena la etiqueta de captación.

ANEXO # 9

Guía de Observación

Rutinas productivas del Periodismo Hipermedia

- Fases del proceso productivo

- Recogida del material informativo:

Canales de recogida de la información

Trabajo con las fuentes de información

- Selección de la información:

Lista inicial de posibles noticias a publicar

Valores/noticia que inciden en la selección

Criterios de selección de las fuentes

- Presentación de la información:

Elementos del Periodismo Hipermedia presentes
(hipertextualidad, multimedialidad e inteactividad)

Formatos de presentación final.