

**UNIVERSIDAD CENTRAL “MARTA ABREU” DE LAS VILLAS
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**



TRABAJO DE DIPLOMA

**Tema: Las rutinas de producción hipermedia en
*Vanguardia web***

Autora: Lianet Alayón Pérez

Tutora: MSc. Maria Victoria González Clavero

Santa Clara

Julio de 2017

AGRADECIMIENTOS

A mi abuelo, por la décima, por “la luna dibujada en un pañuelo”.

A mi abuela, por las historias bucólicas y el mejor olor del mundo.

A mi madre por el amor tácito, como ella.

A mi papá Aureliano Segundo, por el apoyo sin límites.

A Luis, por la risa eterna y el histrionismo que me complementa.

A mi hermana Liset y mis niños Lázaro y Cris por imprescindibles.

A Nilebys por la ayuda generosa.

A mi suegra Coral que siempre responde.

A mis tías Grisel y Nancy y a los primos todos.

A Lianet. Por compartir al Borges y la cristinosabiduría.

A Zammy, por el cigarro que “nos mantiene vivas hasta que nos mate”.

A los amigos que se fueron, el grupón de la calle 30, por los primeros años.

A mi grupo todo de Matanzas: Ayose, Lisandra, Liliet y Marian. Por las noches de excesos y “accesos”. Por todo el mar que compartimos. Porque la distancia no ha podido.

A mi grupo de la UCLV: Angel, Laura, Greter, Luis Javier y Alden, por no sentirme ajena, porque los quiero pronto pero los quiero.

A María Victoria, por su paciencia infinita y el tan necesario optimismo.

Al colectivo de Vanguardia, en especial a Raima.

A todos los que ayudaron, gracias.

RESUMEN

Por la importancia de comprender los procesos de producción periodística al interior de un medio de comunicación digital, la presente investigación constituye una caracterización de las rutinas productivas del sitio web *Vanguardia*. A partir de un estudio de emisor, se propone describir las diferentes fases por las que transita la construcción de noticias de este sitio web, así como determinar los principales factores que median en el ciclo productivo de este medio de comunicación. Desde la perspectiva cualitativa, se asumen los métodos bibliográfico-documental y etnográfico, y las técnicas revisión bibliográfica-documental, observación participante, encuesta, grupo focal y entrevistas semiestructuradas. La triangulación de estos métodos y técnicas develó que las limitaciones de tipo tecnológicas, la falta de organización y planificación del flujo, así como de competencias profesionales en función del periodismo hipermedia que afronta el medio, determinan la existencia de una rutina guiada por la producción tradicional, así como la concepción de un producto periodístico carente de cualidades hipermediales.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: RUTINAS PRODUCTIVAS DEL PERIODISMO HIPERMEDIA	5
1.1 El periodismo para y con Internet. Principales tendencias.....	5
1.1.1. Características del periodismo hipermedia.....	8
1.2 Rutinas productivas en el entorno digital.....	12
1.1.2. Factores internos y externos que inciden en la producción mediática.....	14
1.1.3. La recogida: fuentes, agencias y dietario.....	20
1.1.4. La selección, los valores que la determinan.....	24
1.1.5. La presentación de la noticia.....	26
CAPÍTULO II: VANGUARDIA, SU INCURSIÓN EN LA WEB.....	30
2.1 La prensa cubana en la era de Internet.....	30
2.2 Vanguardia arriba al ciberespacio.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Características actuales del sitio web de <i>Vanguardia</i>	31
CAPÍTULO III: REFERENTES METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.1 Métodos y técnicas de la investigación.....	34
3.2 Categorías. Conceptos y operacionalización:	35
CAPÍTULO IV: REALIDADES EN LA PRODUCCIÓN HIPERMEDIA	40
4.1 Mediaciones internas y externas en el proceso productivo.....	40
4.2 Etapas de la producción web. La recogida informativa.....	50
4.3 Etapas de la producción web. La selección del material	53
4.4 Etapas de la producción web. La presentación del producto	56
CONCLUSIONES.....	61
RECOMENDACIONES.....	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	64
ANEXOS.....	69

INTRODUCCIÓN

Internet procesa la virtualidad y la transforma en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad donde vivimos (Castell, 2011). Esta red supuso la descentralización de la información, al constituir una alternativa ante los lineales procesos comunicativos, a partir de la creación de nuevos espacios difusivos y la reformulación de valores en las prácticas periodísticas.

La vorágine acontecida en el campo de la información, como resultado de la introducción de las nuevas tecnologías, se consolidó con la producción periodística hipermedia, una forma de comunicación que transcurre en un soporte inmaterial e intenta devolver al usuario la centralidad en el proceso comunicativo.

La interactividad que supone la digitalización modifica la práctica periodística, el histórico papel de los receptores y hasta los efectos concedidos a los *mass media*. Tal situación suscita polémicos criterios y diversos pronósticos que cuestionan el futuro del periodismo en la era digital.

En el escenario virtual se diversifican los discursos mediáticos implementando la pluralidad de lenguajes, así como herramientas de mayor eficacia comunicativa que parten de las opciones multimediales de la web. La dinámica que impone el entorno tecnológico al romper con los clásicos esquemas emisor-receptor, traza nuevas perspectivas en el desarrollo de las rutinas productivas.

En el ámbito internacional –generalmente en países del primer mundo y algunos latinoamericanos, entre los que destacan México, Brasil y Argentina–, existe como tendencia una mayor familiarización con los procesos comunicativos en Internet, que ya pasa a ser un fenómeno suficientemente teorizado y depurado y donde las instituciones mediáticas han incursionado en distintas formas de configuración, como la convergencia de medios y las redacciones integradas.

En Cuba el periodismo hipermedia se gesta en un complejo panorama. En la mayoría de los casos se produce ligado al periodismo tradicional, en espacios donde coexisten prácticas ya estructuradas con las emergentes y donde el periodismo hecho para la web carece de una dinámica productiva propia, que responda a las demandas del ciberespacio.

La prensa cubana exige una renovación teórica y práctica que logre concebir las fases de la producción periodística hipermedia de forma independiente, guiada por las dinámicas que

traza la tecnología, ya que los esquemas productivos que orientaron el periodismo tradicional, resultan insuficientes.

Los estudios de procesos productivos, uno de los más significativos avances en el campo de la investigación en comunicación, posibilitan ahondar en las fases de la producción de noticias, constituyendo una herramienta positiva en la detección de los aciertos y desaciertos que engendra el proceso comunicativo, así como en la implementación de nuevas formas de organización del trabajo.

Algunas investigaciones se han centrado en vincular la producción periodística a los procesos rutinarios que se originan en Internet. Precursoras en este sentido fueron: “De los media a la red. Rutinas productivas e ideologías profesionales en los periódicos digitales” de Zeus Naya (2003), y “De frente al laberinto... y sin el hilo de Ariadna. Las experiencias de cinco medios cubanos online” de Janet Comellas y Martha Sánchez (2005), entre otras investigaciones sobre el entorno hipermedia, centradas en el análisis de las ideologías profesionales, tal es el caso de las tesis doctorales “Reubicar el futuro: Las mediaciones entre la cultura profesional y las lógicas de producción periodística para la web. Estudio de casos: *Granma y Trabajadores*” de Edda Diz Garcés (2011), y “El reto de la modernidad: La mediación tecnológica en la cultura profesional de los periodistas de la Redacción Digital y PLTV de *Prensa Latina*” de Claudia Dupeyrón (2015).

En la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, resultan de necesaria consulta para abordar esta temática las tesis de María Victoria González Clavero y Cristyan González Alfonso (2008), Iris Celia Mujica Castellón (2013) y Mairelys Valdivia Díaz (2014).

El interés por indagar en la página web de *Vanguardia*, Órgano Oficial del Partido Comunista de Cuba en la provincia de Villa Clara, parte de que se concibe como un estudio de interés, al no haber sido abordada recientemente la categoría de rutinas productivas al interior de este cibermedio, ya que la última investigación que se enfocó en esta área, corresponde al estado inicial y experimental de los procesos productivos hipermediales.

Otra de las razones por las que se considera oportuna la investigación es que el sitio web *Vanguardia* transitó por una renovación en mayo del 2016, que supuso una modificación en cuanto a diseño y funcionalidad; por tanto, el presente estudio comprenderá el acontecer de la construcción noticiosa en un sitio de escasos antecedentes investigativos.

Como período de observación, con el fin de describir las rutinas de producción del medio, se eligen los meses de marzo a mayo de 2017, por constituir un espacio temporal con comportamiento típico, al margen de eventualidades que alteren la regularidad de los procesos de construcción de la noticia.

Teniendo en cuenta los aspectos mencionados, y en función de obtener resultados teóricos que tributen a los estudios sobre procesos comunicativos, y puedan contribuir a guiar la producción mediática, se plantea el siguiente problema de investigación:

Pregunta de investigación:

- ¿Cómo funcionaron las rutinas productivas del periodismo hipermedia del sitio web www.vanguardia.cu durante el período comprendido entre marzo y mayo de 2017?

Objetivo general:

- Caracterizar el funcionamiento de las rutinas productivas del periodismo hipermedia del sitio web www.vanguardia.cu durante el período comprendido entre marzo y mayo de 2017.

Objetivos específicos:

- Determinar la influencia de las mediaciones internas y externas en las rutinas productivas del periodismo hipermedia del sitio web www.vanguardia.cu durante el período comprendido entre marzo y mayo de 2017.
- Describir el proceso de recogida de información para el sitio web www.vanguardia.cu durante el período comprendido entre marzo y mayo de 2017.
- Describir el proceso de selección de la información para el sitio web www.vanguardia.cu durante el período comprendido entre marzo y mayo de 2017.
- Caracterizar el proceso de presentación de la información para el sitio web www.vanguardia.cu durante el período comprendido entre marzo y mayo de 2017.

El informe de la investigación está estructurado en cuatro capítulos. En el Capítulo 1, *Rutinas productivas del periodismo hipermedia*, se desarrollan teóricamente las categorías de Periodismo Hipermedia y Rutinas Productivas, ahondándose en las definiciones y rasgos, y efectuando una relación entre dichos conceptos.

El Capítulo 2, *Vanguardia, su incursión en la web*, tiene un carácter contextual, desde el surgimiento de *Vanguardia* como medio impreso hasta la concepción del sitio web, el cual se describe en el capítulo a partir de sus características histórico-estructurales.

El Capítulo 2, *Referentes metodológicos de la investigación*, registra los métodos (bibliográfico-documental y etnográfico) y las técnicas (observación participante, encuestas y entrevista semiestructurada) empleados en la investigación, además de definir las categorías generales, los conceptos asociados a estas y su respectiva operacionalización.

Por su parte, el Capítulo 4, *Realidades en la producción hipermedia presenta los resultados de la investigación*, caracteriza la influencia que ejercen las mediaciones en la producción y describe cada fase del ciclo. Además, este trabajo de diploma consta de conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas (empleadas para el estudio y asentadas según la Norma APA Sexta Edición) y los anexos.

La presente investigación se enfoca en las categorías rutinas productivas y periodismo hipermedia, con el objetivo de caracterizar la producción al interior del medio web *Vanguardia*, y persigue con sus resultados detectar ciertas debilidades que afronta el proceso productivo con el fin de contribuir al perfeccionamiento de las rutinas mediáticas.

CAPÍTULO 1: RUTINAS PRODUCTIVAS DEL PERIODISMO HIPERMEDIA

1.1 El periodismo para y con Internet: Principales tendencias

Internet se ha revelado como el instrumento de poder más sólido de la actualidad. Tras desatar una revolución digital en medio del panorama convulso y globalizador, inaugura una época en la historia de la humanidad al crear un nuevo modelo social basado en la información como eje central de todos los procesos.

“La llegada de las tecnologías de la información y la comunicación y su buque insignia, Internet, han hecho repensar muchas reglas, particularmente en el ambiente de la comunicación pública” (Diz, 2011, p. 62). La llamada “sociedad de la información” requiere de procesos comunicativos más rápidos y compatibles con sus modos de vida e interacción.

El periodismo pronto entendió la necesidad de adecuarse a las demandas impuestas por el público y el mercado. Al acatar la reformulación de sus métodos, la prensa cedió terreno a este soporte más inclusivo y asequible, convirtiéndose Internet en el escenario mediático por excelencia de la actualidad, donde se desarrolla el Periodismo Hipermedia.

No pocas denominaciones definen el ejercicio periodístico en las redes digitales. Entre las más comunes están Periodismo Multimedia, Ciberperiodismo, Periodismo web, Periodismo Digital, entre otras que de igual modo aluden a la prensa virtual. La presente investigación reconoce la categoría de Periodismo Hipermedia por tratarse del concepto más abarcador, referido a la confluencia de determinados elementos que particularizan el periodismo hecho en la red.

Para la profesora Edda Diz Garcés (2011, p. 1) el periodismo hipermedia resulta hasta el momento el más poderoso y funcional de los medios de prensa ya que “posee las características de todos los demás (prensa, radio, televisión) y cualidades excepcionales, como la interactividad, la hipertextualidad, la multimedialidad y la inexistencia de límites espacio temporales”.

El fenómeno Web 2.0 inserta al receptor en modos de colaboración y participación antes desconocidos, marcados por el uso masivo del blog y las redes sociales. El empleo de las herramientas de la Web 2.0, constituye una superación del modelo vertical que antes caracterizaba la esfera de la comunicación pública.

La red con su carácter interactivo ha difuminado los límites entre ambos actores del proceso comunicativo, convirtiendo al usuario en un agente capaz de consumir y producir

contenidos, situación que genera que “estemos ante interlocutores que comparten una tecnología mediante la cual pueden intercambiar instantáneamente su papel de emisor por el de receptor y viceversa” (Caminos, Marín y Armentía, 2006, p. 7).

El Periodismo Hipermedia es aquel que se ejerce desde y para la producción de contenidos en diversos formatos hipermedia. Se caracteriza por un lenguaje periodístico que aún está construyendo su propia gramática, lo que supone nuevas competencias profesionales para enfrentar este proceso y/o producto comunicativo. No hace referencia solo a los periodistas tradicionales que producen textos para publicarlos en la red, sino en mayor grado, se refiere a aquellos que tienen competencias en el manejo de herramientas tecnológicas y las integran a su ejercicio profesional para producir contenidos con formato hipermedial [Rodríguez (2005) y Tejada (2007); como se citó en Valdivia Díaz (2014, p. 8)].

Sin embargo, la presente investigación reconoce el Periodismo Hipermedia según la definición de la Profesora Milena Recio (2006), quien plantea que:

Es una forma de ejercicio del periodismo que depende de su inserción en redes digitales y que se expresa fundamentalmente, en toda su amplitud, a través de la aplicación de la web. Recurre a las herramientas funcionales y organizacionales que posibilita esta aplicación, fundamentalmente el hipertexto, la interactividad, la multimedialidad y la actualización prácticamente continua que fomenta la publicación y el manejo de información en tiempo real (p. 48).

Las potencialidades que representan Internet y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para un periodismo más dinámico e integrador han reestructurado los sistemas de trabajo de los medios de comunicación, y sus *modus operandi* se redefinen para ajustarse a los recursos y perfiles propios del ciberespacio.

Se trata de una nueva modalidad 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. Las redes interactivas y la documentación digitalizada han supuesto una revolución en los métodos investigativos, también la producción y difusión se reforman a partir de herramientas digitales y de la emergencia de nuevos medios que emplean las plataformas virtuales para publicar sus contenidos (Salaverría, 2005, p. 9)

La repercusión de la tecnología en la información suscita heterogéneos puntos de vista; la asimilación de los patrones de la digitalización en los medios ha tenido gran acogida asociada a integralidad informativa en algunos casos, pero en otros se contempla como una amenaza para la calidad periodística.

Para Comellas y Sánchez (2005, p. 6) el periodismo hipermedia “amplía las posibilidades del ejercicio tradicional con gran variabilidad de fuentes, capacidad de memoria, espacio sin límites, rapidez de transmisión de información, y en especial la perspectiva de actualización continua y de cobertura en tiempo real”.

Mientras Wolf (1994) detecta en este nuevo medio “un empobrecimiento de la calidad periodística, un proceso de desprofesionalización provocado por la introducción de las nuevas tecnologías informáticas y de los sistemas editoriales, del proceso de burocratización de las redacciones y de los impactos del marketing en la toma de decisiones de los periodistas” (p. 2).

Lo cierto es que a pesar de las numerosas ventajas que porta, Internet ha abierto un período de incertidumbre en los *mass media*, poniendo en cuestión aspectos tan sensibles como la credibilidad de las fuentes de información, el valor de la noticia impresa e, incluso, el papel protagónico del periodista.

Los propios periodistas se han visto afectados: dejando que la inmediatez prime sobre cualquier otro aspecto como la veracidad de las fuentes o la redacción periodística, que la primicia informativa sea el valor más importante frente al análisis y la investigación profunda que caracterizó el ejercicio periodístico tradicional (Cerezo y Zafra, 2003, p. 3).

Por otra parte, existen los “integrados” a la faceta hipermedia de la prensa, quienes ven este espacio, como una alternativa a los desiguales procesos de apropiación de la información. Por ejemplo, a decir de Rosa Miriam Elizalde (2008, párr. 6), “como el cuchillo, sirve para cortar el pan común y también para aniquilar a los seres humanos. La diferencia del uso está en las manos de quien lo posea y en el rol que le toque desempeñar”.

Recio (2003) considera pertinente aclarar que toda publicación periodística en el espacio digital no constituye necesariamente una muestra de periodismo hipermedia.

Muchas veces las webs se convierten en 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 (p. 154).

Sin embargo a decir del profesor Gómez Masjuán (2016) el “volcado” de información de la versión impresa a la web de un medio no es una práctica desacertada, pues a su entender la verdadera deficiencia que transita este proceso es quedarse en el volcado nada más, “no ser capaz de generar nuevos enfoques y contenidos para ese canal diferente, de enriquecerlo con elementos hipermediales y nuevas aristas, entonces el volcado sí se te convierte en un enorme problema y creo que no hemos salido de esa etapa” (p. 11).

Las redacciones hipermedia son prácticamente inexistentes e, incluso, en los medios que sí cuentan con este espacio físico definido, con periodistas y diseñadores que laboran solo para la versión digital, las rutinas productivas de la web encuentran múltiples puntos de contacto con sus versiones tradicionales, lo que impide que los contenidos se conciban con un carácter netamente hipermedial.

1.2 Características del periodismo hipermedia

Con la aparición de Internet, las posibilidades expresivas de la comunicación se abrieron, creando un modelo periodístico multidireccional, con marcada potencialidad para la integración de recursos comunicativos y visuales.

Las cualidades que debe tener un periodista cuando escribe para la red, llamadas en su conjunto hipermedialidad suponen cambios que afectan profundamente los contenidos, los productos, las organizaciones y las audiencias, pero sobre todo significan nuevas posibilidades expresivas que otorgan singularidad a los productos comunicativos hipermedia. (Salaverría y Sábada; como se citó en Salaverría, 2005, p. 23).

Para Orihuela (2009, p. 17) el hipertexto es “un sistema de estructura ramificada, que solo es posible técnicamente en entornos digitales y puede constituirse como un documento electrónico estructurado como una red de nodos y enlaces, que funcionan por procesos asociativos y no de modo lineal”.

Salaverría (2005) establece cuatro categorías de contenidos para definir los enlaces hipertextuales de los medios digitales, a partir de las funciones documentales y narrativas que estos poseen: enlaces documentales (la información de contexto, procedente en su mayoría del archivo del hipermedio), enlaces de ampliación informativa (las noticias de última hora proponen enlaces que aportan recientes datos relacionados con el tema), enlaces de

actualización (noticias de última hora cuyos datos se van conociendo poco a poco y se ofrecen mediante enlaces) y enlaces de definición (amplían las referencias a personas e instituciones poco conocidas por los lectores).

Esta investigación se adscribe a la clasificación de Milena Recio (2003), quien define las modalidades de hipertexto como organizativas e informativas, la primera como los enlaces que desde la portada permiten acceder a las páginas interiores del sitio, y la segunda referida a los enlaces incrustados en el texto.

La hipertextualidad plantea novedosas formas de construcción de los productos noticiosos, que están alejados de la secuencialidad y las jerarquías propias de la comunicación en los medios tradicionales, ofrece amplísimas formas de complementación y profundización informativa mediante la generación continua de recursos de documentación a través del establecimiento de numerosos vínculos o enlaces internos y externos (Díaz Noci, 2006, p. 8).

El hipertexto posibilita la conexión de información digital a través de enlaces, tanto para ampliar un tema determinado como para acceder a otro tipo de dato independiente al documento. Esta herramienta propone otras rutas a las necesidades informativas del usuario y gestiona la contextualización del mensaje para una mejor comprensión del producto comunicativo.

La hipertextualidad actúa como “uno de los principales motores de cambio en los procesos de emisión, recepción, y las modalidades de presentación y estructuración de los contenidos” (Edo, 2001, p. 36). Esta técnica demanda habilidades creativas por parte de los periodistas y competencias de los receptores, los cuales adquieren mayor autonomía al poder seleccionar el recorrido de la lectura acorde con sus intereses.

Resulta incuestionable el hecho de que Internet se manifiesta como un medio propicio para informarse, expresarse y para comunicarse, todo a nivel planetario y con importante dominio sobre los condicionantes temporales y espaciales en las que se produce la interacción.

Otra de las modalidades que introduce el periodismo en Internet es la interactividad, un proceso que se erige sobre la interacción social promovida por las nuevas relaciones de la comunicación, que favorecen la descentralización y democratización informativa, generando la interacción a través de encuestas, chats, infografías, entrevistas *online* y las propias noticias.

Como sustenta Rodríguez (2005) la interactividad constituye una de las herramientas más revolucionarias de la Red, en cuanto cambia por completo el modelo de comunicación de los medios tradicionales, así como los desmarcados roles emisor/receptor. Esta cualidad posibilita que el receptor transite de la exploración a la creación, aspecto que refiere Recio (2006) como un nivel de la interactividad.

Los autores holandeses Bordewijk y Van Kaam (2001) establecen cuatro dimensiones de interactividad. La interactividad de transmisión (modelos unidireccionales donde el usuario solo puede activar o cancelar una emisión), interactividad de consulta (además de activar o cancelar, el usuario puede acceder a una opción entre un menú de posibilidades), interactividad conversacional (aquí el lector puede convertirse en emisor de mensajes a otros destinatarios) y la interactividad de registro (personalización de contenidos a través de registro o suscripción).

Sin embargo la investigación reconoce la propuesta de Rost (2006, p. 4), quien establece la categoría de “interactividad selectiva”, que se basa en las posibilidades de selección de contenidos para los usuarios, quienes a partir del hipertexto como herramienta acceden a la libre navegación y satisfacción de necesidades informativas de distintos perfiles, así como la “interactividad comunicativa”, que se refiere a la participación activa y crítica de los lectores en la construcción de la actualidad, al elaborar productos comunicativos y difundirlos en la red.

Salaverría (2005) ve la interactividad selectiva como simple interacción, que se limita a la capacidad de manipular los contenidos informativos. Al lector navegar pasivamente de noticia a noticia a través de los enlaces, “no adquiere dominio sobre el contenido de la información, pues esta sigue siendo patrimonio del medio, sino sobre su estructura” (p. 32).

A decir de este autor existen múltiples formas de interactividad en el periodismo digital, que pueden establecerse en cualquier dirección. “También puede considerarse una experiencia interactiva compleja aquella que el lector mantiene con el cibermedio, en este caso no dialoga con personas, sino con unas bases de datos que le “hablan” con lenguajes documentales específicos” (Salaverría, 2005, p. 32).

En Internet prevalecen, además, espacios para la comunicación interpersonal como las bitácoras o *weblogs* y las redes sociales. Estos constituyen oportunidades interactivas por excelencia, asociadas a la libertad de expresión y el carácter democrático de la comunicación.

Su éxito ha sido tan notable que algunos cibermedios se han visto obligados a emplearlos en sus estrategias comunicativas para ganar lectores.

La experiencia interactiva que ofrece la Red incrementa el consumo de los productos informativos por parte de los usuarios, como parte de los niveles de satisfacción que propicia disponer de un sistema comunicativo inclusivo, basado en la retroalimentación y la libre creación de contenidos.

Otro de los elementos que caracteriza el producto hipermedia es la multimedialidad, entendida para la investigación como “la capacidad de procesar y difundir mensajes que integran diversos códigos lingüísticos, textuales, visuales y sonoros con cierta unidad comunicativa” (Díaz Noci, 2004, p. 16).

En el producto multimedia existe la posibilidad, por primera vez, de combinar en un mismo espacio las herramientas de los distanciados medios tradicionales. La radio, la televisión y la prensa impresa tienen vida común en los cibermedios y sus formas de presentación componen el lenguaje multimedia.

La multimedialidad diversifica el perfil de trabajo del periodista, una vez que permite fusionar la técnica y el lenguaje de los medios clásicos. Hace compatibles soportes diversos e informaciones que inicialmente no tenían ninguna conexión, se sincronizan en tiempo y espacio y se presentan con un lenguaje múltiple (Edo, 2001, p. 41).

En la mayoría de los medios la práctica del periodismo hipermedia resulta cuestionable; generalmente los cibermedios solo presentan texto, imágenes y sonidos que pueden ser consumidos de manera aislada, en lugar de integrar en un material todos los recursos que admite el producto comunicativo multimedia.

Salaverría (2005) distingue dos tipos de multimedialidad: por yuxtaposición, aquella que presenta los elementos multimedia de manera disgregada, aunque estén reunidos en la misma página web, y por integración, aquella cuyos contenidos textuales, icónicos y/o sonoros posean unidad comunicativa, articulados en un mismo mensaje.

Para la inclusión de los recursos multimediales (texto, sonido, imagen) en un producto periodístico no es posible establecer modelos prefijados. En función de las informaciones recolectadas y los formatos en que se presentan, el periodista o el equipo de trabajo determinarán en qué momento de la estructura hipertextual insertar el fragmento sonoro, una

imagen o la combinación de estos, de forma tal que se mantenga la coherencia del producto comunicativo (Marrero, 2007, p. 60).

Entre las principales contribuciones de la técnica multimedia al ejercicio del periodismo se encuentra el aumento de la calidad de los contenidos, pero aún el periodismo hipermedia actual tiene como reto trascender el carácter generalmente yuxtapuesto de su multimedialidad y crear informaciones que combinen se forma simultánea todos los elementos: texto, imágenes, audio y video, para ofrecer a la audiencia el producto informativo más completo posible.

1.3 Rutinas productivas en el entorno digital

Desde la perspectiva del *Newsmaking* expuesta por Mauro Wolf (2005), la cultura profesional y las rutinas productivas median de forma evidente en la producción de contenidos de los medios de comunicación. Varios autores como Shoemaker y Reese (1994) así como Diz (2013) reconocen un modelo jerárquico de influencias en la construcción de los mensajes.

Las rutinas productivas constituyen disposiciones aprehendidas mediante la socialización, pautas establecidas por la organización sobre cómo realizar el trabajo y, por tanto, contribuyen a disminuir la incertidumbre del profesional mediante la estandarización del proceso.

A decir de Martini “se trata de un trabajo cuyos tiempos resultan siempre insuficientes, y necesita por eso mismo una organización y una coordinación afinadas basadas en prácticas rutinarias, con la flexibilidad necesaria para ocuparse de sucesos extraordinarios, imprevisibles o extemporáneos” (2000, p. 9).

La presente investigación se adscribe al siguiente concepto de Roger Ricardo Luis (2002, párr. 51) por concebir la tecnología, las políticas externas e internas y la cultura profesional como factores determinantes en la producción de noticias.

Las rutinas productivas son el conjunto de normas y acciones 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: recogida, selección y presentación, en ellas se evidencia, además, el aprendizaje profesional derivado de ese quehacer que llega asociarse, como regla, a la repetición y las costumbres y tienen su repercusión en el resultado final de la labor periodística.

El teórico Alsina (1993) afirma que básicamente “toda la producción informativa se reduce a dos procesos: el de selección y el de jerarquización” (p. 130). La presente investigación reconoce estos procesos en la construcción de noticias, pero se acoge a la propuesta de Wolf (2005) de establecer tres fases cronológicamente ordenadas dentro de la producción periodística: recogida, selección y presentación.

Las rutinas productivas no solo actúan como formas organizativas del trabajo cotidiano, sino que constituyen el reflejo de las ideologías profesionales y estructuras socio-políticas que intervienen perceptiblemente en todas las fases. “Este carácter normativo las convierte en un instrumento de control social por parte de niveles jerárquicos superiores sobre la construcción de reportes informativos con la posible intención de evitar fugas de sentido en los productos publicados” (Franco, 2005,14).

Las fases del proceso productivo asociado a un medio de comunicación masiva según las definiera Wolf (2005) no pueden permanecer inmutables ante las Tecnologías de la información y la comunicación. La recogida, selección y presentación del material informativo son pistas insuficientes para describir las rutinas productivas de la web, que necesitan tener en cuenta las nuevas dinámicas, vínculos y relaciones surgidas entre emisores y usuarios.

Los adelantos tecnológicos impulsaron la reinención de las rutinas productivas, al obligar a los medios a trazar estrategias comunicativas de mayor eficacia, que no comprendieran solo texto, también galerías de fotos, audio, vídeos, infografías, etcétera; lo que representó una nueva forma de concebir el periodismo.

Estas nuevas rutinas de producción en el espacio digital están en correspondencia con la nueva modalidad de redacción que, según Diz (2011, p. 63), “exige el rediseño de la estructura física y organizativa para pasar de tradicional a multimedia, un cambio de mentalidad por parte de los emisores y la adquisición de conocimientos y habilidades para hacer uso intensivo de la tecnología”.

El surgimiento y estructuración de la redacción hipermedia como modelo productivo entrañó transformaciones en las rutinas de trabajo y las ideologías profesionales. Por tanto, la digitalización supone un cambio infraestructural, junto a un renovado esquema de comunicación y un periodista más versátil, elementos que redefinen las vías de construcción noticiosa.

Para los periodistas la reconfiguración organizacional producto de la digitalización de la prensa, supone como tendencia trabajar para dos versiones, consolidando nuevas rutinas propias de un proceso de comunicación multimedial e interactivo, “bajo exigencias de desarrollo en cuanto a capacidades que van desde manejo de software hasta lenguaje multimedia, lo que constituye un nuevo perfil profesional en la industria” (Meneses, 2012, p. 4).

“Una buena parte de las rutinas del periodista en red no son coincidentes a las de los periodistas convencionales” (Gil, 1999, p. 6). Sin embargo, al referirse a rutinas productivas como metodologías que guían el quehacer periodístico, las fases del proceso productivo (recogida, selección y presentación) permanecen fácilmente identificables. Por tanto, las rutinas productivas del periodismo hipermedia se entenderán como:

La organización del trabajo periodístico a modo de proceso que incluye la recogida, selección y presentación del material informativo, como fases fundamentales del ciclo productivo y se desarrollan en función de los criterios de noticiabilidad, mediadas por la jerarquización y exclusión informativa. Su práctica implica una serie de cambios respecto a las rutinas de periodismo tradicional y se ejerce para la producción de contenidos en formatos hipermediales (Salaverría, 2005; Recio, 2006).

El cambio acontecido en las formas específicas de construcción de noticias responde a particularidades del periodismo en la web, espacio donde confluyen las tendencias tradicionales del oficio junto a la reformulación de métodos que elevan la competencia periodística en el universo hipermedia.

1.3.1 Factores internos y externos que inciden en la producción mediática

La institución periodística organiza la producción periodística en consonancia con sus características y a través de sus rutinas, donde intervienen aspectos que determinan el resultado del producto, mediaciones que están estrechamente ligadas a cuestiones internas de la institución y a otras externas generadas por el contexto social. Estas se definen como:

Un proceso estructurante que resulta de la interrelación de los actores, agentes, procesos y prácticas comunicativas con distintas instancias (estructuras) y procesos sociales. Como proceso estructurante, dicho encuentro pone en juego constricciones y habilitaciones que condicionan, configuran y otorgan sentido a la comunicación. (Gámez, 2007, pp. 208-209)

Los aspectos externos a la institución actúan como rectores de las dinámicas productivas de la prensa, en cualquier soporte periodístico; estos van a condicionar las estructuras, organización e ideologías de los profesionales, actuando sobre los contenidos periodísticos en una actividad reguladora, en consonancia con determinados intereses políticos y sociales. A decir de Martín Serrano (2003, párr. 17):

Sobre la regulación externa gravitan aquellas políticas concretas (como las políticas nacionales de comunicación) que en cada sociedad llegan a imponerse y, en última instancia, son una toma de partido entre la conveniencia histórica de la comunidad y los intereses funcionales de ese momento tanto de los grupos que ejercen el poder como a cada usuario de la comunicación.

También son contempladas como mediaciones externas de influencia en los sistemas mediáticos, el régimen de propiedad sobre los medios de producción, así como las relaciones que se establecen con las fuentes, “en tanto que representan una particular dimensión del funcionamiento de los medios, imbuida de un elevado componente de poder” (Ricardo Luis, 2006, párr. 38).

La presente investigación se adscribe al criterio de García Luis (2004) quien comprende este tipo de mediación como “la regulación que externa actúa sobre los contenidos de manera principalmente indirecta al influir en el contexto de la comunicación, es decir, en su entorno, sus condiciones, sus compromisos políticos, sus marcos legales, económicos y de otro tipo” (p. 66). En este escenario intervienen instituciones, entidades, organizaciones, instancias, personas representativas de las diferentes esferas de la vida social, política, económica e ideológica.

A pesar de reconocer la importancia de los factores externos en los procesos de producción mediática, la presente investigación, sin dejar de reconocer esta influencia, hará énfasis en los factores estructurales-organizativos (o sea, mediaciones internas) por ser los más idóneos para representar el tipo de mediación que surge como particularidad del proceso comunicativo virtual.

En el plano interno, las formas organizativas de la institución van a constituir las peculiaridades del proceso productivo. “Los factores estructurales-organizativos y profesionales, comprendidos como mediaciones internas, constituyen todo el aparato

organizativo, administrativo y burocrático, que le confiere un carácter estable al acopio y procesamiento de los sucesos noticiables” (Alonso, 2003, p. 103).

El profesor García Luis (2004, pp. 46-47) considera como mediaciones que ejercen una influencia en el plano interno de los medios de comunicación: “la organización, estructura, funcionamiento y flujos productivos de los medios; la información interna del medio y la participación real que en ella tienen los ejecutivos y los colectivos de comunicadores; así como la formación y desarrollo del capital humano.

Sin embargo, la presente investigación valora las mediaciones internas en consonancia con el criterio de Diz (2013), quien establece como mediaciones internas: las institucionales, que tienen que ver con la estructura, organización y normas de funcionamiento interno del medio; las técnicas que tienen que ver con la infraestructura técnica del medio, su disponibilidad y uso; las estructurales, relativas al manejo de las características expresivas y formales de los productos comunicativos según la naturaleza tecnológica del medio, y las cognitivas que tienen que ver con los hábitos, la profesionalidad, los valores, criterios de noticiabilidad y otros aspectos que determinan la dimensión cognitiva de los relatos.

Las rutinas del periodismo hipermedia poseen sistemas organizativos readaptados a las características del entorno digital, entre las reestructuraciones más desarrolladas en el nuevo modelo se encuentra la incursión en la convergencia mediática o integración de redacciones, donde los ciclos productivos responden a la implementación de estas tendencias organizativas.

La convergencia es un fenómeno que no se centra sólo en el tema del soporte, esta implica conjuntamente factores de orden cultural, profesional, de producción, estructura, lenguaje y contenido de los medios. “Supone una reorganización de los flujos de trabajo en las redacciones a la que ya casi todos los principales medios se han sumado” (Ramos, 2014, p. 222). Para el presente estudio:

La convergencia, resultado de la implantación generalizada de las tecnologías digitales en la comunicación, afecta al ámbito estructural, tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados (Salaverría y García, 2008; como se citó en Ramos, 2014, p. 222).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) en su Informe Mundial sobre la Comunicación distingue tres tipos de convergencia (Meneses, 2012, p. 3). La convergencia técnica, referida a la digitalización en la industria de los medios de comunicación, la convergencia funcional como la hibridación de los servicios que ofrecen los medios y la convergencia corporativa, que se materializa con las grandes fusiones entre empresas de medios de comunicación y de telecomunicaciones.

Mientras Salaverría y García (2008) mencionan como tipos de convergencia: la convergencia de redes, que responde a la capacidad integradora de contenidos, servicios y aplicaciones digitales, la convergencia instrumental referida a la confluencia de soportes en el producto y la convergencia de aplicaciones como la integración de sistemas de gestión de contenidos.

El periodismo hipermedia rompe con la individualidad de antaño, cuando las empresas se limitaban a un solo soporte. Ahora, estas empresas que tienden a la concentración empresarial, buscan multiplicar su presencia en todos los medios a través del múltiple aprovechamiento de los recursos materiales y humanos que trae la convergencia, así como la unificación de redacciones.

La redacción integrada es un fenómeno particular dentro del macrofenómeno de la convergencia. La presente investigación la reconoce como el “marco común de trabajo creado mediante una reorganización estructural, basada ésta en el mejor aprovechamiento de los medios, en compartir conocimientos y cuyo objetivo es la consecución de un producto informativo mejor y un periodista más preparado” (Ramos, 2014, p. 6).

Todos los sistemas de comunicación pública están soportados por la existencia de un equipamiento técnico, medios de producción y recepción de la información. Según Martín Serrano (1993) en el entorno tecnológico es necesario un acoplamiento entre el sistema social y el sistema de comunicación.

En el periodismo para y con Internet el aspecto tecnológico constituye el epicentro de las dinámicas productivas. Por tanto, su nivel de disponibilidad y desarrollo determinará los procesos informativos en el ciberespacio, siendo las herramientas de la tecnología informática las que sustentan esta modalidad periodística.

A decir de Núñez (1999) la tecnología debe verse como una práctica social, que integra factores psicológicos, económicos, políticos y culturales; siempre influidos por valores e

intereses determinados (como se citó en Diz, 2013, p. 18). El estado infraestructural del medio va a definir relaciones profesionales así como características conceptuales y formales del discurso.

Otro elemento que guarda estrecha relación con la naturaleza tecnológica del medio, materializado en la presentación del producto, es la mediación estructural. Esta se basa en las distintas posibilidades expresivas que adquiere cada soporte, sin obviar otros factores basados en las individualidades de quien hace uso de las herramientas.

Lo estructural en las mediaciones, se refiere esencialmente a lo que aporta la tecnicidad a los lenguajes y recursos expresivos. A decir de Martín Barbero (2002), esto se concreta cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser instrumental para convertirse en nuevos modos de percepción y lenguajes, en nuevas sensibilidades y escrituras.

La mediación tecnológica en su dimensión expresiva, se refiere a las posibilidades y restricciones que otorga la tecnología propia de cada medio de ampliar o reducir la capacidad expresiva de los profesionales de los medios, aunque siempre haya campo para la creatividad (Diz, 2011, p. 36).

El catedrático Martín Serrano (1993) concibe lo estructural como parte de lo institucional, para este autor los rituales de expresión, interacción comunicativa y designación referencial devienen mediaciones estructurales. Mientras la propuesta de Martín Barbero (1992), reconocida en esta investigación, centra su atención en la construcción del relato y la forma en que se expresa el producto en función de la tecnología empleada.

En el periodismo hipermedia la hipertextualidad, interactividad y multimedialidad, actúan como nuevas posibilidades expresivas que resultan de la naturaleza tecnológica del medio; tales herramientas discursivas propias del ciberespacio son resultado, propiamente, de la mediación que representa el uso de Internet en las prácticas comunicativas del nuevo soporte.

Como se mencionaba anteriormente, la mediación estructural se relaciona con otro tipo de mediaciones, pues a pesar de ser la tecnología el elemento que articula las cualidades formales del discurso, su producción transcurre ligada a la intervención de otros aspectos como son las mediaciones cognoscitivas.

A decir de Arias (1982), cuando se analizan las distintas formas de construcción de los relatos hay que tener en cuenta a los mediadores, que son los que analizan las características

expresivas de cada uno de los medios, y disponen de cierta libertad para controlar los instrumentos que brinda la tecnología.

Las mediaciones en el plano cognoscitivo comprenden numerosos factores de índole profesional, así como los procesos de socialización que instauran las rutinas. Estos factores se encuentran ligados a un contexto determinado, siendo el resultado de peculiaridades sociopolíticas, e influidos por el rol que ocupa el periodista dentro de la organización productiva.

“En los *mass media* los periodistas adaptan sus puntos de vistas y valores a las exigencias de la organización laboral y (...), consecuentemente, para explicar el tipo de contenido de los medios hay que determinar ante todo las características de la organización” (Epstein, 1974; como se citó en Alsina, 1993, p. 143).

Aunque moldeada por la organización productiva y las ideologías sistémicas, la cultura profesional se refiere a “un conjunto de conocimientos explícitos e implícitos que constituyen el ejercicio de la profesión: códigos, símbolos, rutinas, estereotipos, representaciones, sistema de conocimientos, y todo lo relacionado con los periodistas y el medio de prensa” (Ricardo Luis, 2006, párr. 23).

La cultura profesional se trata de un concepto muy amplio que comprende las ideologías y competencias profesionales. Para Comellas y Sánchez (2005, p. 61), se trata del conjunto de paradigmas, prácticas profesionales, concepciones del mundo, juicios y valoraciones acerca de las muy diversas problemáticas relacionadas con el sector, incorporadas y en constante evolución, que dotan de un universo simbólico para interpretar la realidad y de códigos conductuales para regular su praxis profesional .

La presente investigación coincide con la doctora Edda Diz (2011) al asumir la cultura profesional de los periodistas como “el modo particular de interiorizar su rol, que se traduce en todo un universo de representaciones, actitudes, ideales, valores, creencias, hábitos, prejuicios, disposiciones mentales, habilidades, supuestos y modo de proceder ante la información y el conocimiento en el marco de un determinado grupo o institución mediática” (p. 7).

En las rutinas del periodismo hipermedia el periodista requiere diversificar su cultura profesional en función de adquirir ciertas competencias que exige la producción web, estas referidas al empleo efectivo de las nuevas tecnologías de la información, al manejo de las

herramientas y lenguaje hipermedial, así como la apropiación de una rutina de trabajo marcada por la inmediatez y la interactividad.

En la presente investigación también serán asumidos como competencias profesionales algunos aspectos como la superación y capacitación profesional del periodista en función de la producción hipermedia.

1.3.2 La recogida: fuentes, agencias y dietario.

La fase de recogida de la información está determinada por factores como son el papel de las fuentes, las agencias o el dietario. Esta fase de la producción periodística en ocasiones acontece de forma paralela a la estructuración del material. “Se produce sobre todo a través de las fuentes estables que tienden a suministrar material informativo ya fácilmente incorporable en los normales procesos productivos de la redacción” (Wolf, 2005, p. 133).

Para Manuel López (1995) la fuente informativa “es una persona, un grupo de personas, una institución, una empresa, un gobierno, una religión, una secta, un club deportivo... y quién sabe cuántas variables más, que han visto u oído algo, o que tienen documentos sobre ese algo y que están dispuestos a proporcionarlo a algún medio informativo por interés público o porque conviene a sus propias estrategias” (López, 1995; como se citó en Albertini y Ruíz, 2008, p. 1)

La red de fuentes que los medios emplean sistemáticamente en la confección del producto comunicativo son el reflejo de la estructura social y las relaciones de poder, esto determina una relación recíproca ya que estas “voces autorizadas” se legitiman a través de la autoridad que conceden los medios de comunicación.

Reyes (2006, p. 8) revoluciona el concepto de fuente convencional para adaptar esta categoría al contexto digital, definición que valida la presente investigación como concepto de fuente informativa:

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.

La mayoría de los teóricos distinguen las fuentes en documentales y no documentales. Para Livia Reyes (2003), las fuentes documentales se relacionan con el soporte periodístico

(impreso, audiovisual o digital), mientras las no documentales se dividen en personales e institucionales.

La presente investigación se adhiere a la clasificación de Caminos (1997) quien conceptualiza las fuentes personales como aquellas que a nivel personal o privado suministran información al periodista, y establecen una relación en el ámbito social y humano. Según la duración de la relación que el periodista mantiene con la fuente (estables y provisionales), partiendo de la posición desde la que actúa la fuente de información (públicas, privadas, confidenciales). Además se tendrá en cuenta el grado de representatividad (institucionales o implicadas) de las fuentes (Albertini y Ruiz, 2006, p. 3).

Las fuentes oficiales tienden a ser más efectivas que el resto en cuanto son más fiables y, por tanto, la información requiere menor contrastación por parte de los periodistas. Las necesidades organizativas de la redacción encuentran mayor eficiencia y ganan tiempo con el empleo de estos suministradores estables, que paulatinamente asumen una credibilidad rutinizada.

Internet se ha consolidado como una herramienta útil en las rutinas productivas de las redacciones, canalizador de nuevas fuentes de información, transformando los hábitos de trabajo de los periodistas en relación a estas. Para Salaverría (2005, p. 43) “el empleo 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”.

El proceso de elección de fuentes se complejiza cuando el redactor se enfrenta a la magnitud de información de la red, a la numerosidad de oferta de fuentes disponibles, a la falta de autoridad que determine la veracidad de lo publicado *on-line*, y a la limitación temporal que le supone su práctica de selección continua.

Con el periodismo hipermedia los receptores son también fuentes que, a través de las redes sociales o sus espacios personales en la web, pueden nutrir de información al periodista. Cualquiera puede publicar, o incluso leer un dato y rectificarlo inmediatamente con la variedad de herramientas de interacción que ofrecen los nuevos medios.

Las nuevas tecnologías permiten a los periodistas acceder a multitud de fuentes, documentos y archivos en un tiempo récord. Internet es una fuente permanente de consulta para los profesionales que cada vez invierten más tiempo en navegar por la red. Sin embargo, la disponibilidad de Internet para acceder a la información determina que “los periodistas

produzcan cada vez más las noticias desde sus escritorios, utilizando materiales pasivamente recibidos en lugar de explorar activamente los asuntos” (Domingo; como se citó en Custodio, 2013, pp. 22-23).

El periodista debe comprender los riesgos a los que la información digital es susceptible, incluso la proveniente de fuentes oficiales o institucionales. El correo electrónico, los foros o las páginas web pueden ser intervenidos por *hackers*, piratas informáticos, de modo que la información sea manipulada por sujetos ajenos al emisor.

Otra de las fuentes del proceso de recogida de información son las agencias. Para Vázquez (2006), estas “garantizan un flujo de información continuo, de gran calidad y absoluta confianza para los *mass media*, ya que se asientan sobre un consolidado dispositivo industrial en la producción y distribución de noticias perfectamente adecuadas al registro periodístico” (pp. 112-113).

Mientras Wolf (2005) las reconoce como “una fuente de información independiente porque proporcionan unidades noticia y no mera información”, en la producción periodística web las agencias han perdido el carácter insustituible que tenían en el periodismo tradicional, siendo asumidas en la actualidad como otra dentro las abundantes fuentes informativas.

Las agencias, que compiten con los medios de Internet en la cobertura de noticias de última hora, y que son fuentes de notable credibilidad; se ven superadas por el balance de géneros periodísticos de la web, que gana atractivo con reportajes, infografías, entrevistas, y otras tendencias que gozan de mayor popularidad que la estricta información.

Aquellos elementos a los que se les dará cobertura se encuentran planificados desde mucho antes, a través del dietario: agenda que enumera, día a día, los acontecimientos que sucederán y cuya noticiabilidad, en gran parte, se da por descontada. Se trata de acontecimientos previstos con tiempo, fijados en la agenda con antelación (Wolf, 2005, p. 143).

El dietario o agenda adquiere una connotación estigmatizada dentro de los medios de prensa por la rigidez que impone la planificación, viendo los periodistas este instrumento como una guía de hechos prefijados, capaz de condicionar el enfoque de la noticia. Se constituye “por las definiciones estables de los acontecimientos noticiables y por la necesidad de reprogramar todo lo posible en el marco de procesos esencialmente complejos” (Golding-Elliott; como se citó en Wolf, 2005, p. 143).

El escenario hipermedial ha cambiado el papel protagónico de los medios en cuanto a la conformación de la agenda pública. Ahora las audiencias ganan voz a través de redes sociales como Facebook o Twitter, siendo común que las organizaciones informativas se nutran de los temas relevantes que circulan en estas plataformas para conformar sus agendas.

Las redes sociales han hecho que los profesionales de la información recurran, cada vez más, a las plataformas digitales para buscar informaciones o datos para construir las noticias. La dificultad surge ante la utilización deficitaria de las plataformas sociales, que implica un escaso tratamiento investigativo e informativo del fenómeno.

La investigadora Cerviño (2013) observa en estos espacios abiertos a cualquier ciudadano que tenga acceso a las tecnologías apropiadas, una reconfiguración en la tendencia del poder sobre la información.

Las redes sociales representan una demostración importante de los problemas y ansiedades civiles. Los contenidos publicados allí son ecos de la agenda pública. La agenda de las redes sociales puede ser considerada una agenda pública, en el sentido de que es el resultado de patrones de interacción entre sus usuarios (pp. 39-40).

La funcionalidad del dietario en las rutinas productivas digitales es también cuestionable debido a la inmediatez que impone la Red, donde la planificación pasa a un segundo plano por el constante proceso de actualización al que se haya sometido el producto periodístico. Según Castañeda (2001), “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” (p. 24).

Aunque la planificación en los medios digitales privilegie la contundencia e inmediatez informativa como principio del soporte, el dietario aún representa un instrumento eficaz en la programación organizada del proceso periodístico.

El proceso de recogida constituye el primer paso orientado a la búsqueda de noticiabilidad y valores noticia. En la confección del propio dietario, los acontecimientos se captan y jerarquizan en función de los criterios de validación de noticias propuestos por el medio y los periodistas, quienes determinan el qué y el cómo de la noticiabilidad de los hechos.

1.3.3 La selección y los valores que la determinan

La selección de la información constituye otro de los complejos procesos que interviene en la producción de noticias. Dicha selección es efectuada en diferentes momentos del proceso de construcción noticiosa, incluso en la actividad de jerarquización y exclusión informativa.

Para determinar los acontecimientos que podrían constituir noticias se les valora atendiendo a la noticiabilidad, concepto entendido como “aquellas formulaciones, modalidades organizativas del trabajo cotidiano, condiciones y valores que se atribuyen a los acontecimientos” (Martini, 2000, p. 7) y que le permiten al medio, elegir y definir lo que es noticiable.

La fase de selección va entonces a precisar de nuevos métodos, ya que el ámbito digital determina una reformulación de los criterios de noticiabilidad. En algunos casos “los valores noticia de los medios tradicionales, ya no serán los que guíen el quehacer periodístico en las publicaciones online” (Salaverría, 2005, p. 19).

“La selección y la adaptación del material que llega a la redacción constituye el proceso de convertir los acontecimientos observados en noticia” (Golding-Elliot; como se citó en Wolf, 2005, p. 145). Dicho proceso recorre varias etapas durante toda la producción y se efectúa en varios niveles como en las decisiones de los periodistas, jefes, editores, así como en la búsqueda y recogida del material informativo.

Wolf (2005) compara dicho proceso de selección con un “embudo” por el cual se introducen muchos datos y solo una cantidad limitada pasa por el filtro, o con un “acordeón” que puede adquirir diversas formas, al ser añadidas algunas noticias, cambiadas de sitio o incorporadas en el último momento.

El proceso de selección responde a una práctica que organiza y estructura la producción mediática, pero a su vez actúa como elector del conjunto de valores noticia que debe poseer la información periodística. “La determinación de si un acontecimiento tiene la categoría de noticia, y su jerarquización dentro de la agenda informativa, pasa por múltiples mediaciones, entre las que están más próximas la cultura profesional de los periodistas y sus lógicas de producción” (Diz, 2011, p. 51).

La lista de valores que debe poseer un hecho para transformarse en noticia varía de acuerdo con el autor. Mauro Wolf (2005) determina cuatro criterios referidos al valor del contenido; el grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento

noticiable; el impacto sobre la nación y sobre el interés nacional; la cantidad de personas implicadas en el acontecimiento (de hecho o potencialmente), y la importancia y significatividad del suceso con respecto a la evolución futura de una determinada situación.

La periodista cubana Calzadilla (2005) resume una serie de “cualidades significativas que construyen la relevancia de la noticia” (p. 46). Entre estas figuran la actualidad, inmediatez y oportunidad; la veracidad; el interés colectivo y humano, la emoción; la repercusión o consecuencia; la prominencia de los protagonistas; la originalidad, rareza, curiosidad, novedad o singularidad; la proximidad o cercanía; el humorismo; el dramatismo; el impacto; el suspenso; el conflicto y el progreso.

Los valores noticia facilitan el trabajo periodístico al devenir rutinas que marcan el componente informativo del acontecimiento; además, se modifican según las exigencias, expectativas y políticas informativas del medio, siendo aspectos multifuncionales en la construcción de la noticia.

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, en la preparación de las noticias que se presentan al público (Golding-Elliott; como se citó en Wolf, 2005, p. 120).

Con la influencia de Internet sobre las formas de producción periodística, se han modificado en algunos aspectos los convencionales valores noticia. Se podría citar como ejemplo la preponderancia que ha adquirido el valor actualidad dentro del escenario mediático, así como como la minimización de valores como la proximidad geográfica o la prominencia de los sujetos implicados.

La actualidad en el ciberespacio alcanza su máxima expresión, ya no responde a recientes acontecimientos, sino que difunde informaciones en tiempo real, alcanza la instantaneidad informativa, así como la vigencia de las informaciones por el espacio sin límites que ofrece el medio virtual.

Al respecto, Gil (1999) plantea que en el contexto hipermedia el valor actualidad está estrechamente vinculado a la vigencia, pues “el flujo informativo no es totalmente sustitutivo, sino que es acumulativo. Publicar una información no implica necesariamente la eliminación de la información desfasada” (p. 70).

Rodrigo Alsina (1993) asume los tres grados de selección que establece el investigador Rossitti (1989): 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. Otro momento de la selección presente en el Periodismo Hipermedia, es la elección del formato de presentación.

La presente investigación reconocerá como valores noticia la inmediatez, proximidad, interés colectivo y novedad, propuestos por Iraida Calzadilla (2005), así como los elementos más representativos que inciden en la calidad periodística web, estos son el correcto empleo del lenguaje y los recursos hipermediales.

En el proceso de selección, adquiere particular importancia la cultura profesional del periodista (o editor web), pues debe discriminar entre los datos suministrados por las fuentes. El cambio por el cual se abandona el proceso tradicional de selección y se implementan rutinas en las salas de redacción, se centra en la circulación de información producida por una amplia red heterogénea de usuarios transformados en productores de contenido.

1.3.4 La presentación de la noticia

Por consolidado que esté, el periodismo hipermedia vive un momento de transición permanente en el que busca su propio lenguaje, sus propios contenidos y sus propias fórmulas de presentación del producto comunicativo.

A diferencia de las dos primeras fases en que operan las rutinas productivas, el objetivo de la presentación radica en disolver “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, p. 147).

La información ha cambiado radicalmente. La presentación de contenidos sucede bajo una rutina distinta, ya que la información, (antes estática) en Internet se actualiza constantemente, experimentando el proceso productivo una variación en cuanto a continuidad e instantaneidad que adquiere en este soporte.

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

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

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

En la presentación cumplen una labor moldeadora las normas de redacción de cada medio, las cuales actúan como pautas de referencia constituidas sobre la base de experiencias prácticas previas. El periodismo en Internet supone una reorganización de sus métodos en la presentación de noticias, desde el lenguaje hasta la profundización informativa y la extrema calidad en los recursos visuales.

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

Otra herramienta narrativa de efectividad en la presentación de noticias son los enlaces o hipertextos, estos van a representar una ampliación de los temas de interés de los lectores, y a su vez van a constituir otras rutas de lectura de las más diversas temáticas. Según Gil (1999), “el buen periodista digital también deberá sacar provecho de estas estructuras de información para ofrecer unos contenidos personalizables, flexibles, ampliables, actualizables, interactivos”.

A decir de Salaverría (2005), no existen normas de estilo propias del ciberespacio. Los parámetros que denotan estilo en el periodismo tradicional encuentran perfecto acomodo al nuevo soporte. Dado su carácter general y atemporal recomienda “trabajar desde un diseño adecuado, no escribir de forma recargada, evitar adjetivaciones, así como figuras retóricas abundantes” (Strunk y White, 1935; como se citó en Salaverría, 2005, p. 145).

En esta etapa definitiva que constituye la fase previa a la circulación del producto, se excluye y jerarquiza la información de acuerdo con los requisitos de la noticiabilidad y la postura editorial del medio. La decantación y subordinación a que se somete el material informativo van a responder a exigencias del entorno web.

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

La pérdida de los criterios que guiaban la jerarquización noticiosa en el periodismo tradicional con respecto al cibermedio, se encuentra asociada a factores entre los que figuran: la pérdida de la sensación de vinculación de los textos dentro de un contexto temático (la sección), la desaparición del concepto de página, supeditando el valor de las informaciones al orden con el que se presentan y al tamaño de estas; el número de columnas que ocupa una información al presentar en la prensa digital todos los textos en una única columna, con lo que el público pierde una referencia jerárquica más; y la deficiente utilización de los elementos gráficos que debilita la utilización de la fotografía como un elemento imprescindible en la jerarquización de las informaciones (Armentía, 2000).

El ciberespacio implementa diversas tácticas en la presentación de noticias, entre ellas el uso de las redes sociales, que plantean nuevos retos al periodismo digital, a la vez que le abren caminos de difusión. Los medios en Internet, en su afán por conseguir más lectores están cada vez más activos en plataformas como Facebook o Twitter.

La presencia inicial de los medios en las redes sociales consistía en agregar un botón que permitiera compartir una determinada noticia en una red social. “Esta realidad ha evolucionado hasta la creación de verdaderas comunidades de participación ciudadana y perfiles de medios de comunicación en las propias plataformas sociales para llevar a cabo eficientes estrategias de fidelización de audiencias” (Herrero-Curiel, 2012, p. 9).

El sitio web se comporta como un contacto más de la red social, adaptando su contenido a estos sitios interactivos que devienen en espacios de debate sobre las diferentes noticias publicadas y donde el usuario recibe continuamente las interacciones que genera la información del medio.

En la mayoría de los periódicos hipermedia existe un social-media (o community manager), persona encargada de representar al medio en las redes sociales, consiguiendo posicionamiento e intercambiando con los internautas. Para Ramos (2014), el valor de su trabajo está en conocer las redes por dentro, sus flujos y los comportamientos de los usuarios,

saber que el tono varía según la red, que la actualización constante puede ser molesta, etcétera.

La presentación entonces como etapa de cierre en las rutinas mediáticas exige el replanteamiento de ciertos métodos, en vías de evitar la reproducción de esquemas de los medios tradicionales y bajo la exigencia de mantener la individualidad de contenido y forma, en un espacio particularizado por recursos como la interactividad, hipertextualidad y multimedialidad.

CAPÍTULO 2: VANGUARDIA, SU INCURSIÓN EN LA WEB

2.1 La prensa cubana en la era de Internet: la incursión de *Vanguardia*

A finales de 1996 ocurrió el acceso de los medios de comunicación masiva de Cuba a Internet. Un año antes, sin embargo, ya existía en el ciberespacio un sitio cubano de noticias, llamado *Cubaweb* (www.cubaweb.cu), que utilizaba un servidor ubicado en Canadá. En esa página aparecían las principales informaciones publicadas por los periódicos nacionales.

El primer medio de comunicación que colocó su versión digital en la Red fue el periódico *Granma Internacional*, Órgano Oficial del Partido Comunista de Cuba, en 1997. Los inicios fueron complejos ya que los periodistas no manejaban los conceptos sobre el periodismo digital que ya se aplicaban en el contexto internacional (A. Chang León, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

Juventud Rebelde digital salió a la red el 4 de julio de 1997 y a principios de agosto *Granma* se introduce en el ciberespacio, dando seguimiento al XIV Festival Mundial de la Juventud y los Estudiantes que se desarrollaba en el país, y siendo el primer periódico nacional en posicionarse en Internet.

La visita del Papá Juan Pablo II a Cuba, en enero de 1998 impulsó a los directivos de medios y la dirección del país a invertir para lograr colocar el mensaje cubano en la red (Gómez Manjuán, 2009), ya que se reconoció la supremacía de Internet en el contexto informativo internacional, como una plataforma de mayor disponibilidad en cuanto a actualización constante y acceso global. Desde aquel momento hasta la actualidad, todos los medios provinciales y nacionales cubanos cuentan con una versión online.

El periódico *Vanguardia*, en su versión tradicional, surgió el 9 de agosto de 1962, como diario del Partido Comunista de Cuba de Las Villas, territorio que entonces comprendía las actuales provincias de Cienfuegos, Sancti Spíritus y Villa Clara (M. Rodríguez Hernández, comunicación personal, 27 de abril de 2017). Sin embargo, después de la división político-administrativa de Cuba, en 1976, *Vanguardia* se estableció como el diario exclusivo de Villa Clara. Más tarde, a causa de la incidencia del Período Especial en la economía nacional y las infraestructuras mediáticas, la publicación tuvo que reducir su periodicidad: a partir del 4 de enero de 1992 comenzó a salir con una frecuencia semanal, la cual se mantiene en la actualidad.

La editora Vanguardia tiene a su cargo actualmente la publicación impresa del semanario homónimo: un periódico de ocho páginas con tirada de 45 200 ejemplares, que refleja la vida política, económica, social y cultural del pueblo villaclareño. La editora publica, además, el suplemento humorístico *Melaíto*, fundado el 20 de diciembre de 1968.

Por su parte, *Vanguardia* presentó su primera versión web el 9 de agosto del 2000 a partir de la creación del software Quipus News, elaborado por el grupo informático Chasqui, conformado por estudiantes de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (A. Chang León, comunicación personal, 14 de abril de 2017).

En la sexta edición del Festival de la Prensa Escrita, www.vanguardia.co.cu obtuvo el premio a Mejor Primera Plana. Un año después ganó el premio de Mejor Publicación Digital, mientras que en el certamen de 2007 alcanzó mención en igual categoría (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 23 de abril de 2017).

A pesar de la sobresaturación informativa que suscita Internet, el sitio web de *Vanguardia* ha logrado incrementar el posicionamiento de sus contenidos en la red de redes y el número de seguidores en Facebook y Twitter, pues los profesionales del medio se han insertado en las nuevas dinámicas editoriales que exige el entorno tecnológico-comunicacional.

En 2014 *Vanguardia web* pasa del Quipus News al nuevo sitio en la plataforma Joomla; de vanguardia.co.cu a vanguardia.cu, el nuevo rostro de *Vanguardia* en el ciberespacio. Esta nueva página es presentada como parte del II Taller Territorial Los blogueros en los medios cubanos, que se efectúa en la provincia con la participación de importantes blogueros del país (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 23 de abril de 2017).

Este nuevo sitio fue transformado el 31 de mayo de 2016, con notables cambios en cuanto a su diseño y funcionalidad. El equipo de la redacción digital —dos editoras, un diseñador y el desarrollador— se enfocó en reprogramar la página con el fin de modernizarla y a su vez otorgarle mayor velocidad de carga, para facilitar la navegación de los internautas.

2.2 Características actuales del sitio web de *Vanguardia*

La nueva página, que trabaja sobre el software libre Joomla, asegura un mejor flujo informativo de la web, con un proceso de edición optimizado. Se distingue también por su amplia gama de colores y estructuras, además de disponer de contenidos fácilmente identificables por la contemporaneidad del diseño (C. Rodríguez Sánchez, comunicación personal, 27 de marzo de 2017).

Aunque se supone que en *Vanguardia* web exista una Redacción Digital independiente, el sitio web mantiene las mismas estructuras de la versión impresa. Casi todos los procesos están a cargo de las editoras Raima Elena Hernández García, Liena María Nieves Portal y Leslie Díaz Monserrat, quienes se alternan la función circunstancialmente.

Por lo general, todos los periodistas del semanario tributan con la edición digital pero no bajo los mismos principios colaborativos, siendo algunos constantes en la publicación y consecuentes con interactividad de la red, mientras otros publican esporádicamente, y en ocasiones los mismos trabajos de la edición impresa, vagamente modificados para intentar responder a las exigencias del ciberespacio (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 23 de abril de 2017).

Vanguardia web no cuenta con una frecuencia fija de actualización. La renovación de contenido tiene un carácter diario pero eso no incluye todas las secciones del sitio ni garantiza una producción concebida propiamente para la web. Algunas secciones se actualizan más que otras, eso depende del interés periodístico individual por posicionar los trabajos en el escenario virtual y en ocasiones los productos publicados son el llamado “vuelco” de la edición de papel o son tomados de otros sitios como Granma digital, Prensa Latina, etcétera (R. E. Hernández González, comunicación personal, 9 de abril de 2017).

La Portada contiene ampliada la información de mayor relevancia, generalmente noticias de la provincia de Villa Clara, aunque se reserva el derecho a un acontecimiento nacional sin adquiere suficiente prominencia o repercusión sobre la población cubana.

Bajo esta información principal, aparecen las noticias más significativas de cada sección, así como una galería y enlaces a columnas habituales que resultan comunes para la web y el impreso, como “Sexeando”, “Razones” y la “Cartelera Cultural”.

En las secciones “Villa Clara”, “Deporte”, “Cultura” y “Opinión” prevalecen temas referidos al panorama de la provincia, los acontecimientos que tienen lugar tanto en la cabecera como en los municipios, así como las inquietudes de los villaclareños sobre fenómenos sociales e institucionales (C. Rodríguez Sánchez, comunicación personal, 27 de marzo de 2017).

En cuanto a “De Cuba” y “Del Mundo”, generalmente las noticias son tomadas de otros sitios, entre los más frecuentes *Cubadebate*, *Prensa Latina*, así como las versiones digitales

de *Granma* y *Juventud Rebelde*. Estos ámbitos, son abordados por periodistas de *Vanguardia web* cuando se trata de sucesos de notada relevancia.

Cada noticia al ampliarse, posee logotipos de las redes sociales Facebook y Twitter que, al alcance de un enlace, ofrecen la posibilidad de compartir las informaciones en dichas plataformas, elevando exponencialmente la difusión y el consumo del producto comunicativo, dado el fuerte carácter socializador de estas redes (A. Chang León, comunicación personal, 23 de abril de 2017).

En la parte derecha de la página se encuentra una columna que ofrece enlaces a las “Reflexiones del Comandante Fidel Castro” y a los “Discursos de Raúl Castro”, Presidente de la República de Cuba. Esta columna incluye además los “Trabajos más visitados” del sitio, así como las “Recomendaciones”.

Precisamente, en este acápite se colocan trabajos de fuerte interés para el público, cuya profundidad investigativa y relevancia los sitúan en un lugar privilegiado dentro del flujo informativo. Estos permanecen en portada por mayor tiempo y responden por lo general a la prominencia de los sujetos implicados o entran en determinada temática en seguimiento (M. Rodríguez Hernández, comunicación personal, 27 de abril de 2017)..

Otro elemento característico del sitio es la “Opinión Gráfica”, un espacio diseñado por el colectivo de *Melaíto* y que promueve la comunicación asociada al arte gráfico y la ilustración. Estos productos dejan ver un humor bien pensado, con altas dosis de sátira, pero con gran compromiso en la construcción de una actualidad política y social a través de la visualidad.

Vanguardia web también promueve las páginas personales de los periodistas a través de espacios informales y prestos al debate como son los blogs. El sitio muestra enlaces a varios blogs que estima la dirección, son consecuentes con el perfil de la editora. Entre ellos se encuentran el blog cultural *Verbiclara* de Amparo Ballester López; *Martirena: Humorista gráfico e ilustrador*, de Alfredo Martirena Hernández, y *La tecla con café*, de Mercedes Rodríguez García (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 23 de abril de 2017).

En la parte inferior del sitio se puede acceder, mediante enlaces, a las más importantes publicaciones en el ámbito nacional, así como al portal web de todos los periódicos provinciales.

CAPÍTULO 3: REFERENTES METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Métodos y técnicas de la investigación

Con el interés de caracterizar las rutinas productivas del sitio web *Vanguardia*, la presente investigación se desarrolla como un estudio de tipo descriptivo, por pretender describir los procesos por los que atraviesa un medio de prensa en la construcción de noticias.

Esta investigación, de acuerdo a la clasificación de investigaciones, se define como comunicológica porque se adscribe a la línea de estudios sobre emisores (Sociología de los Emisores) desarrollada por la Teoría de la Comunicación. Por tanto, el presente estudio constituye una investigación comunicológica de emisores de tipo descriptiva.

La investigación, de acuerdo a los métodos y técnicas empleadas, se enmarca en la perspectiva cualitativa, por la flexibilidad de este diseño metodológico para explicar, comprender, generalizar y describir el entramado productivo. El presente estudio, por acogerse a esta perspectiva, se traza como meta la recogida de datos en función de describir las rutinas de producción de un medio digital.

La Etnografía constituyó el método principal de la investigación, cuya aplicación permitió asistir a los procesos rutinarios por los que transita el sitio web *Vanguardia* como “unidad social concreta” (Wolf, 2005), al facilitar la permanencia de la investigadora en los escenarios naturales para observar directamente los fenómenos estudiados.

Otro de los métodos empleados fue el bibliográfico-documental, con su correspondiente técnica revisión bibliográfica-documental, consistente en la búsqueda de documentos y conceptualizaciones en torno a un tema previamente definido (Alonso y Saladrigas, 2002). Este método garantiza la consulta de las diferentes fuentes referidas a los supuestos teóricos y metodológicos que sustentan la investigación.

Consecuentemente con la aplicación del método etnográfico, fueron empleadas técnicas como la observación participante, las notas de campo, la entrevista semiestructurada, la encuesta y el grupo focal; así como sus respectivos instrumentos entre los que se encuentran las notas del campo, la guía de observación y la guía para el grupo focal.

La observación participante posibilitó la inserción de la investigadora en la rutina productiva del medio a investigar, así como la obtención de datos sobre el estado actual de los procesos periodísticos hipermediales, los modos en que transcurren las rutinas del periodismo producido para la versión web.

Mediante la aplicación de entrevistas semiestructuradas a los protagonistas del proceso rutinario, se pudo obtener información pormenorizada que responde a ciertas interrogantes como son criterios de selección, evaluación de valores noticia, empleo de recursos multimediales en las informaciones. También se investigaron aspectos referidos al diseño del sitio y a los factores tecnológicos que median en su desarrollo.

Fue pertinente entrevistar a Raima Hernández García y Leslie Díaz Monserrat, periodistas y editoras web del sitio; a Carlos Rodríguez Sánchez, desarrollador web; así como a los periodistas Arturo Chang León, Narciso Gómez Fernández, Idalia Vázquez Zerquera, Francisnet Díaz Rondón y Osmaira González Consuegra.

También fueron entrevistados (as) para la investigación algunos miembros del consejo de dirección como Marelys Concepción, Directora del medio y Laura Blanco, Jefa del Departamento Informativo, para reafirmar cuestiones referidas al proceso organizativo-estructural bajo el que se desarrolla *Vanguardia web*; así como la Jefa de Redacción, Mercedes Rodríguez.

Fueron convocados un total de cinco personas para participar de un grupo focal, entre ellos cuatro tres periodistas (Maily Estévez Pérez, Carlos Alejandro Rodríguez Martínez y Laura Rodríguez Fuentes), un informático (Alejandro Acosta Aguiar) y el fotógrafo (Ramón Barrera García). Esta técnica que favoreció el debate sobre la situación real de *Vanguardia web*, además de generar diversas opiniones y sugerencias para elevar la eficiencia del periodismo hipermedia.

Para el estudio se toma un período de tiempo comprendido entre el 1 de marzo de 2017 y el 30 de mayo de 2017 por constituir meses en los cuales el quehacer periodístico transcurre de modo regular, siendo una etapa exenta de eventos festivos, hechos conmemorativos u otro incidente que pueda incidir en la linealidad de los modos productivos.

3.2 Categorías: Conceptos y operacionalización:

La categoría que presenta la investigación es la de Rutinas productivas del Periodismo Hipermedia, para el desarrollo de la cual resulta necesario esclarecer los siguientes conceptos: **Periodismo hipermedia:** Es una forma de ejercicio del periodismo que depende de su inserción en redes digitales y que se expresa fundamentalmente, en toda su amplitud, a través de la aplicación de la web. Recurre a las herramientas funcionales y organizacionales que posibilita esta aplicación, fundamentalmente el hipertexto, la interactividad, la

multimedialidad y la actualización prácticamente continua que fomenta la publicación y el manejo de información en tiempo real; modificando los tres procesos básicos en los que se basa esta profesión: la investigación, la producción y la difusión (Recio, 2006; Salaverría, 2005).

Rutinas productivas: Conjunto de acciones y normas surgidas de las exigencias que genera la dinámica productivo-editorial-tecnológica de la empresa mediática y el intenso proceso de mediación objetivo presente en cada una de sus fases; donde se evidencia el aprendizaje profesional derivado de ese quehacer que se asocia como regla a la repetición y las costumbres y tienen su repercusión en el resultado final de la labor periodística (Ricardo Luis, 2006).

Rutinas productivas del periodismo hipermedia: La organización del trabajo periodístico a modo de proceso que incluye la recogida, selección y presentación del material informativo, como fases fundamentales del ciclo productivo y se desarrollan en función de los criterios de noticiabilidad, mediadas por la jerarquización y exclusión informativa. Su práctica implica una serie de cambios respecto a las rutinas de periodismo tradicional y se ejerce para la producción de contenidos en formatos hipermediales, a partir de herramientas como la hipertextualidad, interactividad y multimedialidad (Salaverría, 2005; Recio, 2006).

- **Hipertextualidad:** Sistema de estructura ramificada que puede constituirse como un documento electrónico, estructurado como una red de nodos y enlaces internos y externos que posibilitan la conexión de información digital, ofreciendo amplísimas formas de complementación y profundización informativa mediante la generación continua de recursos de documentación (Orihuela, 2009; Noci, 2006). Se clasifican en organizativos e informativos.

- **Interactividad:** Posibilidad de que el usuario interactúe con la información que presenta el cibermedio (Salaverría, 2005). Se presenta en dos modalidades: interactividad selectiva (selección de contenidos para los usuarios) e interactividad comunicativa (se refiere a la participación activa y crítica de los lectores en la construcción de la actualidad).

- **Multimedialidad:** La capacidad otorgada por el soporte digital de combinar en un solo mensaje al menos dos de los tres elementos: texto, imagen y sonido (Salaverría, 2005). Existe multimedialidad por yuxtaposición (aquella que presenta los elementos multimedia de manera

disgregada) y por integración (aquella cuyos contenidos textuales, icónicos y/o sonoros posean unidad comunicativa).

- **Valores/noticia:** Aquellas formulaciones, modalidades organizativas del trabajo cotidiano, condiciones y valores que se atribuyen a los acontecimientos (Martini, 2000). Entre ellos se encuentra la actualidad, inmediatez, proximidad, interés colectivo, novedad, posibilidades hipertextuales, multimediales de la información.

- **Redacción Integrada:** Es el marco común de trabajo creado mediante una reorganización estructural, basada ésta en el mejor aprovechamiento de los medios, en compartir conocimientos y herramientas del periodismo tradicional y el hipermedia (Ramos, 2014).

- **Mediaciones internas:** tienen que ver con la estructura, organización y normas de funcionamiento interno del medio; así como con la infraestructura técnica, su disponibilidad y uso; también contemplan el manejo de las características expresivas y formales de los productos comunicativos y los factores asociados a las ideologías profesionales (Diz, 2013).

- **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. En esta fase interviene el empleo de fuentes, de agencias y del dietario.

- **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 (Wolf, 2005). Es en esta fase donde intervienen los valores noticia, los que se reformulan bajo principios de la web.

- **Procesamiento y presentación de la información:** Toda la secuencia que sigue la información hasta convertirse en producto comunicativo. En el periodismo hipermedia esta fase incluye la integración de textos, imágenes, sonidos y diseño de la comunicación visual.

Operacionalización:

1 Rutinas productivas del Periodismo Hipermedia

1.1 Organización del trabajo periodístico

1.1.1 Mediaciones internas

1.1.1.1 Estructura, organización y normas de funcionamiento interno del medio

1.1.1.1.1 Convergencia mediática

1.1.1.1.1.1 Redacción integrada

- 1.1.1.2 Técnicas
 - 1.1.1.2.1 Infraestructura técnica del medio, disponibilidad y uso
- 1.1.1.3 Estructurales
 - 1.1.1.3.1 Manejo de las características expresivas y formales de los productos comunicativos según el medio
- 1.1.1.4 Cognitivas o profesionales
 - 1.1.1.4.1 Hábitos, profesionalidad, competencia y valores
- 1.1.2 Mediaciones externas
 - 1.1.2.1 Influencia de organizaciones políticas e instituciones
- 1.2 Fases del proceso productivo del periodismo hipermedia
 - 1.2.1 Recogida
 - 1.2.1.1 Fuentes de información
 - 1.2.1.1.1 Documentales y no documentales
 - 1.2.1.1.2 Institucionales o Implicadas
 - 1.2.1.1.3 Fuentes estables o provisionales
 - 1.2.1.1.4 Fuentes públicas y privadas
 - 1.2.1.2 Agenda o Dietario
 - 1.2.2 Selección
 - 1.2.2.1 Valores noticia
 - 1.2.2.1.1 Inmediatez
 - 1.2.2.1.2 Proximidad
 - 1.2.2.1.3 Interés colectivo
 - 1.2.2.1.4 Prominencia
 - 1.2.2.1.5 Posibilidades Hipermediales
 - 1.2.3 Presentación
 - 1.2.3.1. Empleo de recursos hipermediales
 - 1.2.3.1.1.1 Hipertextualidad
 - 1.2.3.1.1.2 Organizativa
 - 1.2.3.1.1.3 Informativa
 - 1.2.3.1.1.4 Interactividad
 - 1.2.3.1.1.5 Multimedialidad

A partir de la aplicación de los diferentes métodos y técnicas mencionados con anterioridad, la investigación se triangula metodológicamente, lo que posibilita comprobar la exactitud de la información resultante.

CAPÍTULO 4: REALIDADES EN LA PRODUCCIÓN HIPERMEDIA

4.1 Mediaciones internas y externas en el proceso productivo

Vanguardia web como medio de prensa hipermedia, posee un conjunto de factores que influyen de forma determinante en sus rutinas de producción periodística. Estos aspectos comprenden elementos derivados tanto de las estructuras organizativas como de sus recursos infraestructurales y humanos; así como de los factores externos a la institución.

Para Raima Hernández, periodista que funge como editora del medio, la rutina productiva de *Vanguardia* web se guía por procesos similares a los de la edición impresa, al no existir una producción hipermedia rutinizada, organizada, donde intervengan todos los roles necesarios (R. Hernández García, comunicación personal, 13 de abril de 2017).

Mientras Marelys Concepción Díaz, directora del medio, aunque reconoce que la editora aún prioriza la versión de papel, afirma que se están dando los primeros pasos en la conformación de una dinámica hipermedia independiente, donde la web no se subordine a los procesos del impreso, al contrario, que el semanario devenga en resumen del medio web.

Ahora estamos desarrollando una serie de estrategias en función de la web, queremos incluso que la edición de papel se conforme a partir de las informaciones publicadas en el sitio, enriquecidas, ampliadas, teniendo en cuenta la repercusión social de la noticia a través de los comentarios de los internautas (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

El fenómeno de la convergencia es amplísimo y polisémico, el propio periodismo hipermedia es un ejemplo de convergencia de lenguaje, donde se articula la fusión de lo textual con lo multimedial, pero una de las modalidades convergentes más adoptadas por los actuales medios de comunicación tiene que ver con la concepción de un medio con diferentes canales de salida, a través de la integración de redacciones tradicional e hipermedia.

Concepción Díaz afirma que se trata de un medio con dos canales de difusión que “funciona como redacción integrada en cuanto no existe una diferenciación entre periodistas que trabajan para la web y periodistas que trabajan para la edición impresa, siendo la única redacción existente, el marco común donde se conciben materiales en ambos soportes” (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

Sin embargo Hernández García plantea que *Vanguardia* sigue siendo un suplemento impreso con una versión web, donde persiste el volcado de materiales del papel a la

virtualidad. “No existe una redacción destinada a la concepción de materiales hipermediales y aunque el proceso productivo del impreso y de la web trascurren en el mismo espacio, no se puede hablar de una redacción integrada” (R. Hernández García, comunicación personal, 13 de abril de 2017).

Mercedes Rodríguez García, Jefa de Redacción, coincide al expresar que no existe redacción integrada ya que “la integración de redacciones exige una integralidad de las funciones periodísticas que solo se alcanza a través de una fuerte infraestructura tecnológica y competencias profesionales que no posee el medio” (M. Rodríguez García, comunicación personal, 28 de abril de 2017).

Lo cierto es que Vanguardia mantiene una hibridación de sus redacciones, que si bien no están separadas tampoco responden al concepto de redacción integrada asumido por la investigación, y aunque los periodistas de este medio colaboren para ambos soportes (impreso y digital) sus competencias profesionales en función del periodismo hipermedia se encuentran limitadas.

Rodríguez García también insiste en la necesidad de dos redacciones independientes, donde el flujo productivo de un medio no interfiera en el otro, afirmando que “el periodismo hipermedia y el impreso tienen sustanciales diferencias, por tanto sus rutinas de producción no deben estar ligadas, incluso los profesionales deben perfilar su rol productivo acorde a las particularidades del soporte” (M. Rodríguez García, comunicación personal, 28 de abril de 2017).

Sin embargo a decir de Laura Blanco Betancourt, Jefa de Información, no se debe restringir a los periodistas a la web o al papel, porque sería reducir sus habilidades; “limitando la funcionalidad del profesional a un formato, poniendo límites a su abanico de competencias”. Además reconoce la necesidad de los periodistas tradicionales de convivir con el nuevo formato, al agregar que “el profesional de la prensa en la actualidad debe manejar acertadamente las herramientas de la hipermedia, sino deviene en un periodista obsoleto” (L. L. Blanco Betancourt, comunicación personal, 10 de abril de 2017).

En el llamado “Grupo Creativo” laboran como editoras web Raima Hernández García y Miriam Elisa Peña López, quién se encuentra actualmente de licencia de maternidad y cuya función se alternan provisionalmente las periodistas Liena María Nieves Portal y Leslie Díaz Monserrat. Es importante señalar el hecho de que estas periodistas, cuya plaza oficial es la de

redactoras-reporteras, no reciben remuneración salarial extra por la función ejercida en el sitio web. Otras personas asociadas al medio son el desarrollador web Carlos Hernández, y Erick Flores, diseñador del sitio.

Rodríguez García alega que las restricciones que presenta el medio en cuanto a recursos humanos no justifican la inexistencia de una plantilla propia para la web. “Hoy Vanguardia podría contar con un equipo que trabajara específicamente para el ciberespacio, los jóvenes son ágiles y competentes en este sentido, su creatividad podría usarse en función potenciar la realización hipermedia” (M. Rodríguez García, comunicación personal, 28 de abril de 2017).

De los 17 periodistas activos en la editora, 14 tributan a la web, algunos con más regularidad que otros. Se pudo comprobar durante la observación que excepto algunos trabajos puntuales que orienta la dirección, la presencia de los periodistas en el ciberespacio está relacionada con el interés individual del profesional.

La dirección no exige por la web como por el papel, por tanto los periodistas no sienten el mismo sentido de la obligación. Los que reconocen la necesidad de que el medio tenga visibilidad tributan con frecuencia, pero los que subestiman la importancia de la web cuando colaboran, esporádicamente, lo hacen con materiales que son evidentes volcados de trabajos de la edición impresa (R. Hernández García, comunicación personal, 13 de abril de 2017).

En *Vanguardia* hoy no están todas las funciones cubiertas en el Consejo de Dirección y esto repercute negativamente sobre la web. Por ejemplo, la redacción hipermedia carece de un Editor Jefe, persona que debe organizar y controlar lo referente al flujo productivo y la edición de materiales.

En el organigrama está previsto que el periodista suba el material al sistema mediante su plantilla para ser revisado por la Jefa de Información, luego pasaría a la Jefa de Redacción, a una correctora, y finalmente llegaría a las editoras. Como tenemos deficiencias en la planificación de la web, tanto periodistas como fotógrafo envían el material directamente a las editoras, quienes se encargan de la revisión, edición y posterior publicación, muchas veces sin el tiempo suficiente para el desarrollo exitoso de estas funciones (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

Pero la mayoría de los periodistas entrevistados resaltan que por la propia dinámica de la web es imposible el funcionamiento de todos los roles, al coincidir en que la premura con que

se escribe el material conduce a la omisión de determinados filtros por lo que debe transitar la información.

Más allá de la estructura ideal, la práctica demuestra que la web no puede esperar, que ser eficaces en la inmediatez conlleva la ausencia de estos roles. En el mundo entero se funciona así, de hecho, los periodistas producen y publican instantáneamente en su afán competitivo de obtener la primicia (L. L. Blanco Betancourt, comunicación personal, 10 de abril de 2017).

Los horarios para la publicación de noticias en Vanguardia web suelen ser abiertos, siempre que el suceso lo amerite, ya que hay una editora a cargo en el horario del día y otra en la noche, alternándose esta disposición semanalmente. Además estas disponen de conectividad en sus respectivos lugares de residencia, que les permite la actualización constante del sitio.

Las editoras, así como todos los periodistas, radican en la redacción tradicional, con un total de 8 computadoras y una laptop para la edición web, instrumentos que en ocasiones resultan insuficientes para cubrir la demanda del personal. Por esta razón algunos consensuan con la dirección el funcionamiento laboral desde sus casas, y otros hacen uso de sus laptops personales; mientras el desarrollador y diseñador radican de forma estable en un local independiente destinado a la redacción web, y cuenta cada uno con una computadora de escritorio con conexión a Internet.

Hay que señalar que todo el personal periodístico cuenta con conexión en sus hogares, diez cuentan con servicio ADSL, mientras una periodista tiene conexión conmutada y tres comparten la conexión institucional. A su vez todos disponen de servicio de telefonía fija, y diez de ellos con servicio de telefonía móvil. También se ha asignado el servicio de Internet a una de las correctoras y una de las diseñadoras, en caso de que sea necesario efectuar algún ajuste imprevisto en el sitio (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 18 de mayo de 2017).

Aunque el medio cuenta con la infraestructura elemental para garantizar el desarrollo de la comunicación hipermedia, las condiciones tecnológicas no son las ideales y los problemas de conectividad generados por el insuficiente ancho de banda, limitan ocasionalmente la disponibilidad del sitio en la Red.

Hasta el año 2014 el sitio utilizaba el QuipusNews como plataforma, pero actualmente *Vanguardia* web se monta sobre la plataforma del CMS Joomla, un software libre que brinda una serie de funcionalidades a través de un diseño más moderno y práctico, con efectivas posibilidades de interacción; así como determinadas aplicaciones del portal web que se ajustan a las necesidades comunicativas del medio.

Carlos Rodríguez Sánchez, desarrollador, afirma que “el servidor con que cuenta el sitio resulta suficiente para soportar la publicación de audios, videos y galerías de peso, y que el supuesto enlentecimiento de la conectividad no es el motivo de que no se realice el producto comunicativo hipermedia con los recursos necesarios” (C. Rodríguez Sánchez, comunicación personal, 10 de abril de 2017).

Sin embargo la mayoría de los periodistas, incluyendo a la directora del medio, detectan en los factores tecnológicos un factor influyente dentro las limitaciones existentes en el sitio web.

No podemos desdeñar los problemas materiales, hay que reconocer que la conexión es lenta, y eso limita el trabajo periodístico porque la red impone una inmediatez que a veces no podemos lograr. Por ejemplo, es casi imposible hacer una transmisión en vivo, cuando lo hemos realizado es porque la conectividad se ha reservado exclusivamente para esta actividad, porque dos megabytes son insuficientes para transmitir en vivo y trabajar simultáneamente en redes sociales. Pero hay que explotar otras vías, por ejemplo: si no tenemos un servidor que nos pueda soportar videos, podemos crear nuestro propio canal de Youtube, y a través de esta red difundir los videos de nuestras informaciones (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 18 de mayo de 2017).

El informático Alejandro Acosta Aguilar, coincide, al calificar de incuestionables las limitaciones que impone la tecnología en el entorno productivo, un ejemplo es que “*Vanguardia* montó un Foro de Discusión que tuvo gran éxito y cuando se conectaban varias personas el servicio colapsaba y el sitio web se caía constantemente” (A. Acosta Aguilar, grupo focal, 6 de abril de 2017).

Hoy *Vanguardia* cuenta con un solo fotorreportero y tres cámaras profesionales, de las cuales solo dos se encuentran en buen estado, esto restringe considerablemente las posibilidades de la web.

El fotógrafo tiene horarios intensos porque debe realizar para ambos soportes, en ocasiones coinciden coberturas, y cuando hay que prescindir de él lo periodistas toman las fotos con más o menos tino o las sacan de materiales preconcebidos, esto lleva a que a veces no sean fotos buenas las que se suben a la web” (M. Estévez Pérez, grupo focal, 6 de abril de 2017).

Aunque los periodistas deberían contar con cámaras fotográficas y de videos para desempeñar exitosamente la función integral que demanda el ciberespacio, Ramón Barrera Valdés, fotorreportero del medio, insiste en “la necesidad de ser más independientes a la hora de gestionar los recursos del producto multimedia, que no exige imágenes ni videos profesionales” (R. Barrera Valdés, grupo focal, 6 de abril de 2017).

Durante el grupo focal realizado el 6 de abril de 2017, prevaleció como criterio que el exitoso desarrollo de la producción hipermedia no exige una infraestructura tecnológica de primera, aunque es necesario que estén garantizadas un grupo de condiciones básicas, como por ejemplo la posesión por parte de los profesionales de algún dispositivo tecnológico para grabar y fotografiar, así como una computadora con conexión a Internet.

Cuando la velada por la muerte de Fidel veíamos a los periodistas extranjeros con cámaras híbridas de última generación, tomaban fotografías, videos, escribían y simultáneamente editaban y al instante subían estos materiales verdaderamente multimediales a la web. No aspiramos tal desarrollo, pero si es importante al menos que cada uno cuente con una cámara, aunque sea de aficionado (L. Rodríguez Fuentes, grupo focal, 6 de abril de 2017).

En el medio se observa una marcada tendencia en los periodistas de atribuir la improductividad a los problemas de infraestructura. Pero la realización del Grupo Focal arrojó como resultado que el desuso de los recursos y lenguajes hipermediales está dado esencialmente por una carencia de competencias profesionales, tanto de periodistas como de directivos, en función del desarrollo de la web.

Los periodistas estamos siendo incapaces de insertarnos en la dinámica activa, diarista, porque nos acomodamos al semanario, al trabajo sosegado, y es difícil tomar conciencia de que este nuevo soporte exige reinventar la rutina de principio a fin (M. Estévez Pérez, grupo focal, 7 de abril de 2017).

En *Vanguardia*, además, destaca como limitación la carencia de espacios destinados a la superación de los profesionales, en función del desarrollo de habilidades en la técnica hipermedia. La promoción de cursos y talleres de capacitación no se ha consolidado debidamente.

Hemos recibido pequeños talleres, conferencias de especialistas diestros en la producción hipermedial, pero estamos distantes de una formación que nos permita conducirnos exitosamente en el ciberespacio. Casi todo lo hemos aprendido sobre la marcha, con la ayuda de los informáticos en las cuestiones técnicas, y periódicamente viendo como se hace en otros medios que están más desarrollados, pero aún no es insuficiente, tenemos mucho que aprender sobre las tendencias actuales de la hipermedialidad (F. Díaz Rondón, comunicación personal, 16 de abril de 2017).

No obstante a esto, durante la observación participante, la investigadora pudo comprobar que los periodistas en ocasiones muestran cierta falta de interés con respecto a su superación profesional en función del periodismo hipermedia. Un ejemplo de esto fue que en una “reunión del lunes”, cuando se propuso un curso de Infografía en el Instituto Nacional de Periodismo, ningún periodista se mostró interesado en participar, aún cuando esto puede resultar provechoso para su espectro de habilidades profesionales.

Para los periodistas de tradición analógica ha sido difícil integrarse al nuevo formato porque sus competencias profesionales en el contexto de las nuevas Tics se hallan en proceso de formación; y aunque *Vanguardia* cuenta con un colectivo en su mayoría joven, que dispone de las destrezas cognoscitivas para enfrentarse al ciberespacio, estos muestran relativo escepticismo con respecto al trabajo en la web y han asumido prácticas apegadas al modelo tradicional, las que reproducen en lugar de implementar nuevas formas de hacer.

Sobre todo los más jóvenes, que recién salimos de la academia y estamos inmersos en el ciberespacio, conocemos las herramientas que precisa la hipermedialidad. No se implementa porque nos faltan las ganas de hacer, nos sentimos desmotivados porque la institución no promueve el desarrollo real del periodismo hipermedia, no acaba de priorizar y organizar el flujo productivo de la web (L. Rodríguez Fuentes, grupo focal, 6 de abril de 2017).

A través de las entrevistas aplicadas se obtuvo como resultado que en *Vanguardia* existe un consenso en cuanto a la insuficiente gestión de la dirección para resolver los problemas de

la web. Es acertado mencionar que el medio no cuenta con espacios destinados al análisis y planificación del material periodístico hipermedia, por tanto el sitio persiste en las dificultades detectadas.

Tendríamos que contar con espacios donde se rindiera cuentas sobre el estado de la web, la cantidad y calidad de los trabajos, el aprovechamiento de los recursos hipermediales; pero no hay exigencias ni incentivos, por eso el sitio continúa siendo incuestionablemente malo (C. A. Rodríguez Martínez, grupo focal, 6 de abril de 2017).

Aunque la dirección está dispuesta a variar las dinámicas y conceder a la web la relevancia pertinente, lo cierto es que el estado actual denota ineficacia institucional en cuanto al diseño del sistema productivo hipermedia, que permanece ligado a estructuras y rutinas tradicionales.

Una causa importante de las deficiencias de la web radica en el sistema de no organización que distingue el proceso productivo, la despreocupación institucional con respecto a la política editorial, a los procesos que guían la comunicación en Internet, esto contempla no solo lo que el medio publica, sino su presencia en las redes sociales, etcétera (R. Hernández García, comunicación personal, 13 de abril de 2017).

Actualmente en *Vanguardia* web la periodista Osmaira González Consuegra es la encargada de promover la presencia del sitio en las redes sociales a través del perfil institucional, “aunque esta gestión resulta insuficiente para un adecuado posicionamiento del medio, pues al tener que tributar para ambos soportes a veces el tiempo para seguir las redes resulta limitado” (O. González Consuegra, comunicación personal, 11 de abril de 2017).

La desmotivación en los profesionales del medio encuentra otra causa en la falta de estímulo económico, al reconocer que los incentivos salariales promueven la productividad periodística.

Creo que deberías recibir remuneración en la medida que seas productivo. Sería bueno implementar mecanismos para medir la productividad, la calidad y aceptación de tus trabajos, y en función de esto retribuir al periodista, tiene que existir una diferenciación acorde a los resultados de cada uno (M. Estévez Pérez, grupo focal, 6 de abril de 2017).

En el período que la investigadora permaneció en la institución, comprobó que las insatisfacciones con respecto al sitio web provienen de múltiples causas que influyen sobre su producción periodística, y que se determinan unas a otras en una recíproca relación.

Hay que tenerlo todo en cuenta cuando vamos a hablar de la situación de la web. Los problemas tecnológicos existen, la despreocupación directiva, la falta de conocimientos o interés de los periodistas con respecto a la producción hipermedia...creo que todos estos factores influyen (I. Vázquez Zerquera, comunicación personal, 16 de abril de 2017).

Aunque en los últimos años se ha dado una apertura en la prensa, aún persisten regulaciones del ejercicio periodístico. Los periodistas entrevistados coincidieron en que la política editorial debe responder los intereses particulares del medio, y ante todo de la población, pero debe ser consecuente con la línea político ideológica del sistema.

La influencia de las organizaciones políticas en producción mediática ha disminuido respecto a tiempos atrás, pero el periodismo en cualquier lugar del mundo representa intereses de alguna clase... Nosotros no debemos olvidar que representamos los intereses del Partido Comunista de Cuba (PCC) (N. Fernández Ramírez, comunicación personal, 6 de abril de 2017).

El PCC no es quien determina la agenda mediática, pero actúa como agente externo de influencia en la determinación de los temas al proponer posibles coberturas, al tiempo que se define un grupo de sucesos que requieren la obligatoria presencia de los periodistas. Por lo general estas coberturas propuestas no son numerosas, pero su inclusión en la agenda recibe marcada prioridad.

De los encuestados el 58% (7) opina que la planificación del medio responde a propuestas de las organizaciones rectoras, mientras 8% (1) considera que la agenda es constituida por sugerencias de la población y la totalidad de los encuestados coincidieron en que se conforma a partir de intereses del medio y propuestas de los periodistas.

El Partido no actúa como decisor de la política informativa, porque eso ya es una facultad conferida exclusivamente al director del medio, este es quien decide que se publica, aunque el Partido en determinado momento emita alguna orientación (A. Chang León, comunicación personal, 28 de abril de 2017).

Sin embargo algunos periodistas alegan que persisten las regulaciones partidistas en detrimento de valores noticiosos, porque muchas noticias de repercusión social que ocurren en el país son reproducidas por medios extranjeros porque la dirección política estima inconveniente su divulgación.

A veces la gente nos reprocha eso, que la prensa no es transparente, que hay sucesos que quisieran conocer por los medios nacionales, que cuando Granma saca una tímida nota es porque ya el hecho recorrió todos los medios alternativos (C. A. Rodríguez Martínez, grupo focal, 6 de abril de 2017).

Durante el período de observación se comprobó que a veces la omisión de materiales está vinculada a la falta de dinamismo de proceso productivo en el medio, que no es efectivo en cuanto a la inmediatez que demanda el ciberespacio, fenómeno que “se confunde con la censura, porque cuando nos pronunciamos sobre un suceso ya muchos medios no oficiales han dado sus respectivas versiones” (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

Con respecto a la web las regulaciones que imponen los sistemas políticos e institucionales actúan de forma similar que en la edición impresa. Solo algunos ministerios como las FAR y el MININT mantienen una política particular con la web, por tratarse de un medio de alcance internacional.

La web es un arma de doble filo donde la información puede ser manipulada, por tanto los sectores que involucran a la seguridad nacional son cuidadosos al respecto, ellos se reservan el derecho a admitir qué y cómo se publica, así como las fotografías relacionadas con su ámbito (F. Díaz Rondón, comunicación personal, 4 de mayo de 2017).

Esta situación limita el ejercicio periodístico, pues para la prensa acercarse a estos ministerios u a otras instituciones pertenecientes a los mismos (TRD o servicios hoteleros de la firma Gaviota) conlleva determinado proceso burocrático que enlentece o imposibilita la actividad periodística.

No obstante, durante la investigación se pudo comprobar que *Vanguardia* es otro de los medios donde la agenda persiste en función de la versión tradicional, y este sistema de prioridades determina los niveles de la actividad regulatoria que se ejercen sobre cada soporte. Esto se traduce a una intervención más limitada de los organismos políticos rectores en la

producción periodística web, por cuestiones de acceso y porque la edición en papel sigue teniendo mayor visibilidad en la población cubana, que permanece parcialmente ajena a los procesos comunicativos en Internet.

4.2 Etapas de la producción web: La recogida informativa

Los periodistas reconocen la planificación como una etapa fundamental dentro de la recogida de información. Para Marelys Concepción “ya se tiene definida la prioridad que debe ser la web dentro de la producción mediática, y las variaciones que tiene que experimentar el proceso comienza desde la organización de la primera fase (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

El ciclo de producción de noticias en *Vanguardia* web comienza con la reunión de los lunes donde se organiza la agenda de temas para el soporte material y el digital. En el caso de la web, la investigación detectó una vaga planificación de las coberturas, por lo general surgen en el transcurso de la semana, ya que dado su carácter inmediato las noticias resultan impredecibles y dependen en gran medida de la gestión diaria.

Estamos empezando a dar los primeros pasos, pero hoy la agenda de la web es casi inexistente, porque va configurándose en el transcurso de la semana, va fluyendo espontáneamente, de acuerdo a los sucesos que surjan y a las sugerencias de los periodistas (L. L. Blanco Betancourt, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

Como en la versión impresa, a la hora de determinar los sucesos a los que se dará cobertura, se tienen en cuenta los tópicos incluidos en las prioridades editoriales del medio, establecidas según intereses propios de *Vanguardia*, así como de determinadas instancias políticas; son tenidas en cuenta además, las propuestas de los periodistas, organismos e instituciones, sobre posibles temas a abordar.

La recogida de información para elaborar un producto comunicativo hipermedia transcurre con gran dependencia con respecto a la rutina de recogida tradicional, esto se debe a que generalmente las noticias publicadas en el sitio son prioritariamente concebidas para la edición impresa y el periodista obtiene los datos mediante un proceso de recogida que no es privativo de la web.

Mediante la observación participante se comprobó que en *Vanguardia* web prevalece el proceso de recogida de información dentro de la redacción. De los periodistas encuestados el 41% (5) admitió que las fuentes documentales constituyen el tipo de fuentes más empleadas,

dígase agencias de noticias y medios de prensa cubanos y extranjeros, y en menor medida otras fuentes como libros, revistas científicas y otros documentos web.

Dentro de los medios más consultados por las editoras en este proceso se encuentran Granma Digital y Juventud Rebelde Digital, Cubadebate, Prensa Latina y Agencia Cubana de Noticias, los que actúan como fuentes fiables de información concerniente al contexto cubano e internacional. Para hacer más rápido el proceso, existen accesos directos a estos portales, a través de enlaces ubicados en la portada del sitio web.

A decir de Concepción Díaz el medio “se ve obligado a recurrir comúnmente al empleo de fuentes documentales, al tratarse de noticias de gran impacto nacional a las que *Vanguardia* en su condición de medio provincial le resulta imposible acceder por la distancia geográfica y la desvinculación con las fuentes informativas” (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

En la sesión de noticias sobre el acontecer en Villa Clara generalmente se puede presenciar un proceso de recogida desde el lugar de los hechos y con empleo de fuentes no documentales. Sin embargo, prevalece la obtención de datos tradicional de simples entrevistas y fotos, en lugar de gestionar la información en función de un producto hipermedial, con empleo de audios, videos, etcétera.

Como en muchos medios, el acceso a las fuentes se hace torna difícil, puesto que existen organismos que aún muestran recelos y secretismos con respecto a la prensa; por lo que el periodista, a veces involuntariamente, debe incidir en el empleo de ciertas fuentes.

Hay funcionarios que no ofrecen datos sin la autorización de niveles superiores, esto genera que seamos reiterativos en el empleo de ciertas fuentes, con las que ya tenemos complicidad y sabemos que accederán a brindarnos la información sin tanto burocratismo (I. Vázquez Zequeira, comunicación personal, 16 de abril de 2017).

Los periodistas durante la aplicación de las entrevistas y el grupo focal coincidieron en el criterio de que las fuentes informativas son elegidas por su capacidad de ofrecer información confiable ya que la web promueve un ritmo de trabajo que en ocasiones imposibilita la contrastación de datos.

Es válido aclarar que el empleo de fuentes está asociado al género periodístico que se produzca así como a la temática en desarrollo, “la web requiere devenir en un espacio más

dinámico, más cercano a los nuevos lectores, que supere la clásica información con fuentes oficiales” (L. L. Blanco Betancourt, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

Sin embargo el 83% (10) de los periodistas encuestados muestran como tendencia mayoritaria el empleo de fuentes institucionales y estables, mientras un 42% (5) admitió la utilización de fuentes implicadas y un 25% (3) de provisionales. Además, todos los periodistas coincidieron en el empleo de fuentes públicas en la conformación de sus trabajos.

Los periodistas reconocen que en el proceso de recogida para las informaciones se priorizan las fuentes institucionales, aún cuando son conscientes de que en ocasiones las extraoficiales pueden aportar datos de mayor relevancia para los lectores, en cuanto las fuentes oficiales tienden a ser menos objetivas y acrílicas ante las situaciones.

Otra fuente de información empleada en el periodismo hipermedia son las redes sociales, principalmente Facebook, aunque los periodistas y editores tienen en cuenta que por tratarse de espacios de libre publicación, la información debe ser contrastada antes de conformar y difundir un producto comunicativo.

Como medios oficiales no podemos usar Facebook u otra red social como fuente definitiva, porque estos sitios por su carácter democrático, están llenos de noticias veraces, pero también de noticias falseadas o tergiversadas (M. Estévez Pérez, grupo focal, 6 de abril de 2017).

Otro elemento que influye en el establecimiento de fuentes es la sectorialización, a partir de la cual, los profesionales de la prensa establecen vínculos cognitivos y empáticos con los suministradores de información. Según Narciso Fernández “en el periodismo hipermedia se desdibujan un poco los márgenes tradicionales de los sectores, la inmediatez demanda enfrentar cualquier temática que surja con carácter noticiable” (N. Fernández Ramírez, comunicación personal, 6 de abril de 2017).

En la etapa previa a la recogida también se evidencian los procesos de jerarquización y exclusión de material periodístico que transcurren a cargo de las editoras web, quienes en caso de efectuarse algún suceso extraordinario consultan con la dirección del medio, pero típicamente cuentan con toda la autonomía para conducir el flujo productivo hipermedia.

Las editoras que tenemos son periodistas competentes que conocen como es la dinámica editorial y pueden enfrentarse a la tarea de jerarquizar y excluir material, Raima, por ejemplo, es una periodista de experiencia y fue durante muchos años Jefa de

Redacción del medio (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

Las editoras también son las encargadas de conformar parte de la agenda en las secciones Nacionales e Internacionales a través de la revisión diaria de los contenidos más relevantes en los medios nacionales, extranjeros y agencias de prensa; con la posibilidad de incluir cualquier suceso aunque no se haya fijado en el plan de coberturas semanal.

Aunque las disposiciones jerárquicas estén sujetas a cambios, en *Vanguardia* web la agenda se construye en función de dar prioridad a las noticias locales generadas por el propio medio, siendo elegidas por las editoras por su repercusión sobre la población villaclareña; aunque existen noticias relevantes en el orden nacional que no pueden ser desdeñadas, por lo general por la prominencia de los sujetos implicados.

Durante el período de observación participante, a partir de las notas de campo tomadas principalmente en las reuniones de los lunes, se pudo comprobar que *Vanguardia* web carece de un plan organizado de coberturas y que el sitio adapta su planificación a las propuestas temáticas de la edición impresa.

4.3 Etapas de la producción web: La selección del material

En *Vanguardia* web se pudo comprobar que el proceso de selección comienza en el momento donde se proponen los temas y se fijan las coberturas, ya sean exclusivas para la web o las que se determinan comunes para el impreso y el cibermedio. Este proceso selectivo está a cargo de la dirección del medio, así como de todos los reporteros que tienen la oportunidad de determinar los temas que se convertirán en noticia.

Durante el período de observación se pudo comprobar que la portada del sitio se actualiza prioritariamente con trabajos de carácter provincial, esto demuestra que las editoras están en sintonía con la política de jerarquía informativa del medio.

Leslie Díaz Monserrat afirma que a la hora de seleccionar las informaciones “se toma en cuenta el perfil editorial y se intenta realizar un consenso entre relevancia, actualidad e interés social de la noticia, además de la calidad visual y de contenido” (L. Díaz Monserrat, comunicación personal, 13 de abril de 2017).

Durante este proceso también son seleccionados los géneros periodísticos que serán empleados. A veces esta decisión parte de los periodistas en la medida que conciben el

producto, pero se observó como tendencia en el medio la selección de géneros simultánea a la fase de propuestas temáticas.

Cuando los periodistas exponen su interés con respecto a un tema que consideran que puede constituir noticia en la web, están inaugurando un proceso de selección orientado por criterios de noticiabilidad y valores noticia. En la encuesta (Anexo 1) realizada un 75% (9) admitió dar prioridad a los valores inmediatez, proximidad e interés colectivo, mientras un 25% (3) hizo alusión a la prominencia de los sujetos, la novedad y las posibilidades hipermediales de los productos.

Para la Jefa de Información el valor de la proximidad geográfica adquiere un carácter vital al tratarse de un medio de carácter provincial, que tiene la función social de reflejar la realidad en Villa Clara.

No podemos perder de vista que nos debemos en gran medida al público villaclareño, que podemos escribir para todo el mundo, pero ante todo debemos proporcionar la información local, si no respondemos nosotros a las inquietudes de los villaclareño quién lo va a hacer (L. L. Blanco Betancourt, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

Sin embargo, existe como fenómeno perceptible en el sitio un desbalance territorial, donde la mayoría de las informaciones están relacionadas con la capital provincial y hay una ausencia de contenidos referentes a los municipios u otras comunidades que también portan sucesos de relevancia.

A veces ocurren sucesos de notoriedad fuera de Santa Clara y el medio los deja pasar, se complejiza el desplazamiento a otros puntos de la provincia, el acceso a las fuentes, de ahí que muchos lectores digan que *Vanguardia* es un periódico santaclareño (C. A. Rodríguez Martínez, grupo focal, 6 de abril de 2017).

Para Concepción Díaz todos los valores noticia son tenidos en cuenta a la hora de crear un material, incluso admite la preponderancia que adquiere el factor proximidad, pero atribuye a la web un “carácter que trasciende fronteras territoriales, donde la relevancia del hecho es lo que marca el interés de la noticia en cualquier punto geográfico” (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

Otro elemento que actúa como un valor clave del periodismo hipermedia es la inmediatez, entendida como la agilidad del medio en la publicación de los acontecimientos. Laura Blanco

afirma que la producción “carece de inmediatez, siendo este un valor más común en las noticias, lo cual es una debilidad para un medio donde prevalecen los géneros atemporales” (L. L. Blanco Betancourt, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

Para Hernández García la habitual inexistencia del factor inmediatez en las publicaciones de *Vanguardia* se vincula a que los periodistas persisten en la mentalidad de producción tradicional, y no logran un entendimiento sobre la importancia de la agilidad en la comunicación virtual (R. Hernández García, comunicación personal, 13 de abril de 2017).

A veces cubren los hechos, y en lugar de publicar tan pronto como les sea posible, siguen en otras funciones, y cuando pueden (horas después) elaboran el trabajo, y en lo que transcurre todo ese proceso, llega al editor, y sale posteriormente, ya dejó de ser noticia (R. Hernández García, comunicación personal, 13 de abril de 2017).

Al respecto agrega Leslie Díaz Monserrat que influyen otros aspectos de coordinación, por ejemplo “en ocasiones la editora recibe el texto solamente porque fue lo que envió el periodista, ya cuando llega la imagen tardíamente, por otra vía, el suceso dejó de ser inmediato, ya caducó en el escenario hipermedia” (L. Díaz Monserrat, comunicación personal, 13 de abril de 2017).

La selección también se manifiesta durante la concepción del producto por parte de los periodistas. Luego de la cobertura del acontecimiento prosigue la fase de elección individual, donde el autor selecciona las características que tendrá su trabajo, tanto el estilo periodístico empleado como los recursos hipermediales de acompañamiento.

Como en *Vanguardia* los productos no se conciben frecuentemente destinados a la web, el proceso selectivo en función de las características del material transcurre durante la elaboración del producto impreso, que luego se reduce a una reelaboración física para adaptarlo a la plantilla web.

Cuando la información enviada por los periodistas llega a manos de las editoras entra en el último ciclo de la selección en el proceso productivo. Aquí las editoras definen los recursos del producto hipermedia, pues “generalmente son ellas quienes determinan las posibilidades hipertextuales, los recursos gráficos efectivos para complementar los materiales (M. Estévez Pérez, grupo focal, 6 de abril de 2017).

Durante este proceso de selección y jerarquización que llevan a cargo las editoras surgen aspectos innegociables como la orientación política de las informaciones. Esto determina la

necesidad de exclusión de cualquier material que no se ajuste a la línea editorial del medio, vinculada a las políticas estatales de la nación.

4.4 Etapas de la producción web: La presentación del producto

La presentación del material es la fase última de la producción de noticias y la que más se ajusta a las particularidades del Periodismo Hipermedia, siendo donde se emplean los diferentes recursos expresivos y lenguajes que le confieren singularidad al nuevo soporte.

Durante la observación participante se pudo comprobar que la presentación en *Vanguardia* web se da a partir de dos etapas. La primera se refiere al procesamiento, redacción y posterior envío del material de periodistas a editoras, donde los primeros proponen el empleo de recursos hipertextuales o multimediales. La segunda etapa corresponde a la revisión, edición y publicación del producto que efectúan las editoras, donde incluyen los elementos sugeridos por los autores o agregan algunos por iniciativa propia.

Generalmente los recursos hipermediales que emplean en las publicaciones provienen de decisiones tomadas por las editoras. Los periodistas, según se comprobó en el período de observación, se limitan a enviar solo el texto e imágenes para conformar sus trabajos.

Entre las principales dificultades que afrontan las editoras web a la hora de presentar el producto comunicativo recibido se encuentran los problemas de redacción que portan los materiales, que no se ajustan a las características web. Además abunda el empleo de términos demasiado localistas así como los errores en la gramática y en las metadescripciones.

Hernández García insiste en la necesidad de una carta de estilo y redacción web, afirmando que a veces “los periodistas olvidan que se trata de un medio de carácter internacional, donde los lectores se multiplican y por tanto el lenguaje debe ser común para todos (R. Hernández García, comunicación personal, 13 de abril de 2017).

Una de las principales preocupaciones presentadas por los periodistas y demás actores del ciclo productivo durante la aplicación de las diferentes técnicas, es el escaso aprovechamiento que hace el sitio de los recursos de la hipermedia.

De los periodistas encuestados un 90% (11) alega que el recurso más empleado en la elaboración de sus trabajos son las galerías de imágenes, aún así se pudo comprobar que estas galerías muchas veces permanecen desactualizadas dentro del sitio.

Aunque el 41 % (5) admite el empleo del hipertextos en los trabajos, las entrevistas y grupo focal arrojaron que esta utilización transcurre de forma limitada, principalmente en

cuanto a la modalidad hipertextual informativa, referida a los enlaces presentes en el texto. Son más comunes los hipertextos organizativos, que son los enlaces incrustados en la portada y remiten a materiales al interior del sitio.

Durante la observación en el medio *Vanguardia* web la investigadora tuvo constancia del desuso de la hipertextualidad en los contenidos publicados, además se pudo comprobar a través de la aplicación de las diferentes técnicas, que no existe un consenso en cuanto a posibles factores que puedan determinar el desuso de este recursos hipermedia.

Intento usarlos siempre que puedo, sobre todo remitiendo a otras publicaciones de mi autoría, pero no es la generalidad, y se pudiera hacer con más frecuencia, generar hipertextos no es complicado en ningún sentido. Pero carecemos del hábito, es algo que no forma parte de nuestra rutina (L. L. Blanco Betancourt, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

Los periodistas en ocasiones sugieren enlaces en los materiales para su posterior desarrollo en el proceso de edición, pero por lo regular las editoras deben agenciárselas para encontrar documentos asociados a partir de la introducción de las palabras claves, tarea que tiende a retrasar el proceso de edición web.

Tal vez por la premura con que tributamos a la web nos limitamos a proponer los hipertextos. Sabemos que un trabajo hipermedia de calidad lleva hipervínculo y que esta función no debería caer sobre las editoras, pero como no tenemos la exigencia ni la destreza no sistematizamos el recurso (F. Díaz Rondón, comunicación personal, 4 de mayo de 2017).

Las noticias que más enlaces presentan en *Vanguardia* web son las tomadas de otros medios de carácter nacional. Esto se debe a que las informaciones que se publican provenientes de estos sitios se toman íntegramente, y estas presentan un mayor empleo de recursos hipertextuales.

El sitio también muestra una notable pasividad en el empleo de recursos gráficos y multimediales. De los periodistas encuestados solamente el 16% (2) se refirió al uso de infografías y un 42% (5) al de caricaturas en sus materiales. Mientras ningún periodista encuestado alegó emplear elementos de audio o videos.

La caricatura es más empleada porque contamos con un equipo como Melaíto, la labor que desempeñan estos diseñadores es fundamental en la realización caricaturesca,

este recurso es una ventaja que tenemos y deberíamos potenciar más para conceder atractivo visual al sitio web (L. Rodríguez Fuentes, grupo focal, 6 de abril de 2017).

La mayoría de las imágenes que se emplean en los productos para la web son concebidas para la edición de papel. Pero también es frecuente el empleo de imágenes sacadas del archivo, que están disponibles tanto para periodistas como para los editores web, y son muy usadas en trabajos de opinión de carácter atemporal.

Durante la observación participante se detectó que el sitio web *Vanguardia* no emplea materiales multimedia (video, audios, dossiers), por tanto carece de un discurso identificable como hipermedia. Además, prevalece como forma de multimedialidad la yuxtaposición, pues la presentación de elementos se efectúa de manera disgregada, no en una realización discursiva multisoporte.

Anteriormente en la investigación se detectaron las principales mediaciones que condicionan la realización hipermedia en *Vanguardia* web. La conclusión de esta situación problemática apuntó a un uso deficitario de los recursos audiovisuales como resultado de la carente integralidad en los profesionales, así como de las limitaciones organizativas e influencias tecnológicas.

Aún prima la rutina tradicional, donde realizamos una reseñita, ponemos varias fotos y subimos la web, pero hay q buscar más formas de usar la gráfica, de potenciar géneros como el fotorreportaje, así como de aportar recursos visuales y sonoros. El lector de la web no es el del papel, es más impaciente cuenta con más opciones, va por información sintetizada y entretenida (L. Rodríguez Fuentes, grupo focal, 6 de abril de 2017).

Al respecto la directora advierte sobre la necesidad de reformar el sitio web y convertirlo en un espacio verdaderamente hipermedia, donde “los lectores puedan ver los hechos, escucharlos en voz de sus protagonistas...es una posibilidad ventajosa concedida a la web la y tenemos que aprovechar, tenemos que crear ganchos que atraigan a los internautas y nos concedan mayor calidad como medio” (M. Concepción Díaz, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

Más estas propuestas, junto a otras entre las que se incluyen las coberturas en vivo y la creación de un canal de difusión en Youtube, actúan como proyectos estáticos que no se corresponden con la realidad actual de *Vanguardia* web.

Otro aspecto comprendido dentro del carácter hipermedial de un sitio web es la interactividad. En *Vanguardia* web se implementan diversas formas interactivas. Primeramente, el funcional diseño del sitio garantiza la “interactividad selectiva”, basada en las posibilidades que tienen los usuarios de elegir contenidos y navegar libremente dentro del sitio (Rost, 2005). Cabe destacar que la ausencia de hipertextos generados en las publicaciones, restringe la cobertura de necesidades informativas que tiene el usuario en los distintos perfiles.

En cuanto a la “interactividad comunicativa”, referida a la participación activa y crítica de los lectores en la construcción de la actualidad (Rost, 2005), *Vanguardia* ofrece al internauta la posibilidad de interactuar con el material, de comentar públicamente todas las informaciones del sitio.

Siempre que los comentarios no sean ofensivos, contengan frases vulgares o desatinadas (que en este caso son restringidas) el lector tiene la posibilidad de convertirse en emisor, y de aportar criterios que el periodista tendrá en cuenta a la hora de confeccionar posteriores materiales.

Aunque los periodistas coinciden (a través de las entrevistas y grupo focal) en sus disposición de dar seguimiento a los trabajos y responder a los comentarios de los usuarios como principios de la interactividad, señalan que aún el sitio no recibe suficientes visitas, ni cuenta con un número considerable de lectores que tomen partido ante los contenidos publicados.

Hay periodistas que son más activos y preocupados que otros, que dan seguimiento a las publicaciones, que se preocupan por su nivel de aceptación y responden fielmente a los comentarios de los internautas; mientras otros son más esporádicos, por lo general aquellos que aún tienen sus recelos con la web (L. L. Blanco Betancourt, comunicación personal, 10 de mayo de 2017).

Durante la observación en el medio la investigadora pudo comprobar que los niveles de interacción también están influidos por el posicionamiento de la información, pues las posibilidades interactivas se generan a partir del interés temático del público lector, al asumir su rol de emisor/receptor.

Un ejemplo es lo que sucede con las noticias deportivas, a las que se da seguimiento continuo, ya sea en la eficiente actualización de sus publicaciones o en las respuestas a

los internautas... pero no todos los periodistas son tan leídos en la web como lo es Maily Estévez (N. Fernández García, comunicación personal, 6 de abril de 2017).

Se puede afirmar que las rutinas productivas en *Vanguardia* web no responden por lo general a los procesos que se establecen en la producción hipermedia. A partir de la caracterización de las fases por las que atraviesa el ciclo productivo de este medio web, se logró una descripción de sus dinámicas que muestra que si bien ha superado la fase del “volcado de información”, transita aún por un proceso de adaptación a las rutinas y fórmulas comunicativas del Periodismo Hipermedia.

CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Las rutinas productivas de *Vanguardia* web se ven afectadas por aspectos mediadores de índole interna y externa. Entre ellos destaca la inexistencia de una plantilla laboral propia del sitio, la falta de organización y planificación del flujo productivo hipermedia; así como las considerables limitaciones en cuanto a infraestructura tecnológica disponible y competencias profesionales en función de las habilidades que demanda el Periodismo Hipermedia.
2. *Vanguardia* web, como parte del sistema de comunicación en Cuba, posee una relación de dependencia con respecto al Partido, quien ejerce una marcada influencia en la política editorial que se evidencia en la jerarquización y exclusión de temas de la agenda mediática, regulaciones que tienden a incidir sobre los materiales, ocasionalmente, en detrimento de los criterios de noticiabilidad.
3. El proceso de recogida en *Vanguardia* web transcurre mayormente dentro de la redacción, con el empleo recurrente de fuentes documentales entre las que destacan los portales digitales de medios cubanos y las agencias de noticias; además, cuando este proceso se efectúa desde el lugar de los hechos, generalmente tiene como objetivo primario la concepción de materiales en soporte impreso, lo que determina que el periodista se limite a la recolección tradicional de información e imágenes.
4. En la conformación de la agenda o dietario en *Vanguardia* web se evidencia la vaga planificación temática que existe con respecto al sitio web; pues a excepción de casos muy particulares, el sistema semanal de coberturas informativas se construye priorizando la versión impresa.
5. En el proceso de selección de la información es donde se aplican principalmente los valores noticias. En el caso de *Vanguardia* web se prioriza el valor proximidad geográfica, pues las noticias sobre Villa Clara constituyen la identidad del sitio; aunque también se tiene en cuenta el interés social y la actualidad del producto.
6. En el proceso de presentación en *Vanguardia* web se evidencia que los trabajos mayormente constituyen trasposiciones del papel a la plantilla web, pues aunque el sitio ha superado la fase de estricto “volcado” de material, aún persiste en la reproducción de contenidos y formas del medio tradicional.

7. El sitio presenta un empleo deficiente de los recursos del Periodismo Hipermedia, donde la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad devienen elementos de escasa presencia en los productos comunicativos de la versión web de *Vanguardia* que, si bien se ajustan parcialmente al lenguaje digital, no cumplen con los requisitos hipermediales.

RECOMENDACIONES

- Crear una plantilla especializada para la web e introducir roles profesionales al proceso (un ejemplo el Editor Jefe).
- Crear mecanismos institucionales para promover la superación profesional a través de talleres, diplomados u otros espacios de formación para fortalecer la técnica del Periodismo Hipermedia en los periodistas.
- Crear espacios donde los periodistas deban rendir cuenta ante la dirección a partir del análisis de los materiales publicados en la web en cuanto a calidad periodística y aprovechamiento de los recursos hipermedia.
- Compartir y debatir los resultados de la investigación con el medio de prensa estudiado y con la UPEC de la provincia de Villa Clara.
- Realizar estudios de recepción sobre el sitio web *Vanguardia*.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alsina, M. R. (1993). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Alonso, M. M., y Saladrigas, H. (2002). *Para investigar en comunicación social. Guía didáctica*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Armentía, J. (2000). *El diario digital. Análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios*. Madrid: Editorial Bosh.
- Barreda, L., Segura, R., y Nápoles, R. (1991). *La construcción de la noticia. Estudio del proceso de producción de noticias en el Noticiero Nacional de Televisión* (Tesis de Licenciatura). Universidad de La Habana, La Habana.
- Calzadilla, I. (2005). *La nota*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Caminos, J. (1997). *Periodismo de investigación. Teoría y práctica*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Caminos Marcel, J.M., Marín Murillo, F., y Armentia Vizuet, J.I. (2006). Las audiencias ante los cambios en el ciberperiodismo. *Revista Latina de Comunicación*, 61. Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200607Caminos.htm>
- Castañeda, E. (2001). La importancia del contenido de la prensa. *Sala de prensa*. Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art297.htm>
- Castells, M. (2002). *La Galaxia Internet*. Madrid: Cultura Libre.
- Cerezo, J., y Zafra, J. (2003). *El impacto de Internet en la prensa*. Madrid: Cuadernos/ Sociedad de la información.
- 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, Cuba.

- Custodio, P. (2003). *Cambios en las rutinas productivas: Una mirada etnográfica en las redacciones de Zero Hora y Jornal do Brasil* (Tesis de maestría). Instituto de Iberoamérica, Universidad de Salamanca, España.
- Díaz, J. (1994). *El nuevo periódico electrónico: redefinición del mensaje periodístico tradicional como producto interactivo y multimedia*. Universidad de Navarra. Recuperado de <http://www.ehu.es/diaz-noci/Conf/C2.pdf>
- Diz, E. (2011). *Reubicar el futuro. Las mediaciones entre la cultura profesional y las lógicas de producción periodística para la web. Estudio de casos: Granma y Trabajadores* (Tesis de doctorado). Universidad de La Habana, Ciudad de La Habana.
- Edo, C. (2001). *El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia*. Sevilla: Comunicación Social.
- Elizalde, R. M. (2008) *Una herramienta inventada para nosotros. Dossier del VIII Congreso de la UPEC*. Recuperado de:
<http://www.almamater.cu/sitio%20nuevo/paginas/dossieres/agosto/UPEC/intringulis/digital.html>
- Franco, Sonia. (2005) *Periodismo de investigación: los caminos por recorrer* (Tesis de licenciatura). Universidad de La Habana, Cuba.
- Gámez, N. (2007). El paradigma de la mediación: crítica y perspectivas. *Mediaciones Sociales, 1*, 195–213. Recuperado de
<http://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/MESO0707110195A/21456>
- García, J. (2004). *La regulación de la prensa en Cuba: referentes morales y deontológicos* (Tesis de Doctorado). Universidad de La Habana, Ciudad de La Habana.
- Gómez Masjuán (2016). *Sobre cultura profesional en el nuevo medio de comunicación*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos81/ideologias-profesionales-periodistas- influencia shtml#ixzz3pEvsR4w3>

Gil, Q. (1999). *Diseñando al periodista digital (I)*. Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/a>

González Clavero, M.V. y González Alfonso, C. (2008) *La prensa escrita informatizada: Un giro en las rutinas de producción* (Tesis de licenciatura). Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Santa Clara.

Herrero- Curiel, E. (2011). El periodismo en el siglo de las redes sociales. Madrid: Revista de Comunicación Vivat Academia.

Marrero, L. (2007). *Género de géneros y otras redimensiones. Acercamiento al reportaje multimedia del periodismo digital actual* (Tesis de licenciatura). Universidad de la Habana. Ciudad de La Habana.

Martini, S. (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad. En *Más allá de las fronteras: Selección de lecturas sobre agencias de noticias*. Santiago de Cuba: Prograf.

Martín Serrano, M. (1993). *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.

Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Meneses, M. E. (2012). *Periodismo convergente: Transformaciones de la profesión ante el cambio Tecnológico*. Universidad Iberoamericana México, México.

Mujica Castellón, I. C. (2012). *Otras rutas en la red. La producción del periodismo hipermedia en Telecubanacán Web* (Tesis de licenciatura). Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Santa Clara.

- Naya Catalá, Z. (2003). De los media a la red. Rutinas productivas e ideologías profesionales en los “periódicos digitales” (trabajo de diploma). Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba.
- Orihuela, J. (2009). *Los 10 Paradigmas de la e-Comunicación*. Disponible en el URL: <http://www.ecuaderno.com>.
- Orihuela, J. (2002). Internet, nuevos paradigmas de la comunicación. Barcelona: Revista Latinoamericana de Comunicación.
- Ramonet, I. (2011). *La explosión del periodismo. De los medios de masas a la masa de medios*. La Habana: Editorial José Martí.
- Ramos, D. (2014). *La integración de redacciones como respuesta a los nuevos formatos periodísticos* (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Madrid
- Recio, M. (2006) *Periodismo digital, el límite de lo posible*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Recio, M. (2003). *¿Objetos o sujetos en Internet?*” en *Clic Internet*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Reyes, L. (2006). *Manual de fuentes de información*. La Habana, Cuba: Editorial Pablo de la Torriente.
- Ricardo Luis, R. (2006). Detrás de la fachada. *Mesa de Trabajo* Recuperado de http://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110607/pdf/30_1997/209-242.pdf
- Rivera Rogel, D., y Yaguache Quichimbo, J. (2015). Rutinas de producción informativa en los ciberdiarios de referencia de Ecuador: El Universo, El Mercurio, El Diario y Crónica de la Tarde. Revista Latina de Comunicación Social.
- Rodríguez, A. (2013). *Del periodismo digital a la Hipermedia*. Recuperado de: <http://www.cubatv.cu/news/0275a4c2bbf411e28fc0001422ff22f0>

- Rodríguez, G., Gil, J., y García, E. (2004). *Metodología de la investigación cualitativa*. La Habana: Félix Varela.
- Salaverría, R., y Negrodo, S. (2008). *Periodismo integrado: Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. España: Sol90.
- Rost, A. (2006). *Propuestas para un periódico digital interactivo*. Universidad de Comahue, Buenos Aires, Argentina.
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. La Habana, Cuba: Pablo de la Torriente.
- Valdivia Díaz, M. (2014). *¿Periodismo hipermedia en Escambray? Análisis de las rutinas productivas del sitio web del periódico espirituario* (tesis de pregrado. Licenciatura en Periodismo). Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Villa Clara, Cuba.
- Vásquez Bermúdez, M.A. (2006). *Noticias a la carta: periodismo de declaraciones o la imposición de la agenda*. Sevilla, España: Comunicación Social.
- Viñas, P. (1988). *El jefe de redacción*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Wolf, M. (1997). *Los emisores de noticias en la investigación sobre comunicación*. *Zer*, 3. Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer03-01-wolf.pdf>
- Wolf, M. (2005). *La investigación de la comunicación de masas*. La Habana, Cuba: Pablo de la Torriente.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta aplicada a los periodistas del sitio web *Vanguardia*

La encuesta es anónima. Sus resultados solo serán usados para esta investigación. Por favor, responda fielmente lo que se le pregunta. Gracias por su colaboración.

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

-Si -No

2.1- Alguna otra forma de capacitación en la materia

-Si -No

¿Cuál?

2- Dentro de todos los acontecimientos que conforman la agenda de noticias en Vanguardia web la mayoría son propuestos por (Seleccione los tres más frecuentes)

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

3- A su juicio, cuáles de los siguientes valores noticias debe poseer un acontecimiento para ser cubierto (3):

___ Prominencia de las personas implicadas.

___ Interés colectivo

___ Proximidad

___ Actualidad

___ Curiosidad

___ Brevedad.

___ Relevancia

___ Posibilidades hipermediales

4 -¿Qué recursos hipermedia utiliza con mayor frecuencia? ___ Galería de fotos. ___ Infografías. ___ Caricatura. ___ Videos. ___ Audio de entrevistas. ___ Hipertexto

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

___ Fuentes oficiales.

___ Fuentes implicadas (Protagonistas del hecho)

___ Fuentes documentales

___ Fuentes no documentales

___ Fuentes institucionales

___ Fuentes estables

___ Fuentes provisionales.

___ Agencia de noticias u otros medios.

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

5- ¿Usa el hipertexto en sus materiales?

Siempre Casi siempre Nunca
 A veces Casi nunca

5.1 Por qué?

6- ¿Hace uso de recursos multimediales (principalmente audio y video) en sus materiales?

Siempre Casi siempre Nunca
 A veces Casi nunca

6.1 ¿Por qué?

7. ¿Responde usted a los comentarios generados por sus trabajos?

Siempre Casi siempre Nunca
 A veces Casi nunca

7.1 ¿Por qué?

Anexo 2. Guía de entrevista realizada a Marelys Concepción Díaz, directora de *Vanguardia*

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

Anexo 3. Entrevista realizada a periodistas de *Vanguardia*

- ¿Crees que se realice periodismo hipermedia en Vanguardia? ¿Por qué?
- ¿Cuáles son los principales factores que determinan esta situación?
- ¿Cómo valora las competencias profesionales en función del periodismo hipermedia?
- ¿Cómo valora la intervención de los organismos políticos en la producción noticiosa?
- ¿Cómo es la relación con las fuentes para la producción en la web?
- Valorar el empleo de las redes sociales por parte de los periodistas
- Valorar la selección de valores noticias, el balance territorial de las noticias
- ¿A que cree que se deba es desuso de enlaces hipertextuales en los materiales?
- ¿Por qué no se emplean comúnmente recursos multimedia en los materiales?
- ¿Cree que el sitio es suficientemente interactivo, más allá de ofrecer a los usuarios la opción de comentar los materiales? ¿Cómo valora esta situación?

Anexo 4. Guía de entrevista aplicada a Carlos Rodríguez Sánchez, desarrollador web

-Características iniciales del sitio web Vanguardia

-Características actuales de la web de Vanguardia

-Uso de los recursos hipermedia dentro de la web.

-Habilidades de los periodistas en el manejo de los recursos hipermedia de la web.

-Condiciones infraestructurales del medio que inciden en la producción hipermedia.

Anexo 5. Versión actual del sitio Vanguardia



Donald Trump cancela «sta... x

www.vanguardia.cu/del-mundo/5247-donald-trump-cancela-todo-el-acuerdo-bilateral-de-obama-con-cuba

Más visitados Galería de Web Slice Comenzar a usar Firefox Sitios sugeridos

Vanguardia Portada Villa Clara De Cuba Del Mundo Cultura Deporte Opinión Buscar



homenaje al Che
Las Universidades conectadas con el ámbito comunicacional (+Video)
«Los villalareños están a toda vela»

Lo más visto en Del Mundo

¿De qué mujeres cubanas habla Trump?
24 Junio 2017 229

Venezuela: Nicolás Maduro designa un nuevo canciller, Samuel Morncada
22 Junio 2017 128

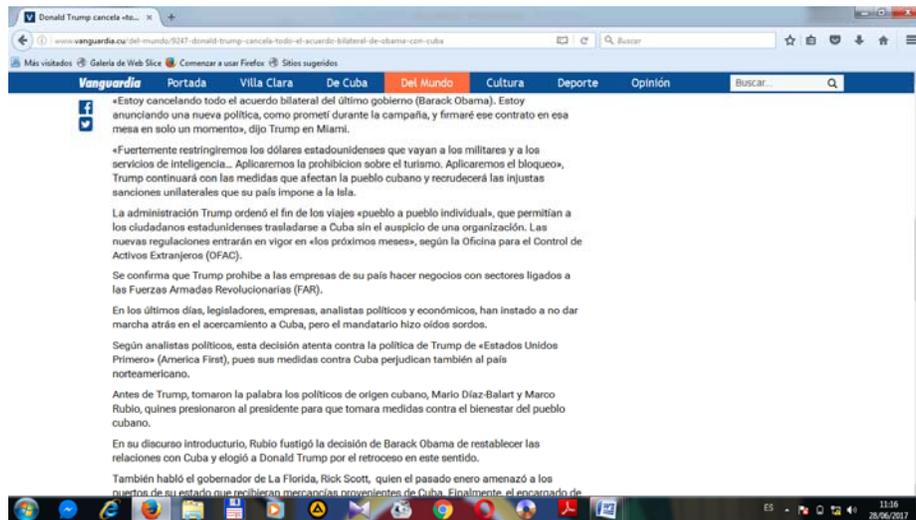
Países se pronuncian en favor de Venezuela en la ONU
22 Junio 2017 73

El senador cubanoamericano, Marco Rubio, habló antes de Donald Trump en Miami. Es una de las figuras que más influenciaron en el cambio de la política hacia Cuba. (Foto: Rainier Eshard/AP)

(Tomado de Cubadebate) Visto: 483 16 Junio 2017

Donald Trump arribó a Miami a las 12:25 de hoy y una hora después comenzó su discurso en el Teatro Manuel Artime, donde confirmó que dará marcha atrás a la política de Obama hacia Cuba y

ES 11:55 26/06/2017



Donald Trump cancela «sta... x

www.vanguardia.cu/del-mundo/5247-donald-trump-cancela-todo-el-acuerdo-bilateral-de-obama-con-cuba

Más visitados Galería de Web Slice Comenzar a usar Firefox Sitios sugeridos

Vanguardia Portada Villa Clara De Cuba Del Mundo Cultura Deporte Opinión Buscar

«Estoy cancelando todo el acuerdo bilateral del último gobierno (Barack Obama). Estoy anunciando una nueva política, como prometí durante la campaña, y firmaré ese contrato en esa mesa en solo un momento», dijo Trump en Miami.

«Fuertemente restringiremos los dólares estadounidenses que vayan a los militares y a los servicios de inteligencia... Aplicaremos la prohibición sobre el turismo. Aplicaremos el bloqueo», Trump continuará con las medidas que afectan al pueblo cubano y reducirá las injustas sanciones unilaterales que su país impone a la isla.

La administración Trump ordenó el fin de los viajes «pueblo a pueblo individual», que permitan a los ciudadanos estadounidenses trasladarse a Cuba sin el auspicio de una organización. Las nuevas regulaciones entrarán en vigor en «los próximos meses», según la Oficina para el Control de Activos Extranjeros (OFAC).

Se confirma que Trump prohíbe a las empresas de su país hacer negocios con sectores ligados a las Fuerzas Armadas Revolucionarias (FAR).

En los últimos días, legisladores, empresas, analistas políticos y económicos, han instado a no dar marcha atrás en el acercamiento a Cuba, pero el mandatario hizo oídos sordos.

Según analistas políticos, esta decisión atenta contra la política de Trump de «Estados Unidos Primero» (America First), pues sus medidas contra Cuba perjudican también al país norteamericano.

Antes de Trump, tomaron la palabra los políticos de origen cubano, Mario Díaz-Balart y Marco Rubio, quienes presionaron al presidente para que tomara medidas contra el bienestar del pueblo cubano.

En su discurso introductorio, Rubio fustigó la decisión de Barack Obama de restablecer las relaciones con Cuba y elogió a Donald Trump por el retroceso en este sentido.

También habló el gobernador de La Florida, Rick Scott, quien el pasado enero amenazó a los puertos de su estado que recibieran mercancías provenientes de Cuba. Finalmente, el enarado de

ES 11:08 26/06/2017

Anexo 6

www.vanguardia.cu/villa-clara/224-aporta-hospital-pediatrico-a-la-disminucion-de-la-mortalidad-infantil

Más visitados Galería de Web Slice Comenzar a usar Firefox Sitios sugeridos

Vanguardia Portada **Villa Clara** De Cuba Del Mundo Cultura Deporte Opinión

Aporta Hospital Pediátrico a la disminución de la mortalidad infantil

La institución arriba este 25 de junio a su aniversario 57, y uno de sus servicios claves es la Unidad de Cuidados Intensivos (UCI).

Hospital pediátrico José Luis Miranda, de Santa Clara. (Foto: Ramón Barreras Vladés/Archivo de Vanguardia)

Del autor

- Resolución 6: Alegres, indiferencias y decepciones
- El cambio climático no es juego
- Por la sonrisa de la infancia
- Recuerda Villa Clara el legado de Vilma Espín
- Sicólogos villaclareños a favor de la vida

Comentarios en Villa Clara

Marta dijo:
El artículo lo encontré muy interesante, realmente desconocía esa historia de la familia de Abel y Haydée. Es una pena ...
En: Familia Santamaría Cuadrado: la vida detrás de la historia

Jesus Alvarez López dijo:
Mi respeto para Juan Carlos Palacios por el gran esfuerzo realizado en una coyuntura difícil. Creo que Miguel Osney Colina tiene las cualidades ...
En: Nuevo Primer Secretario del Partido en Santa Clara

Abeledo Casteleiro dijo:
Compañero Narciso: La vida actual impone andar muy de prisa y a veces tenemos deslices, como en esta zona que son nuevas. Como bien

11:24 28/06/2017

www.vanguardia.cu/villa-clara/224-aporta-hospital-pediatrico-a-la-disminucion-de-la-mortalidad-infantil

Más visitados Galería de Web Slice Comenzar a usar Firefox Sitios sugeridos

Vanguardia Portada **Villa Clara** De Cuba Del Mundo Cultura Deporte Opinión

El hospital pediátrico universitario José Luis Miranda de Villa Clara arriba a su aniversario 57 con el regocijo de aportar a la disminución de la tasa de mortalidad infantil del territorio.

Uno de los servicios claves en el propósito es su Unidad de Cuidados Intensivos (UCI), que presenta un 95 % de supervivencia, a pesar de las complejidades severas que enfrentan los infantes allí ingresados.

Para el doctor Yandry Alfonso Chang, vicedirector de Asistencia Médica en la Institución, los diferentes estadios infecciosos constituyen una de las principales causas de ingreso, además de los tumores cerebrales, afecciones oncohematológicas, accidentes en la edad pediátrica, o menores sometidos a intervenciones quirúrgicas, en su mayoría por causas irreversibles para la vida.

A la UCI se suman los servicios de Terapia Intermedia y de Neonatología. Esta última consolida su personal especializado y también logra notorios saldos en su actividad.

Muchas de las modalidades de la entidad presentan alcance territorial, como es el caso de Oncohematología, que incrementa el número de pacientes por diversas afecciones vinculadas a la sangre y a los ganglios linfáticos, así como el de Nefrología y Hemodiálisis, que suman más enfermos comparado con años anteriores.

Alfonso Chang evalúa de meritorios los resultados de la cirugía neonatal, el tratamiento de la fibrosis quística, la reumatología, la atención a las afecciones respiratorias, y los centros de Neurodesarrollo y la Clínica del Adolescente.

El Cuerpo de Guardia —sometido desde hace tres meses a una reparación general— no ha dejado de brindar asistencia. Más de 4000 niños recibieron atención por sus especialistas hasta el cierre de mayo, en un período con alza de enfermedades diarreicas y respiratorias propias de la época del año.

El llamado hospital de la infancia fue inaugurado en la mañana del 25 de junio de 1960 por el doctor José Ramón Machado Ventura, entonces ministro de Salud.

Lo más visto en Villa Clara

- Por la sonrisa de la infancia
24 Junio 2017 1192
- Aporta Hospital Pediátrico a la disminución de la mortalidad infantil
23 Junio 2017 866
- Las Universidades conectadas con el ámbito comunicacional (+Video)
25 Junio 2017 631
- Familia Santamaría Cuadrado: la vida detrás de la historia
22 Junio 2017 548
- Comienza en julio temporada alta de Campismo Popular
23 Junio 2017 534

11:25 28/06/2017

Anexo 7

This screenshot shows the Vanguardia website interface. The browser address bar displays 'www.vanguardia.cu/villa-clara'. The navigation menu includes 'Vanguardia', 'Portada', 'Villa Clara', 'De Cuba', 'Del Mundo', 'Cultura', 'Deporte', and 'Opinión'. The main content area features several news items:

- Las investigaciones periodísticas demuestran que la implementación de la normativa presenta lagunas y todavía resulta incomprendida por algunas administraciones y trabajadores vinculados al sistema empresarial.** (142 likes)
- Estudiantes y trabajadores de Villa Clara rinden homenaje al Che**
Villareños rinden homenaje a Ernesto Guevara durante el recorrido de la réplica de la boina del Che por centros productivos, de la docencia y los servicios. (116 likes)
- El cambio climático no es juego**
Cuatro expertos de diferentes ramas advierten sobre los desafíos de la era en cuanto a este fenómeno. (521 likes)
- Destacan experiencia en Villa Clara en reducción de desastres**
Trascendió en el inicio del Control General al Sistema de la Defensa Civil, este lunes. (482 likes)

On the right side, there is a section titled 'Abeledo Casteleiro dijo: Compañero Narciso: La vida actual impone andar muy de prisa y a veces tenemos deslices, como en este caso que son pequeños. Como bien...' and another article 'En Familia Santamaría Cuadrado: la vida detrás de la historia'. Below these is a 'Lo más visto en Villa Clara' section with a list of popular articles:

- Por la sonrisa de la infancia (24 Junio 2017, 1192 likes)
- Aporta Hospital Pediátrico a la disminución de la mortalidad infantil (23 Junio 2017, 866 likes)
- Las Universidades conectadas con el ámbito comunicacional (+Video) (25 Junio 2017, 631 likes)
- Familia Santamaría Cuadrado: la vida detrás de la historia (22 Junio 2017, 540 likes)
- Comienza en julio temporada alta de Campismo Popular (23 Junio 2017, 534 likes)

The Windows taskbar at the bottom shows the date as 28/06/2017 and the time as 11:49.

This screenshot shows the Vanguardia website interface. The browser address bar displays 'www.vanguardia.cu/villa-clara'. The navigation menu includes 'Vanguardia', 'Portada', 'Villa Clara', 'De Cuba', 'Del Mundo', 'Cultura', 'Deporte', and 'Opinión'. The main content area features several news items:

- claves es la Unidad de Cuidados Intensivos (UCI)** (566 likes)
- Comienza en julio temporada alta de Campismo Popular**
La instalación Arcoiris será sede el 1º de julio del acto de inicio de la etapa estival del Campismo Popular en Villa Clara. (534 likes)
- Moncadista y expedicionario del Granma hablan de Abel y del Che**
Ernesto González habla de Abel Santamaría, y Gilberto García revela una conversación que corrobora la estancia del Che en la Marina Mercante Argentina. (502 likes)
- Moncadista y expedicionario del Granma recorren Villa Clara**
En la sede del Comité Provincial del Partido recibieron una detallada explicación del programa Villa Clara con todos y de la preparación de FITCUBA 2018. (241 likes)

On the right side, there is a section titled 'Lo último' with a list of recent articles:

- Recibió Raúl al Canciller de Bolivia
- Morrell se estrena victorioso en final de la serie de boxeo
- Inició Empresa de Alojamiento venta de capacidades para el verano
- Disparos de oro de Molerio en Iberoamericano de Tiro
- Resolución 6: Alegres, indiferencias y decepciones
- Villa Clara ganó el hockey masculino juvenil
- ¿Qué pasó con los jugos y compotas La Estancia?

The Windows taskbar at the bottom shows the date as 28/06/2017 and the time as 11:48.