



“JOSÉ MARTÍ PÉREZ”
FACULTAD DE HUMANIDADES

*Tesis en opción al Título Académico de Máster en Ciencias de la
Comunicación*

TÍTULO: Análisis de la producción de noticias en Radio Trinidad a
la luz de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Autora: Lic. Ana Martha Panadés Rodríguez

Tutora: Ms.C Juana Osmaira González Consuegra

Consultantes: Dr.C Rafael Fonseca Valido
Ms.C Miguel Guzmán Arrechea Rojas

Dedicatoria

A mis padres, por estar siempre y ser inspiración

A Osqui, mi fuerza vital

A toda mi familia, regazo de afectos

Agradecimientos

Al profesor Fonseca, por apoyarme desde la distancia.

A Osmaira, que en medio de sus avatares, también ayudó a cumplir mi sueño.

Al profesor Migue, en su papel de tutor emergente.

A los profesores de Sancti Spíritus, Santiago de Cuba, La Habana y Santa Clara.

A Alipio, el más incondicional de los amigos.

A mi esposo, por respetar hasta mis silencios.

A mi familia, que también confió en este empeño.

A los colegas y amigos del Departamento Informativo de Radio Trinidad.

A Mary, hermana en esta aventura de desafíos humanos y profesionales.

A todos los compañeros que me dieron una mano y hasta el corazón.

RESUMEN

El presente estudio se inserta dentro de una de las líneas de investigación de la Comunicación enfocada en los emisores y el proceso de producción de noticias en un escenario marcado por el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. La investigación caracteriza, desde una perspectiva cualitativa y la etnografía como método, el uso de las rutinas productivas e ideologías profesionales por parte de los periodistas de la emisora Radio Trinidad que laboran para este entorno desde hace más de cinco años. Se sustenta en la investigación bibliográfica y documental, la observación, la entrevista, los grupos focales de discusión y la encuesta como técnicas fundamentales. El objetivo fundamental es proponer acciones para mejorar estas prácticas a partir del encargo social de esos profesionales y su percepción como sujetos del proceso productivo. Los hallazgos demuestran que los periodistas trinitarios laboran hoy atados al ejercicio tradicional en muchas de sus formas, lo que requiere una alfabetización profesional a fin de adaptarse a la velocidad del desarrollo del campo de la comunicación digital y sus tecnologías. El resultado es un diagnóstico del contexto en el que se desempeñan hoy estos profesionales. Es al mismo tiempo un balance y pase de factura de lo bueno y lo malo hecho, de lo que se ha logrado y de lo que falta por hacer.

ÍNDICE

	Pág
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1. MARCO TEÒRICO. FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE EL PROCESO DE PRODUCCIÓN NOTICIOSA DESDE LA SOCIOLOGÍA DE LOS EMISORES	13
1.1. La producción de noticias, asideros desde la teoría.	13
1.1.1. Producción noticiosa y sus fases.	19
1.1.2. Rutinas productivas: saberes estandarizados.	22
1.1.3. Profesión periodista.	26
1.2. Los periodistas ante el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.	27
1.3. De las mediaciones, avances tecnológicos y el Periodismo.	33
1.3.1. Periodismo digital y periodismo tradicional.	37
CAPÍTULO II ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	43
2.1. Radio Trinidad, del sonido a la web.	43
2.1.1. El salto a la web.	47
2.2. Panorama tecnológico.	50
2.3. En el vórtice del proceso.	52
2.4. Los decisores del proceso.	55
2.5. Los periodistas en el vórtice del proceso.	61
2.6. De los grupos focales.	64
2.7. Hacia la convergencia de saberes y maneras de hacer.	68
2.8 Plan de Acciones	69
CONCLUSIONES	73
RECOMENDACIONES	
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

La actividad periodística se desenvuelve en un escenario muy diferente al de hace años como consecuencia de la avalancha de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Sin embargo, contrariamente a muchos vaticinios, el periodismo no pereció con la nueva Sociedad de la Información y el Conocimiento. Como disciplina, fue sacudido por los cambios y, como resultado, se le impuso un reto social más importante. Además de intérprete de la realidad, funge como gestor del conocimiento y arquitecto de la información.

“La esencia del periodismo es contar buenas historias, que sean verdaderas y que estén bien escritas. Era así antes, lo sigue siendo ahora, lo será en el futuro, al margen del soporte en el que depositemos esos relatos, del formato en el que los presentemos. Los valores del periodismo auténtico son universales y permanecen en el tiempo aunque podamos envolverlos en el papel de parafina del progreso tecnológico. Avance que, no cabe duda, nos amplía públicos, nos regala oportunidades creativas, nos obliga a más, pero que en absoluto cuestiona ni aún menos altera la médula del oficio”¹

Pero sin dudas, el nuevo escenario tecnológico y mediático reclama sumar renovadas destrezas profesionales a las viejas rutinas perpetuadas por los medios. No se trata de hacer borrón y cuenta nueva de la profesión, pero tampoco basta con trasladar a la red ciertas técnicas caducas del periodismo. Corresponde entonces a los medios de comunicación tradicionales resituarse para marcar diferencias y actualizar su papel en el nuevo sistema social de comunicación interactiva.

En el caso particular de Cuba, la tecnología, madre de estos fenómenos, llega con dificultad y relativo atraso. Por consiguiente, no hay conocimiento suficiente de las herramientas tecnológicas, lo cual impone una mirada crítica a los modos de hacer de los periodistas cubanos en aras de garantizar la eficiencia informativa.

¹ Se refiere al artículo La Esencia del Periodismo, de Bieito Rubido Expósito Cesado, director de ABC

La radio está en un punto especialmente vulnerable en medio de esta situación. Un medio efímero por naturaleza, cuyas condiciones materiales y de infraestructura de las instalaciones está bastante deteriorada en el país, pero en el que la rapidez de lo que se difunde y la necesidad de mantener constantemente actualizada a la audiencia de todo cuanto acontece, imprimen un sello de agilidad informativa constante y hasta febril.

Una inmediatez que exige no solo un acceso del profesional a las tecnologías más actualizadas del trabajo del medio, sino un reacomodamiento de las maneras de hacer cotidianas del periodismo ante un público con un nivel de información cada vez mayor y más riguroso.

En Cuba los medios son hoy capaces de operar con una velocidad antes impensable, con unos recursos mayores y más accesibles, e incluso con cierto grado de coordinación operativa apoyada en las nuevas TIC, lo cual debe transformar notoriamente los ritmos de trabajo y, hasta cierto punto, la forma de trabajar. No obstante, en el proceso productivo se mantienen casi las mismas rutinas productivas.

En este contexto, los periodistas no están explotando suficientemente las potencialidades que ofrece Internet para sus rutinas de trabajo por razones que no sólo proceden de la excesiva presión comercial y laboral en los centros de trabajo, sino también de la precaria preparación de estos profesionales en el uso de las nuevas TIC y del desconocimiento de las ventajas que éstas pueden propiciar al resultado de su actividad, especialmente en lo referente a su autonomía profesional.

Mientras se producen todo tipo de manifestaciones participativas entre la audiencia y a pesar de que la convergencia tecnológica ha modificado muchos aspectos de su entorno inmediato de trabajo, los periodistas de Radio Trinidad, emisora del Sistema de la radio en Sancti Spiritus y dentro de las cuales se encuentra la investigadora, apenas han visto transformada la esencia de su labor. Esta situación ocurre en parte porque el colectivo de periodistas ha tenido que ir aprendiendo a usar la tecnología de manera autodidacta o por intermedio de

cursos de nivelación muy elementales, que en su mayoría se realizaron inmersos en las dinámicas del trabajo cotidiano.

El estudio que se propone en la emisora Radio Trinidad resulta provechoso para elevar la eficacia del proceso de producción de noticias en este órgano de prensa, por estas razones:

- Aunque autores nacionales han indagado en torno al tema (Naya, 2003; Recio, 2003; Rodríguez, 2005; Sánchez-Comellas, 2005; Rodríguez, 2006; Díaz, 2008; García-Díaz, 2009; Ray, 2009; Companioni, 2012; Marrero, 2013) , con muy pocas aproximaciones en Sancti Spíritus (López, 2007; Obregón, 2009; Brizuela, 2012), ninguno se adecua al entorno específico del órgano de prensa en cuestión, en relación con la misión (objeto social de Radio Trinidad).
- La mayoría de los periodistas desconocen sobre muchos temas, que incluyen la asimilación de nuevas tecnologías y toda la avalancha digital, estado y peculiaridades el ejercicio de la profesión en otros ámbitos.
- Visión autocomplaciente del trabajo realizado, en función de lo anterior.
- Ausencia de planes orgánicos de superación técnico-profesional, en cuya base debe existir un diagnóstico como el que esta investigación demanda.

Por todo eso se impone conocer a fondo cómo funcionan las maneras de hacer y concebir el periodismo por quienes se encuentran inmersos en las dinámicas de producción de noticias y por los directivos que las regulan, con el objetivo de orientar el trabajo hacia un periodismo más comprometido, veraz y contemporáneo, que utilice a cabalidad los soportes que tiene a su alcance y refleje mejor a la sociedad que representa en sus agendas informativas.

Ante tales evidencias es fácil colegir que la contradicción fundamental que genera el problema de investigación se expresa entre el encargo social a ese órgano de prensa, en las condiciones específicas del periodismo espirituario actual, y los resultados obtenidos en la producción periodística. La solución de tal contradicción

puede expresarse en términos de **problema de investigación** en el enunciado siguiente:

¿Cuál es la situación actual del proceso de producción de noticias en la emisora Radio Trinidad, sobre la base de un uso más adecuado de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación disponibles en ese órgano de prensa?

Objetivo General:

Proponer acciones para potenciar el proceso de producción de noticias en la emisora Radio Trinidad en función del uso adecuado de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en este órgano de prensa.

Objetivos específicos:

1. Sistematizar los presupuestos teóricos fundamentales relacionados con los emisores y los procesos de producción noticiosa.
2. Caracterizar el proceso de producción de noticias en Radio Trinidad en el actual escenario impuesto por las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
3. Elaborar acciones para potenciar el proceso de producción de noticias en la emisora Radio Trinidad en función del uso adecuado de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en este órgano de prensa.

Las siguientes circunstancias son **premisas** que sustentan este propósito:

- Existe una correlación, probada a partir de los estudios de *news making*, entre la pertinencia de las rutinas productivas e ideologías profesionales y la organización del trabajo, con los procesos sustantivos de la labor periodística.
- Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que definen el entorno digital permiten optimizar el proceso de producción de noticias con arreglo al cometido de los órganos de prensa radiales por tanto habilitan el proceso de producción de noticias de la emisora Radio Trinidad.

Estas consideraciones le han permitido a la autora defender la idea que el proceso de producción de noticias de la Emisora Radio Trinidad puede alcanzar niveles de eficiencia y eficacia mayores en función de un uso mejor de las Tecnologías de la Información y la Comunicación si se modifican las condicionantes que no han permitido allí que esas prácticas entren a formar parte de las rutinas productivas, que su adecuación sea rasero de calidad en las ideologías profesionales, y la gestión editorial² promueva su desarrollo

De acuerdo con los objetivos de la presente investigación y ante la diversidad de definiciones aportadas por reconocidos teóricos de la Red, el presente estudio se acoge a conceptos y categorías planteados por Diz y Saladrigas (2011), aunque adecuadas a las características particulares de la unidad de análisis, la emisora Radio Trinidad según criterios de la autora.

La pesquisa se sustenta en dos **categorías analíticas**, base para cualquier análisis o valoración del objeto de estudio en el marco de esta investigación:

Uso adecuado de las tecnologías de la información y la comunicación:

Proceso que enmarca la digitalización de contenidos, la tendencia a la fusión empresarial así como la tendencia de las empresas de comunicación e información a diversificarse hacia otros soportes en busca de una convergencia tecnológica, comunicativa e informativa que permite acceder a mayores contenidos, de mejor calidad, desde cualquier lugar, de forma casi simultánea y sincronizada.

Proceso de Producción de Noticias:

Con dos subcategorías de análisis:

1. **Las rutinas productivas:** Cómo operan las organizaciones de comunicación para seleccionar, jerarquizar, presentar y difundir su construcción de la realidad. Se conforman por la recogida, selección y presentación de la información y son todos aquellos “procedimientos

² Se designa con esta expresión a las acciones para la orientación, implementación, regulación y control de los procesos de producción en los órganos de prensa, desde las instancias que detentan la función de dirección, y se constituyen de hecho en porteros (gatekeepers) de sus flujos informativos

repetidos, modelados y hechos rutinas, que los trabajadores de los medios utilizan para realizar su actividad. Los procedimientos o rutinas forman el contexto inmediato.

- 2. Las ideologías profesionales**, o sea. las acciones de autorregulación y la profesionalidad. Se refiere a los condicionamientos sociohistóricos que prefiguran el escenario donde se desenvuelven los periodistas y los medios para los cuales trabajan. (Téngase en cuenta factores religiosos, culturales, identitarios, éticos predominantes en la sociedad, nivel educacional alcanzado, estructura y protagonismo de la sociedad civil).

Para esta investigación se tuvo en cuenta la operacionalización de las siguientes variables:

Uso adecuado de las Tecnologías de la Información y Comunicación:

Computadoras conectadas

Servidores

Cámaras fotográficas y de video

Grabadoras

Conectividad

Rutinas Productivas

Selección y jerarquización de los acontecimientos

Navegación

Búsquedas efectivas en internet

Investigación de fondos documentales digitalizados

Confrontación de fuentes

Uso de herramientas digitales: (fotos, infografías, galerías)

Empleo de los recursos expresivos de internet: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

Aplicación de las normas de redacción para internet

Ideologías Profesionales:

Habilidades en el uso de software y otras herramientas digitales

Dominio de los recursos expresivos de internet

Socialización de conocimientos

Superación y recalificación profesional

Evaluación y estimulación del trabajo

Esta tesis se inserta dentro de las líneas de investigación del área de las Nuevas Tecnologías y el Periodismo Digital desde una perspectiva cualitativa que fundamenta este estudio de carácter empírico, en tanto implica el contacto con los sujetos sociales para conocer sus experiencias, vivencias, opiniones y valoraciones relacionadas con el objeto de estudio.

La investigación cualitativa es un campo interdisciplinar, transdisciplinar y en muchas ocasiones con-tradisciplinar. Atraviesa las humanidades, las Ciencias Sociales y las físicas. La investigación cualitativa es muchas cosas al mismo tiempo. Es multiparadigmática en su enfoque. Los que la practican son sensibles al valor del enfoque multimetódico (Rodríguez y García, 1996: 31-32).

En ella se describirá cómo se concibe el proceso de producción de noticias en el departamento informativo de Radio Trinidad en el nuevo contexto dado por el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Se optó por un diseño cualitativo de la investigación por la profundidad de comprensión, perspectiva desde adentro, alta atención al contexto, la comprensión del proceso (y no del resultado) y el carácter explicativo e interpretativo de la investigación.

Métodos y técnicas de investigación:

El método que se emplea en la presente investigación es el **etnográfico** pues se concentra en desarrollar conocimientos con respecto al grupo participante durante el proceso investigativo. Su empleo se asocia a la adecuada definición de su ámbito de aplicación, al concentrarse en la búsqueda de respuestas para preguntas del tipo cómo y por qué, y se ajusta a las cuatro características fundamentales precisadas por Merriam (1988, citado en Rodríguez et al, 1999:92): particularista, descriptivo, heurístico e inductivo.

Aplicando los principios de este método se puede entender cómo los periodistas sujetos al estudio participan en el proceso de producción de noticias a partir del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Se trata de comprender, entonces, sus idiosincrasias, cuáles son sus valores, qué perspectivas tienen, cuáles son sus reglas de conducta, qué define sus formas de organización, qué los motiva, la forma como se desarrollan. En fin, permite evaluar y comprender el despliegue de las rutinas productivas e ideologías profesionales presentes en el proceso de producción de noticias en el departamento informativo de Radio Trinidad a partir del desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

En su concreción emplea un conjunto de **técnicas** que tendrán cada una su población y muestras específicas. Estas últimas fueron seleccionadas a criterio por la relevancia que tienen de cara al objeto de estudio.

La **Investigación documental y/o bibliográfica**, “procedimiento cuya finalidad es obtener datos e información a partir de documentos escritos” (Cerdeña, 1995: 25), en esta investigación posibilitó identificar y sistematizar los presupuestos teóricos relacionados con los emisores, el proceso de producción noticiosa y el uso de las tecnologías informáticas, lo que sirvió de sustento para el marco teórico y facilitar una comprensión más completa de la unidad de análisis.

Fue utilizada la **observación participante** porque permitió detectar modos de comportamiento y actitudes en el proceso de producción sustantiva del departamento informativo. En este caso, “la implicación supone participar en la vida social y compartir las actividades fundamentales que realizan las personas que forman parte de una comunidad o de una institución” (Rodríguez et al, 1999:

87). La autora forma parte del departamento, lo cual facilitó la obtención de la información requerida.

Se utilizó como instrumento la guía de observación participante para organizar el tipo de datos a recolectar de acuerdo con los objetivos previamente establecidos. La guía consistió en una relación de tópicos, aspectos o características a observar.

En el presente análisis, la investigadora se involucra en la redacción del medio objeto de estudio, con una guía semiestructurada para constatar cómo transcurren las rutinas productivas, el rol de los periodistas dentro de estas y cómo expresan durante el proceso productivo su cultura y competencias profesionales. (Anexo 1)

La **entrevista** se distingue por el contacto directo del investigador con el entrevistado con la finalidad de acceder a información verbal, a través de la fórmula preguntas-respuestas o mediante estímulos indirectos para obtener datos o estimular análisis a propósito de las problemáticas que atañen a la investigación. (Alonso y Saladrigas, 2000).

Para los fines específicos del presente estudio, la aplicación de esta técnica permitió el acceso a las reflexiones de directivos de la prensa radial trinitaria con incidencia en la producción noticiosa en la unidad de análisis. (Anexo 2)

La **Encuesta**, empleada para investigar masivamente determinados hechos o fenómenos. En este caso ha estado encaminada a conseguir información pertinente y significativa, y se diseña en correspondencia con el problema, los objetivos, las premisas, las categorías e indicadores definidos y el marco teórico que sustenta esta investigación.

Su uso en la presente investigación responde a la necesidad de conocer los modos de asumir nuevas rutinas productivas e ideologías profesionales durante el proceso de producción noticiosa, a partir del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Para ello, fue necesaria la conformación de la encuesta personalizada dirigida a los periodistas del departamento informativo. (Anexo 3)

Los **Grupos focales**, como técnica, propició la posibilidad de generar debate entre periodistas de la redacción incluidos en el estudio, sobre tópicos

relacionados con el proceso de producción de noticias en el nuevo escenario tecnológico, lo cual permitió unificar criterios mediante la construcción de consensos, y discriminar las diversas percepciones que tienen un matiz más personal o específico de una situación particular en relación con el objeto de estudio (Anexo 4)

Por otro lado el procesamiento teórico de la información acopiada se basó en métodos como el dialéctico, las operaciones lógico-formales de inducción, deducción, generalización, clasificación; así como de otros más específicos de las ciencias sociales y de inspiración cualitativa como el etnometodológico. (Rodríguez, Gil y García, 2004: 40-44, 50-52).

El campo de actuación implica a la emisora Radio Trinidad, como organización particular en el sistema territorial de medios de comunicación masiva del municipio Sancti Spíritus.

La población incluida en la investigación fue la del departamento informativo de la emisora Radio Trinidad, con sus 12 trabajadores, entre periodistas (8) y directivos (3). La muestra para el análisis estuvo integrada por los 8 periodistas y 3 directivos que integran el referido departamento.

Pertinencia y utilidad

La realidad apunta hacia un fenómeno que no puede ser ignorado: los periodistas cubanos deben adquirir nuevas competencias para estar en la red: nuevos sistemas de conocimientos y destrezas tecnológicas y profesionales. De ahí que en el contexto cubano el periodismo digital esté aún en construcción sobre la base de la revisión constante de un enfoque teórico-metodológico orgánico, coherente y riguroso al respecto.

Aunque en la última década el número de investigaciones en Cuba vinculadas al tema denota un incremento progresivo, todavía resultan escasas las indagaciones dedicadas a abordar desde sus múltiples aristas las lógicas de producción. Desde esa perspectiva, la presente investigación indaga en un terreno con escasos precedentes.

Los resultados del estudio, por tanto, devienen aproximación empírica que puede resultar valiosa para la toma de decisiones en el medio en cuestión, una contribución

a la sistematización e integración de los estudios precedentes y un aporte de resultados que contribuyan a la adopción de medidas necesarias para el ajuste y la solución de problemas aún presentes en el ámbito de la comunicación en el Sistema de la Radio en Sancti Spíritus.

El informe está estructurado en introducción, dos Capítulos, que se articulan de manera coherente: El primero, marco teórico y referencial de esta indagación, expone reflexiones teóricas y tendencias conceptuales en cuanto a los estudios de sociología de los emisores, partiendo del emisor y del proceso de producción de noticias como ejes teóricos fundamentales, la asimilación de las nuevas herramientas tecnológicas en el ejercicio periodístico, además de caracterizar este proceso en la unidad de análisis objeto de estudio; y el segundo agrupa los resultados de esta indagación científica mediante triangulación de técnicas. Incluye además, Conclusiones, Recomendaciones, Bibliografía y Anexos.

CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE EL PROCESO DE PRODUCCIÓN NOTICIOSA DESDE LA SOCIOLOGÍA DE LOS EMISORES

El presente capítulo se sustenta en la Sociología de los emisores. A partir de los resultados de los principales teóricos, parte de la interpretación del proceso de producción de noticias y el nuevo escenario tecnológico donde esto ocurre, para luego caracterizar su evolución y desarrollo en la unidad de análisis objeto de estudio, apoyado fundamentalmente en la revisión bibliográfica y documental.

1.1 La producción de noticias, asideros desde la teoría

Cada día los estudios de emisión de mensajes ganan más adeptos en las investigaciones del universo mediático; el surgimiento de INTERNET y con ella el aumento de las fuentes difusoras de mensajes, además de otros procesos y crisis de los estudios de los *mass media* en sí mismos, ha puesto la mira en quiénes dicen, qué dicen y hasta qué punto la ética y la veracidad constituyen resortes del trabajo de las entidades difusoras tradicionales.

El rol del periodista, como emisor y constructor de la realidad circundante, se cuestiona o legitima en los diferentes círculos sociales y los medios adaptan sus soportes a las variantes tecnologías que ofrece el mundo contemporáneo.

Los estudios de la sociología de los mensajes tienen como punto de giro importante para su entronización definitiva, la crisis de los paradigmas existente en el sector hacia la segunda mitad de la década de los años 70 del pasado siglo, se imponía: “en primer lugar, definir cuál es el área temática de principal pertinencia de los estudios mediológicos; en segundo lugar, respecto a la elección de la base disciplinaria capaz de unificar la communication research. Dicho de otra forma, qué estudiar y cómo estudiarlo”. (Mauro Wolf, 1987: 4).

A partir de ese momento comienzan a desarrollarse dos tendencias fundamentales de la comunicación de masas, la sociológica y la comunicativa y, a juicio de este propio autor, el estudio de los emisores se alza como un punto convergente entre estas dos maneras de asumir la investigación en este campo. El emisor, visto como “grupos con niveles organizativos formales, jerarquías, cohesión fuertemente condicionada por valores profesionales compartidos y por

eficaces sistemas de sanciones y recompensas” (Mauro Wolf, 1987: 77) constituye el eje principal de los procesos de selección- jerarquización de los elementos noticiables.

Esa relación entre los valores que el emisor tienen como suyos y el propio proceso de producción que Mauro Wolf agrupa en un nivel macro y uno micro respectivamente, constituye la esencia entre las ideologías profesionales (conceptos y normas que el emisor tiene como válidos y que van desde la cultura, la religión y la política hasta lo más subrepticio de sus concepciones humanas) y las rutinas productivas en sí mismas, que constituyen las maneras de proyectar ese corpus sobre la base de un hecho de producción real. Indudablemente ideología y rutina productiva constituyen una unidad dialéctica, por cuanto las concepciones del periodista determinan su manera de asumir la producción informativa, a la vez que el propio proceso de construcción de la realidad va dando claves que se incorporan al saber profesional y a los valores de cada cual, sobre la base de la experiencia y el ejercicio cotidiano de la profesión.

Es lo que Miguel de Rodrigo Alsina define como “*una relación de inclusión*”, entendiendo que es el sujeto el que le da vida a los hechos sobre la base de la interpretación que hace de estos; el sujeto observador, como él lo define, es capaz de reconocer y construir una realidad que está formada por elementos exteriores a él mismo. No se pueden, por tanto, divorciar las maneras en que se asume la profesión de periodista y los valores de cada quien, del producto final que se torna noticia, independientemente del soporte, el medio y la sociedad en que se difunda.

En el contexto mediático contemporáneo esta idea gana un interés muy particular, por cuanto la diversidad de soportes y la celeridad que la tecnología permite en lo referido al proceso de producción- difusión de los elementos que se consideran noticiables, hace que el rol del periodista para muchos se desdibuje y que el emisor se pierda entre tanto aluvión informativo que se genera desde cualquier lugar.

A la vez que favorece la celeridad en la producción, no ayuda a que el periodista se acomode en medio de tanta información dispersa y sea capaz de asimilar las nuevas maneras de producción de noticias con modelos que permitan mantener la

investigación y el seguimiento eficaz dentro de la práctica de la comunicación y hacerlo de manera novedosa y profunda. Esto también está dado porque el acontecer es ilimitado; siempre puede tener matices diversos y desarrollarse de forma imprevisible; no obstante el producto comunicativo que se elabora está siempre limitado, (ya sea por espacio, por tiempo, o por las características de la entidad mediática en sí misma), lo que hace que cuando un tema comienza muchas veces a desarrollarse y ganar protagonismo, otro acontecimiento provoca mayor relevancia mediática, aunque ocurra fuera del entorno donde se desarrolla la audiencia y los intereses se movilizan en esa nueva dirección.

La producción de noticias resulta un proceso peculiar que se gesta en una organización compleja, el medio y es producida para un público receptor por “profesionales”, los periodistas, los cuales responden a los intereses de esa organización. Estos elementos: la organización informativa, las competencias profesionales y los factores externos ayudan a comprender cómo se construye socialmente la noticia, es decir cómo los sucesos son convertidos en relatos que ocupan tiempo y espacio. (Wolf, 1987: 79).

Una mirada a la teoría conduce inevitablemente al *newsmaking*, que se articula principalmente entre dos polos: la cultura profesional de los periodistas, la organización del trabajo y de los procesos productivos. Las conexiones y relaciones entre los dos aspectos constituyen el punto central de este tipo de investigación.

Es Mauro Wolf (1987) quien plantea que el *newsmaking* debe incorporar, como parte de su análisis e incluso como objeto de estudio, una serie de dimensiones que exceden las operaciones concretas planteadas más arriba: los desarrollos tecnológicos, los cambios en la propiedad de los medios, la segmentación de los públicos, el mercado laboral, etc.

Por su parte, Lester y Molotch (1974: 4) señalan un segundo aspecto complejo del proceso de producción, la imbricación entre las dimensiones práctica y valorativa, la cual es consustancial a la organización del trabajo periodístico e incide de manera relevante en la intencionalidad dada a las noticias.

Para estos autores, la noticia, en tanto producto, es el resultado de una “triple instancia” de producción, que involucra a fuentes, periodistas y públicos en el proceso, cada cual aportando acciones concretas pero también valoraciones, puntos de vista y “porciones” del relato sobre la realidad distintas.

Esta idea coloca al periodista en el eje articulador del proceso, es decir, como un productor legitimado de informaciones públicas, a la vez que propone, aunque no explícitamente, que el resultado del proceso es, a fin de cuentas, la producción misma de realidad.

Al carácter internalizado, institucional y repetitivo del trabajo periodístico se agrega entonces su carácter social, en el sentido de que la producción supone un constante intercambio y negociación entre los profesionales al interior de sus organizaciones y entre un medio y otro (Tuchman, 1978: 25).

Proceso de Producción de la Noticia

Factores que intervienen en el mismo:

1. Estructurales – organizativos (organización de la producción)
2. Profesionales – (Competencia e Ideologías Profesionales)
3. Externos – (Agentes externos a la institución)

1. Factores Estructurales Organizativos: Aparato organizativo, administrativo y burocrático que permite llevar a cabo de forma estable el acopio y procesamiento de los sucesos noticiables. Formas, procedimientos, costumbres de la organización de la producción informativa:

Ejemplo: Modo de distribución de los reporteros: Por tópicos, por regiones geográficas, por instituciones, etc. Ello impone un orden.

2. Factores profesionales: Competencia e Ideologías

Cultura profesional, oficio del periodista, valores que poseen o comparten sobre las funciones de los medios y los periodistas en la sociedad, así como de los productos noticias. Normas y reglas – no siempre expresas- que pueden determinar en la competencia profesional: aptitud, rigor técnico, creatividad. Paradigmas y prácticas profesionales.

3. Factores externos: Entidades, instancias, organismos o personas pertenecientes a diversas esferas de la vida social, que pueden llegar a tener una incidencia notable en el proceso productivo.

En la producción de información de masas tenemos, pues, por un lado la cultura profesional, entendida como un conjunto de códigos, símbolos, representaciones de roles, rituales y convenciones, etc. Por otro lado, existen restricciones relacionadas con la organización del trabajo, sobre las que se construyen convenciones profesionales que legitiman la definición de noticia, legitiman el proceso productivo (desde el uso de las fuentes hasta la selección de los acontecimientos y modalidades de confección) y contribuyen a prevenir las críticas del público. Se determina así un conjunto de criterios de importancia que definen la noticiabilidad de cada acontecimiento. (Garbarino, 1982: 12)

Los estudios sobre el newsmaking han puesto en evidencia la naturaleza compleja del trabajo periodístico y los numerosos condicionamientos a los que está sometido. Entre las evoluciones que esta línea de investigación debe afrontar, un aspecto particularmente importante es el relativo a los cambios habidos en los sistemas informativos en muchos países: los factores más importantes de tales cambios se refieren a las transformaciones de los sistemas televisivos, la expansión del mercado publicitario, las dinámicas del cambio cultural, la segmentación de los públicos y a otros factores, como las innovaciones tecnológicas en las redacciones periodísticas y las consecuencias que estas traen sobre el oficio del periodista.

Para el análisis del newsmaking, se trata de entender cómo puede ocurrir que instrumentos muy potentes desde el punto de vista de la cantidad de los flujos informativos, a menudo, determinan un empobrecimiento de la calidad de la información, una depreciación de la función periodística.

El proceso de renovación tecnológica ha seguido el camino de una estrategia dirigida más al proceso productivo que al proceso informativo. El mayor impulso recibido por las innovaciones tecnológicas ha sido el referido a la confección y al ensamblaje de la información, no a su ideación.

El aumento de los flujos de información que entran en las redacciones ha llevado a una cierta burocratización del trabajo periodístico, hoy sectores enteros de la redacción son verdaderos y auténticos seleccionadores de flujos ingentes de noticias que llegan a las redacciones bajo formas que permiten la casi inmediata publicación. Este incremento no se traduce en selecciones más razonadas y profundizadas. Las redacciones son cada vez más dependientes de las agencias, de las fuentes, cada vez están más constreñidas a adecuarse a criterios de relevancia establecidos por las redes de las agencias.

Las nuevas tecnologías, al hacer más fácil el almacenamiento y el acceso al conocimiento y a las informaciones- a través de las bases de datos- deberían facilitar, la información en profundidad, esto en realidad, raramente sucede, debido a la organización del trabajo periodístico, que, en cambio, incita al sentido de la autorreferencialidad. En efecto, se termina por privilegiar, como memoria colectiva de los hechos, precisamente los productos periodísticos en sí, aquello que el órgano de información ha publicado y que ha sido archivado.

En otras palabras, los actuales modos de utilización de las tecnologías comunicativas aplicadas a la información, hacen que, efectivamente, el circuito de la información sea seguramente más rápido, fluido y flexible, pero también más impermeable respecto a todo aquel material cognoscitivo que no sea habitualmente insertado en el propio circuito informativo. Las innovaciones tecnológicas han sido introducidas principalmente, cuando no de forma exclusiva, como soporte de la realización técnica de la información cotidiana, dejando inalterado su modelo.

Así pues, los actuales estudios de newsmaking tienen que hacer frente al deber de analizar las razones organizativas y estructurales por las cuales el aumento de los flujos de información no produce una sociedad más transparente, sino, al contrario, más opaca, un conocimiento cada vez menos adecuado a la complejidad social y cada vez más orientado a los criterios de la crónica, de la emergencia, sin comprender el desarrollo, la dinámica, la trama.

1.1.1 Producción noticiosa y sus fases.

El periodismo produce noticias que construyen parte de la realidad social y llegarán a las audiencias, mediante inclusiones, exclusiones y jerarquizaciones. Los medios masivos parten de una misma materia prima y llegan con productos diferentes, etiquetados con la veracidad y actualidad; las variaciones están en su proceso, estrategias, objetivos e instrumentos para ejecutarlos, el estado financiero, la dimensión y distribución de la plantilla (Túñez, 1999: 34).

La planificación de la producción informativa y el seguimiento de los acontecimientos permiten la construcción de una realidad vinculada con las estrategias del medio: noticiabilidad y valores-noticia, a las que se agregan los factores externos intrínsecos al proceso de producción o vinculados a la actividad económica, política y empresarial.

El proceso productivo de una empresa periodística comprende varias fases por las cuales el acontecimiento seleccionado y convertido en noticia evoluciona, hasta salir convertido en producto comunicativo para ser consumido por un público receptor.

Las fases o etapas del proceso productivo han diferido en el tránsito de un teórico a otro. Algunos las definen muy vagamente, mientras individualidades detallan explícitamente solo una o dos.

Golding y Elliot (Alsina, 1989:129) establecen las siguientes fases del Proceso de Producción:

- Planificación: Se fijan a largo plazo los acontecimientos previsibles para prever los recursos y signarlos. A corto plazo se fija la cobertura de las noticias del día.
- Recopilación: Los reporteros y corresponsales recogen materiales para las noticias y los llevan a la redacción.
- Selección: Se recoge el material de reporteros y corresponsales difundidos por las agencias y se prepara para la transmisión final.
- Producción: Los ítems seleccionados se ordenan para una adecuada presentación y se preparan para salir en el programa.

Por su parte, Alsina reduce toda la producción informativa a los procesos de selección y jerarquización, la división del ciclo productivo parece en exceso

generalizadora, pues aunque la selección y jerarquización se manifiestan a lo largo de todo el proceso, no se mencionan cuáles son las fases o etapas en que ellas actúan: planificación y determinación de coberturas, la relación de los periodistas con las fuentes, los factores profesionales, entre otros factores. (Segura, Nápoles y Barreda: 1991)

Mauro Wolf, diferencia con mayor precisión las diferentes etapas del proceso identificándolas en: recogida, selección y presentación. (Wolf.1987: 115)

- Primera fase: La recogida
- Segunda fase: Selección de noticias
- Tercera fase: El editing y la presentación de las noticias.

La recogida de la información en la conformación de la noticia requiere interpretación, estructuración, procesamiento y formación de la macroestructura; su redacción implica colaboración y estructuración, en función de las políticas de la empresa y su vinculación con otras temáticas (Dijk, 1996: 47).

La difusión noticiosa se realiza a través de los canales de comunicación, resulta subjetiva y depende de experiencias, actitudes y expectativas de los guardabarreras. Se convierte en una nueva fragmentación de la realidad y necesita consenso entre los periódicos para jerarquizar los criterios importantes (Alsina, 1989; López, 1995). Para tal situación existen factores determinantes como la frecuencia, el umbral, la ausencia de ambigüedad, la significatividad, la consonancia, la imprevisibilidad, la continuidad, la composición y los valores socioculturales.³

Los criterios para su desarrollo son: temporalidad, proximidad, exclusividad, interés, excepcionalidad, genericidad, circulación, relevancia, pugna entre las partes, evolución de los hechos, modelo de diario establecido, calidad de la historia, equilibrio global de la información y las expectativas recíprocas (Armentia y Caminos, 2003: 101).

Un hecho evoluciona en un medio de comunicación, según la importancia que le confiera la empresa y de acuerdo con la influencia de los factores a los que se hace referencia. De una nota informativa, el hecho puede pasar a convertirse en

³ Para ampliar información, consúltese a: Martínez y Fresada, 2001

editorial o artículo editorial como consecuencia lógica de una política editorial que avala, de manera gradual el desarrollo de los acontecimientos. La estabilidad del contenido de las noticias estará determinada por limitaciones exteriores de carácter político, ideológico, cultural, además de las exigencias teóricas y organizativas.

Los principales valores noticia reseñados por varios autores coinciden en estos enfoques: actualidad, proximidad, prominencia, curiosidad, conflicto, suspenso, emoción y consecuencias (Warren y Martínez, en Cantavella, 2004).

(McQuail, 1989 y Serrano, 2004) concuerdan en que algunos criterios para la valoración son: conflicto, novedad, prominencia, proximidad, actualidad, consecuencias e interés humano y que estos constituyen el concepto de noticiabilidad. El aparato informativo controla y gestiona a través de la esta los acontecimientos por los que se seleccionarán las noticias; además, son su componente, pues representan las respuestas a qué hechos son interesantes, significativos y relevantes (Wolf, 1997).

El producto comunicativo ya terminado, formará parte del periódico en el lugar asignado de acuerdo con su vínculo más cercano o distanciado de la actualidad; responderá a las formas del quehacer periodístico, conforme al perfil y a las políticas de la empresa, bajo el influjo de culturas, ideologías profesionales y políticas empresariales.

En esta fase están las rutinas periodísticas que marcan todo el proceso e identifican las formas del trabajo diario. Se relacionan con la forma habitual de construir noticias, respondiendo a consensos, donde cada medio y sus secciones tienen formas y acuerdos sobre la actuación de los periodistas.

Las rutinas son percibidas como procesos de decisión, realizados con rapidez; son criterios fáciles y rápidos, flexibles, relacionantes y comparables (Tuchman, 1978). Son patrones operativos estándar, repetitivos que se convierten en pautas de comportamiento establecidas y asimiladas por costumbre, ejecutadas mecánicamente (Tuchman, en Túñez, 1978). Son procesos comunicativos y empresariales que configuran estructuras operativas con criterios industriales de eficiencia, organización y disciplina (Araujo, 1980); por su parte (Fontcuberta,

1994) las considera atribuciones directas, reservadas obligatoriamente, para el periodismo.

Completa a esta fase la agenda temática que es el conjunto de temas recopilados por un medio de comunicación, con características relacionadas al éxito, la novedad y modernidad, en el ejercicio del poder. Ésta es diaria y para su elaboración se consideran las materias primas comunes y la suma de publicaciones en las redacciones de los periódicos; en su confección intervienen muchos factores, algunos ajenos al alcance de la información.

A través de la agenda temática, el medio busca la mejor relación con su público y encamina la atención hacia determinados temas, creando una realidad estructurada sobre la base de omitir informaciones no oportunas. La agenda contribuye a que el medio consolide y defina pautas políticas y sociales (Armentia y Caminos, 2003).

La agenda temática es resultado de la suma de lo publicado en la superficie de la redacción y la publicidad del periódico, del proceso de selección de los medios y refleja su influencia en la sociedad, con carácter pragmático. Se establece por agendas particulares de reporteros, redactores y del medio (Túñez, 1999). En ella se incluirá aquello que estrictamente cabe o debe caber en las páginas del periódico (López, 1995).

La producción de los textos periodísticos en general y de los editorializantes u opinativos en particular, va destinada a públicos en los que se pretende influir a través de datos factuales, opiniones, juicios y argumentaciones, con la finalidad de consolidar una opinión pública que responde entre otros factores a la interpretación que de la realidad realizan los medios

1.1.2 Rutinas productivas: saberes estandarizados.

En primer lugar, se ha de convenir que la realidad social es sumamente compleja, y que sólo unos pocos de los acontecimientos que tienen lugar son susceptibles de ser convertidos en noticias. ¿Cuáles? es la pregunta clave. Fue Gaye Tuchman quien se dio cuenta de que: “sin una cierta rutina de la que echar mano para hacer frente a los acontecimientos imprevistos, las

organizaciones periodísticas, como empresas racionales, quebrarían” (Tuchman, 1978)

Es decir,...” es necesario imponer un proceso organizativo tal que permita detectar acontecimientos, valorarlos en función de determinados criterios, seleccionar los más valorados, procesarlos y presentarlos al público. Todo ello debe hacerse de forma casi automática, ya que el tiempo y los recursos son limitados y el periódico o el informativo debe producir noticias con regularidad.”(Ribas, 2002: 522)

La pregunta clave que se formula la Sociología de la Producción de Mensajes es: ¿Qué factores, desde adentro y desde afuera de las organizaciones de medios, afectan el contenido de los mensajes? Jensen y Jankowski sostienen que cualquier investigación sobre la producción debe tener en cuenta cuestiones al menos en cinco categorías: cultural, institucional, organizacional, grupal e individual” (1993: 128).

Al respecto Sara Colino explica que se deben analizar las “actitudes personales y orientaciones de los comunicadores, valores profesionales, políticas corporativas de las organizaciones de los medios, la propiedad y el control de los mismos, los condicionantes derivados del sistema económico y las influencias ideológicas del sistema social global” (2009:16)

Francisco González (2009:14), por su parte, señala otros aspectos que guardan similitudes con el postulado anterior. Ellos son la cultura profesional del emisor, las estructuras organizativas y las rutinas productivas; la influencia de las fuerzas externas y la ideología.

Estos procesos psicológicos no vienen solos, sino que son resultado de todo un mecanismo de regulación que rige el funcionamiento de los medios. La autorregulación, según explica Julio García Luis (2004: 71), actúa sobre los contenidos de forma directa, mediante los instrumentos de funcionamiento interno de los medios, la planificación del trabajo, las definiciones de las coberturas, los procesos de elaboración y edición de los mensajes, y la aplicación, en síntesis, de las normas concernientes a la cultura profesional, todo ello impregnado por las protagonistas.

En la autorregulación que ejercen los factores internos a los medios concurren la distribución y ejercicio de atribuciones, los métodos de dirección, organización y control, la cultura organizacional y sus instrumentos, y los conocimientos y técnicas específicas de la profesión.

Contrario a lo que muchos piensan o quieren, los medios de prensa tienen una vinculación directa con el sistema político, en sus mensajes lo reproducen constantemente. Según García Luis (2004), el trabajo de los medios está reconocido como parte indispensable del mecanismo de funcionamiento integral de la sociedad, de las rutinas, “los medios incluyen y jerarquizan, pero, sobre todo, excluyen información” (Fontcuberta, 1993: 23).

Se entiende como cultura profesional “el equipo de herramientas, de símbolos, historias, rituales y cosmovisiones, que la gente puede utilizar, en configuraciones variantes, para resolver diferentes tipos de problemas (Swidler, citado por Jensen y Jankowski 1993: 113).

Por su parte, la forma de organización refleja la “misión, las prioridades, los límites, el estilo de trabajo, la orientación editorial y los mecanismos de control, regulación y autorregulación del medio” (González García 2009: 29).

Sobre dichos tópicos, Shoemaker y Reese apuntan que diversos medios pueden producir contenidos diferentes pues estos “están en función de una red de influencias, que van desde las actitudes personales de los trabajadores de la comunicación y el concepto de su papel, los procedimientos del trabajo de los medios, la estructura organizativa y la cultura de los medios, hasta las relaciones de los medios con otras instituciones sociales y las amplias fuerzas ideológicas y culturales” (1994: 257-58).

Dada su función normativa, las rutinas productivas devienen instrumento de control social sobre la labor de los periodistas en un amplio espectro de su actividad donde están presentes los niveles jerárquicos superiores como son el sistema político, entes de poder, dirección de los medios, fuentes relevantes, fundamentalmente. Al mismo tiempo, delinean cómo se elaboran las noticias y, por tanto, expresan las estrategias de cómo abordar la realidad que resulta de interés para las entidades periodísticas en un amplio espectro que va desde la

recolección hasta el tratamiento de la información que se hace pública y socialmente relevante.

Puede resumirse entonces que en el desempeño de las rutinas productivas están influenciadas por un grupo de mediaciones entre las que sobresalen:

- Las que dimanen de la propiedad de los medios. (Tipo de propiedad, alianzas con las fuentes de poder, capacidad de negociación con aquellas. Diseño de la política editorial. Debe tenerse en cuenta también la tendencia a la concentración de capital en el sector)
- Organización editorial y disponibilidad tecnológica. (Estructura interna del proceso productivo y su vinculación con el parque tecnológico disponible y sus posibilidades)
- Los condicionamientos que genera la publicidad como soporte económico esencial de las empresas mediáticas.
- Los condicionamientos de las fuentes de información. (Nexos entre periodistas y fuentes y entre medios y fuentes en la reproducen visiones ideológicas dominantes).
- Ideologías profesionales de los periodistas. (Están presentes las acciones de autorregulación y la profesionalidad).
- Presiones políticas, económicas, judiciales recibidas por los medios ante la cobertura de determinados hechos.
- Condicionamientos sociohistóricos que prefiguran el escenario donde se desenvuelven los periodistas y los medios para los cuales trabajan. (Téngase en cuenta factores religiosos, culturales, identitarios, éticos predominantes en la sociedad, nivel educacional alcanzado, estructura y protagonismo de la sociedad civil).

Semejante accionar genera un proceso múltiple, complejo y contradictorio permanente de negociaciones que no implican, necesariamente, equilibrio ni niegan la hegemonía de unas instancias sobre otras. En tales transacciones prevalecen, como regla, el criterio de la dirección editorial, y cuando se trata de los grandes temas, los que dimanen de la visión del poder dominante.

1.1.3 Profesión periodista.

El proceso constructivo de la cultura profesional se originó en el Periodismo durante los últimos años del siglo XIX, con la consolidación de la prensa moderna en Estados Unidos, cuando se inició un proceso de reflexión acerca de la naturaleza y las funciones de la actividad social y humanista de los periodistas.

Durante la Primera Guerra Mundial surge un periodismo informativo y noticioso que despoja el relato de los rasgos de opinión; desde su surgimiento, influenciados por las Ciencias Sociales y las obras de Lippmann, los periodistas se consideraron guardabarreras que seleccionaban acontecimientos importantes y los difundían a sus públicos lectores.

Terminada la Segunda Guerra Mundial se desarrolla el periodismo interpretativo, el cual tuvo sus raíces en las décadas de los cuarenta y cincuenta. En la segunda mitad del siglo pasado se establecieron dos ideologías profesionales con la visión de un informador objetivo y pasivo ante los acontecimientos y la perspectiva del periodista activo y participativo socialmente.

Las culturas profesionales evolucionan y promueven nuevas formas surgidas de la práctica, como resultado de representaciones, más que de la realidad expuesta por los medios. Como todo grupo que desarrolla un camino, los periodistas expresan sus ideologías o sistemas de creencias que dan sentido a su trabajo y las justifican dentro del grupo y frente a personas ajenas.

Las ideologías profesionales no son únicas para una colectividad, se encuentran con identidades alternativas bajo diferentes supuestos, pues el periodismo ha alcanzado un nivel de profesionalidad para que sus integrantes tengan conciencia y compartan cultura.

Las culturas profesionales influyen en los modelos contextuales del discurso, en los medios de comunicación masiva, predominando las de quienes controlan la redacción y edición de las noticias, tanto en lo dicho, como en la forma de escribirlo y publicarlo (Dijk, 2000b).

En este entramado de rutinas productivas y saberes profesionales, las nuevas tecnologías, al hacer más fácil el almacenamiento y el acceso al conocimiento y a las informaciones- a través de las bases de datos- facilitan el acceso a la información, la interactividad y la socialización inmediata de los contenidos.

En otras palabras, los actuales modos de utilización de las tecnologías comunicativas aplicadas a la información, hacen que, efectivamente, el circuito de la información sea seguramente más rápido, fluido y flexible.

1.2 Los periodistas ante el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

El constante desarrollo tecnológico no ha dejado reposo para la profesión desde que fue reconocido el *periodismo digital* como ejercicio diferente a los ya tradicionales de la radio, la televisión y la prensa escrita.

Un titular de la versión digital del *El país* de mayo de 2009 anuncia que la crisis económica y la revolución de Internet ponen duramente a prueba la industria periodística. En el artículo John Carlin⁴ asegura que la irrupción de la world wide web en el antiguo imperio del periodismo ha provocado incertidumbre y confusión, sin que nadie tenga muy claro si la toma de esta Bastilla debe de ser motivo de esperanza o de desesperación. El consenso sólo existe alrededor de una gran contradicción: que vivimos en el mejor de los tiempos para el periodismo, y también en el peor.

Así, la cultura profesional de los periodistas se modifica por obra de un nuevo paradigma tecnológico caracterizado en torno a las TIC, y concretado en la red de redes que hoy es cotidianidad: internet.⁵

Cada día los estudios de emisión de mensajes ganan más adeptos en las investigaciones del universo mediático; el surgimiento de INTERNET y con ella el aumento de las fuentes difusoras de mensajes, además de otros procesos y crisis

⁴ Disponible en

<http://www.elpais.com/articulo/reportajes/momento/crucial/elpepusocdmg/20090510elpdmgrep-1/Test>
(Accedido el 10 de marzo de 2013)

⁵ De las ideas políticas a Twitter: el desbordamiento de la campaña electoral en la Democracia 2.0 Jorge Conde López ESIC Business & Marketing School

de los estudios de los mass media en sí mismos, ha puesto la mira en quiénes dicen, qué dicen y hasta qué punto la ética y la veracidad constituyen resortes del trabajo de las entidades difusoras tradicionales.

El rol del periodista, como emisor y constructor de la realidad circundante, se cuestiona o legitima en los diferentes círculos sociales y los medios adaptan sus soportes a las variantes tecnologías que ofrece el mundo contemporáneo.

La revolución digital transformó radicalmente el escenario de la comunicación pública y antepuso a los paradigmas clásicos, nuevos modelos determinados por cambios constantes y la redefinición de emisores y receptores. En ese entorno es lógico sostener que la figura del individuo consagrado profesionalmente a explorar la actualidad, recopilar datos sobre los hechos noticiosos, sintetizar la información y exponer su versión de la realidad, tenga también que replantear su función y redefinir su presencia.

El advenimiento de la Red –soporte y medio de comunicación a la vez- repercute sensiblemente en los profesionales de la comunicación, muy especialmente en el periodismo, por su dinámica impronta revolucionaria que precisa la cohesión de voluntades, el cambio de mentalidades, de lenguajes, contextualizaciones, conceptualizaciones y retóricas (Rodríguez Calzadilla, 2005).

Pero como sentencia Ramón Salaverría⁶, “la aventura apenas comienza, es fascinante el desafío que las nuevas tecnologías presentan a los medios, a los profesionales de la comunicación y a las audiencias. Más que nunca, debes respetarse los valores clásicos del periodismo: honestidad, servicio público, independencia, verdad. Sin ellos, el periodismo digital no será más que un remedo informativo.” (Salaverría, 2006:s.p.)

Es así que la tecnología digital reconfigura, cada vez con más fuerza, las tareas periodísticas en los medios, abriendo de esta manera horizontes insospechados y prometedores al mismo tiempo para los profesionales de estos tiempos de internet y redes sociales.

⁶ Ramón Salaverría Aliaga es Doctor en Periodismo, director del Laboratorio de Comunicación Multimedia de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, donde imparte docencia sobre periodismo especializado y tecnología de la información. Participa en varios proyectos de investigación sobre el impacto de internet en los medios de comunicación. En su producción bibliográfica destaca su coautoría, junto a Javier Díaz Noce, del *Manual de Redacción Ciberperiodística*, y su obra *Redacción periodística en internet*

“El nacimiento de la comunicación digital- en el que los profesionales del periodismo se descubren en el mismo oficio peor con otras modalidades de producción y distribución de noticias- exige nuevos conocimientos técnicos, prácticas y actitudes ante los hechos y fuentes.” (Tejera, 2001: s.p)

Hoy en día, la tecnología es responsable de la aparición de los denominados "nuevos medios" ⁷ y de los cambios que los mismos están originando en el trabajo diario de la profesión periodística. Transformaciones que nos afectan de forma directa como profesionales del periodismo y que han de llevarnos forzosamente a reflexionar sobre ellos.

Más de un experto considera que los periodistas de hoy necesitan saber analizar la gran cantidad de datos que están disponibles para ellos en la INTERNET, lo que podemos llamar lectura crítica. Agregan a esto las necesarias habilidades para diseñar páginas web, aprender las exigencias de las telecomunicaciones y la investigación digital, así como el procesamiento de textos.

Existen muchos prejuicios en torno a la evolución de las tecnologías digitales, se podrá inferir que la creciente importancia del audio y el video, y en lo adelante quizás cambios tecnológicos en cuanto a las resoluciones de las pantallas, puedan perfilar direcciones de evolución, pero lo cierto es lo que (Salaverría, 2005, 5) consideró como fundamental: un obligatorio proceso de evolución tecnológica, económica y editorial.

Entendido de esta forma ¿Qué debe hacer un periodista ante estos cambios?.

¿Cómo ver la relación tecnología- periodismo?⁸

El mundo académico dedica importantes estudios al periodismo digital (podría mencionarse los trabajos de Armentia Vizquete, Díaz Noci, Meso Ayerdi, Canavilhas, Salaverría, y en América Latina los títulos de Guillermo Franco a que nos referiremos más adelante, entre otros) como fenómeno novedoso que implica nuevas prácticas comunicativas, cambios en las relaciones entre la prensa y las

⁷ Ver Los blogs de los Periodistas Tuneros y la construcción social de una realidad en la Red de Redes. Tesis de Maestría de Leonardo Mastrapa. 2009

⁸ Conviene recordar la advertencia de Pascualli (1990-36) en el sentido de que el *problema esencial sigue siendo el de la comunicación interhumana... El medio no es la comunicación (el medio ni siquiera es el mensaje); sólo desempeña una importante, específica y limitada función dentro de la relación de comunicación.*

telecomunicaciones, y que impone, como nunca antes, una dependencia a la actualización constante en términos tecnológicos y periodísticos. Pero, detrás de cada estudio está un ser humano, un profesional llamado periodista que necesita competencias para la era digital, tal y como las necesitan otras profesiones.

La diferencia es que ahora está sometido a una competencia especial en la red, espacio global en el que al decir de (Salaverría, op.cit , 9) cambiaron los principios básicos de su profesión: la investigación, la producción y la difusión. El empleo por parte de los periodistas de las redes interactivas y de sus fondos documentales digitalizados ha supuesto una revolución en los métodos de investigación y acceso a las fuentes. En segundo lugar, los procesos y formas de producción de los contenidos periodísticos también han experimentado profundos cambios gracias a las herramientas digitales.

Por último en lo que se refiere a la difusión, la especificidad del ciberperiodismo se ve avalada por la aparición de nuevos medios que emplean las plataformas digitales, y muy especialmente Internet, para publicar sus contenidos aprovechando las nuevas posibilidades hipertextuales, interactivas y multimedia.

Esto significa que para los periodistas utilizar la Internet como plataforma para la producción de contenidos trajo nociones de actualidad e inmediatez, instantaneidad y velocidad como inevitables enseñanzas de los nuevos entornos tecnológicos.

En el campo del periodismo se han operado transformaciones en el perfil del nuevo profesional, convirtiendo al periodista en un gestor de información. Ello ha traído como consecuencia afectaciones en las rutinas productivas que van desde los impactos del tele-trabajo, a la acción cooperativa con el trabajo en equipos. Al mismo tiempo esas afectaciones han remodelado las ideologías profesionales, a partir de preguntas tales como: ¿Para quién trabajamos? ¿Cuál es nuestro encargo social? ¿Qué relación queremos tener con los públicos-usuarios?.

También está el replanteo de nuevas dimensiones de la objetividad periodística. Las competencias profesionales para la actividad periodística están basadas en las exigencias de los procesos configuradores de los campos de actuación, los modos de actuación y la base técnico-material para la producción de mensajes

periodísticos (tecnologías), así como en la conformación de una ideología profesional referida a un —corpus deontológico (García Luís, ob.cit).

Ahora bien, realizar el periodismo digital en Cuba pasa por las limitaciones que tienen que ver con las dificultades con la conectividad, principalmente de ancho de banda, que entorpecen aplicaciones como video y sonido en tiempo real.

"Hoy, a pesar de que muy cerca de las costas cubanas pasan cables internacionales de fibra óptica, lo cual garantizaría mayor velocidad de conexión y costos significativamente menores, las leyes del bloqueo impiden la conexión a ellos (Perdomo, 2007: 54).

Por estas razones el acercamiento de los periodistas cubanos a la comunicación digital llegó y se mantiene sin el amparo tecnológico necesario e ideal y se desarrolla con verdaderas dificultades de conectividad, principalmente de ancho de banda, que entorpecen aplicaciones como video y sonido en tiempo real.

Sin embargo, la inserción de estos profesionales en Internet rebasa ya, en muchos casos, los meros límites impuestos como obligación por el desempeño de la profesión, y empieza a verse también como una herramienta tanto de trabajo como de expresión individual, no solo por parte de los propios periodistas, sino por los mismos decidores de políticas informativas, lo cual explica el apoyo y estimula a la creación de páginas personales, identificadas como nuevos espacios para —difundir la verdad de Cuba a través de la Red.

Una reflexión en torno a las consideraciones precedentes, han conducido a la especialista Milena Recio (2005) a las conclusiones que siguen:

-Es imprescindible un programa de alfabetización y/o superación profesional para diversos agentes que participan hoy y deberán participar en el futuro en los procesos de producción periodística para medios digitales.

-Es necesario dotar a cada agente de los recursos y el conocimiento que necesita para desempeñar eficientemente sus labores y roles específicos.

-Los esfuerzos de capacitación deben alcanzar al sector profesional en todo el país.

-La capacitación profesional en esta área debe favorecer la integración interinstitucional, y el servicio de todo el talento y el conocimiento acumulado, para

rebasar los islotes de conocimiento, incluso más allá del sector profesional periodístico o de la academia universitaria.

-Las experiencias de este programa de capacitación deben integrarse orgánicamente y realimentar las experiencias de formación de pregrado para los futuros periodistas.

La autora coincide, además, con Leonardo Mastrapa (2009) cuando se refiere a las nuevas "sinergias" informativas y laborales que afectan al trabajo de los profesionales que pasan a convertirse en "proveedores de contenido", independientemente del soporte en el que finalmente se distribuyan sus trabajos.

Un "nuevo medio" que aúna las características de los tres medios tradicionales: el uso del texto como la Prensa, el uso del sonido como la Radio y el uso de las imágenes en movimiento como la Televisión. Y que, además, combina estas características con nuevas maneras de presentación de los contenidos apoyándose en el desarrollo tecnológico e incorporando conceptos tales como interactividad, multimedia, hipertexto, vínculo, etc., términos con los que se intentan definir las actividades desarrolladas por estos nuevos medios de comunicación digitales.

El periodismo digital añade dos elementos que, aún buscados desde los inicios del periodismo impreso, no habían podido incorporarse con tal fuerza a la profesión como hasta ahora: la inmediatez y la disponibilidad de un espacio casi infinito para publicar informaciones.

La primera de estas novedades incorporadas por el nuevo medio, la instantaneidad en la transmisión de la información, hace que (Koldo 2002) asegure que la Red es un medio de publicación instantánea que altera las rutinas a las que están acostumbrados los medios periódicos o con parrillas horarias.

Las redes sociales son, por excelencia, una forma emergente que abre innumerables posibilidades y desafíos para el ejercicio periodístico, desde un escenario cada vez más reticular en el que destaca la sobreabundancia de información. De ahí el desafío de los periodistas cubanos abocados a fomentar la colaboración y construcción colectiva de contenidos en novedosos dispositivos

portátiles, lo cual obliga a generar productos comunicativos acordes a esta cambiante realidad.

En el contexto actual, ello supone un creciente estímulo a la superación y asunción de nuevos roles para los periodistas en las redacciones digitales.

1.3 De las mediaciones, avances tecnológicos y el periodismo.

La prensa constituye uno de los mediadores por excelencia dentro de las sociedades contemporáneas si entendemos que la mediación, como afirma Manuel Martín Serrano⁹, —introduce un modelo de orden entre las cosas para ofrecer una visión estable del mundo. Consecuentemente funciona, orientada a reproducir formas de control a nivel cognitivo asociadas a los intereses de poderes dominantes.

Esta teoría desarrollada por Manuel Martín Serrano parte de la idea central que nos dice que existen interdependencias entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de la sociedad y para desarrollar esta idea, se debe partir del estudio de la producción de comunicación social. Asimismo, esta teoría tiene como modelo general para enfrentarse al objeto de estudio, un paradigma que Martín Serrano ha denominado: "*de la Mediación*".

"La mediación pretende ofrecer un paradigma adecuado para estudiar todas aquellas prácticas, sean o no comunicativas, en las que la conciencia, las conductas y los bienes entran en procesos de interdependencia. El investigador no puede recurrir en estos casos a modelos meramente cognitivos, exclusivamente de comportamiento, o solamente de producción. La necesidad de un enfoque basado en el análisis de la mediación se hace sentir cuando el manejo de la información, de los actos, de las materias, se manifiesta como una actividad que no puede ser dissociada ni analizada por partes. La producción de información destinada a la comunicación pública es una de esas actividades". (Martín Serrano, 1986: 22 y 23)

Como explica Manuel Martín Serrano "La participación de los Medios de Comunicación de Masas (MCM) en la elaboración de una representación de lo que

⁹ En Serrano, Manuel Martín: La producción social en Comunicación. Madrid, Editorial Alianza, 1978, pp. 53

sucede en el mundo se inicia cuando la institución mediadora, u otros agentes sociales (Agencia de noticias, Consejo de redacción, Censores, etc.), seleccionan determinados aconteceres para hacerlos públicos.

"La tarea específicamente comunicativa comienza cuando los Emisores (con la aceptación de la institución mediadora) eligen, en el marco de ese acontecer público, determinados objetos de referencia. Los Emisores ofrecen a sus audiencias un producto comunicativo que incluye un repertorio de datos de referencia a propósito de esos objetos. Los datos se relacionan conceptualmente entre sí de una manera determinada; desde este punto de vista los productos comunicativos suelen denominarse "relatos". Además, los datos se expresan de una u otra forma en un soporte material. Desde este punto de vista, son objetos. Estas tareas comunicativas de los MCM son *operaciones de mediación*". (Martín Serrano, 1986: 143)

La producción noticiosa es entonces un proceso en el que participa el reportero como agente mediador inserto en una empresa informativa (institución mediadora), proceso que implica la selección de acontecimientos de la realidad social actual; recolección de información y construcción de narraciones acerca de estos hechos, las cuales son redactadas, grabadas, editadas, jerarquizadas y finalmente ofertadas al público como información-mercancía.

Bajo la idea anterior, los reporteros desarrollan su tarea mediadora de construcción de la realidad, en un primer plano, a partir de su propia interpretación de los hechos; interpretación que está determinada por su bagaje cultural, ideología, formación profesional, sus intereses individuales; pero también por su concepción del deber profesional (ética periodística).

A esta mediación cognitiva, como le ha llamado Martín Serrano, realizada por el reportero en un orden individual, se une durante la producción noticiosa la mediación estructural, que está determinada por los intereses económicos de las empresas informativas, por sus recursos tecnológicos, las rutinas productivas, etcétera; es concretamente, el molde o el sello institucional del producto comunicativo elaborado por los reporteros en concordancia con la empresa para la que laboran.

En consecuencia, la organización del trabajo también se vio modificada con la irrupción de las nuevas tecnologías y el uso empresario de las mismas.

“Los propietarios de los medios de comunicación, gracias al equipamiento tecnológico continuo, han impuesto el concepto de "polivalencia" -o también "periodista multimedia"- para redefinir las nuevas tareas de los periodistas... el periodista se tendrá que convertir en un profesional polivalente. Un solo redactor tendrá que enviar imágenes, voz y texto. Y, además, hacerlo con inmediatez”. (Albarello, 2002, apud. Palomino:2009).

El desarrollo de estas tecnologías de la información y la comunicación introducen modificaciones significativas en la producción, circulación y apropiación de la información, y de un nuevo tipo de lenguaje: hipertextual, multidireccional, interactivo y multimedial.

Es así como se definen las Lógicas de Producción Hipermedia¹⁰, estructura y dinámica de la producción periodística para la web, que se diferencia de las lógicas de producción tradicionales por las modificaciones que las tecnologías de la información y la comunicación introducen en la producción, circulación y apropiación de la información, en procesos hipertextuales, multidireccionales, interactivos y multimediales, respaldados por competencias profesionales y comunicativas particulares, y la reconfiguración de la cultura profesional de los periodistas.

Así, las investigadoras anteriormente citadas esbozan un mapa conceptual a manera de guía dimensionada en indicadores.

1) Mediaciones internas:

¹⁰ Ver a DIZ GARCÉS, Edda y SALADRIGAS MEDINA, Hilda (2011): “La categoría mediaciones en los análisis de las lógicas de producción periodísticas en la web”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 9, pp. 35-72. DOI: 10.5209/rev_MESO.2011.n9.38010; http://dx.doi.org/10.5209/rev_MESO.2011.n9.38010

1.1) **Institucionalidad**

- a) Estructura organizativa de la redacción;
- b) recursos materiales;
- c) tipología del medio;
- d) normas de redacción;
- e) agenda informativa;
- e) socialización de saberes;
- e) política de estimulación salarial.

1.2) **Tecnicidad**

- a) Uso de Sistema de Gestión de Contenidos (Content Management System o CMS);
- b) computadoras conectadas;
- c) servidores;
- d) tarjeta para captura de video;
- e) cámaras fotográficas y de video;
- f) grabadoras;
- g) celulares.

1.3) **Cognitivas**

- a) Producción propia para la web;
- b) jerarquización de las informaciones;
- c) titulación de los trabajos;
- d) actualización.

1.4) **Estructurales**

- a) Conocimientos y habilidades para el periodismo hipermedia;
- b) identificación del sitio (cabezal) y secciones;
- c) uso de imágenes (fotos, infografías, galerías, caricaturas);
- d) atributo ALT y pies de fotos;
- e) uso de Géneros periodísticos;
- f) morfología de los productos comunicativos en cuanto a: la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad.

2) Mediaciones externas:

2.1) Económicas

- a) Salario de los periodistas;
- b) otros ingresos estimulación salarial.

2.2) Políticas

- a) Contexto político;
- b) política informativa (regulaciones externas).

2.3) Tecnológicas

- a) Propiedades de Internet: conexión satelital (ancho de banda/velocidad) y conectividad (uso social/uso personal);
- b) desarrollo CMS para la prensa.

Esta propuesta conceptual se aviene a nuestro estudio que tampoco pasa por alto las complejas lógicas de producción periodística en el orden superestructural (políticas editoriales, ideologías profesionales, normas organizacionales); estructural (concepción y estructura organizacional, rutinas productivas), e infraestructural (recursos económicos, financieros, humanos y tecnológicos), evidentes también en el órgano de prensa objeto de análisis.

1.3.1 Periodismo digital y periodismo tradicional.

No son pocos los teóricos y catedráticos que han vaticinado, tras la consolidación de INTERNET como plataforma tecnológica, la desaparición de la profesión. Pero en realidad, el constante desarrollo tecnológico no ha dejado reposo para el periodismo.

Y a esa corriente de expertos se suma la autora de este trabajo, quien considera que los periodistas de hoy necesitan saber analizar la gran cantidad de datos que están disponibles para ellos en la INTERNET, definido como lectura crítica¹¹. Agregan a esto las necesarias habilidades para diseñar páginas web, aprender las exigencias de las telecomunicaciones y la investigación digital, así como el procesamiento de textos.

¹¹ Adalys Ray, en su Tesis de Maestría Saber, hacer, cambiar: las competencias de los periodistas digitales cubanos, 2009

A ello se suma la posibilidad de los internautas, con acceso ahora a los mismos recursos que los periodistas, lo que provoca que se estén difuminando viejos conceptos de la profesión periodística: de la jerarquía informativa al caudal de noticias, de la pasividad a la participación de la audiencia, de la sumisión a la agenda del medio a crear una agenda propia. Opinión que corrobora la necesidad del perfeccionamiento de los rasgos especializados del periodismo, que le dan su condición de actividad profesional.

El mundo académico dedica importantes estudios al periodismo digital (podría mencionarse los trabajos de Armentia Vizueté, Díaz Noci, Meso Ayerdi, Canavilhas, Salaverría, y en América Latina los títulos de Guillermo Franco a que nos referiremos más adelante, entre otros) como fenómeno novedoso que implica nuevas prácticas comunicativas, cambios en las relaciones entre la prensa y las telecomunicaciones, y que impone, como nunca antes, una dependencia a la actualización constante en términos tecnológicos y periodísticos. Pero, detrás de cada estudio está un ser humano, un profesional llamado periodista que necesita competencias para la era digital, tal y como las necesitan otras profesiones.

La diferencia es que ahora está sometido a una competencia especial en la red, espacio global en el que al decir de (Salaverría, op.cit p. 9) cambiaron los principios básicos de su profesión: la investigación, la producción y la difusión. El empleo por parte de los periodistas de las redes interactivas y de sus fondos documentales digitalizados ha supuesto una revolución en los métodos de investigación y acceso a las fuentes. En segundo lugar, los procesos y formas de producción de los contenidos periodísticos también han experimentado profundos cambios gracias a las herramientas digitales. Por último en lo que se refiere a la difusión, la especificidad del ciberperiodismo se ve avalada por la aparición de nuevos medios que emplean las plataformas digitales, y muy especialmente Internet, para publicar sus contenidos aprovechando las nuevas posibilidades hipertextuales, interactivas y multimedia. Esto significa que para los periodistas utilizar la Internet como plataforma para la producción de contenidos trajo nociones de actualidad e inmediatez, instantaneidad y velocidad como inevitables enseñanzas de los nuevos entornos tecnológicos.

A estas alturas, todos los profesionales de la comunicación trabajan inmersos en un ambiente de fuerte contenido tecnológico que permea sus rutinas productivas, más allá del producto final (diario impreso, radio, portal informativo, televisión, etc.).

En este escenario apareció entonces la convergencia, término muy vinculado con el desarrollo de la tecnología digital, cercana a la integración de texto, números, imágenes y sonidos.

Cuando en el año 2009 el sitio profesional journalism.co.uk utilizó la herramienta twitter para que en 140 caracteres, periodistas, bloggers y profesionales de la comunicación hicieran la predicción del futuro del periodismo online o digital, muchos predijeron un aumento en el uso del video y la telefonía móvil como nueva plataforma de información.

Pero esta integración, alertaron los teóricos y confirmó la realidad, no puede convertirse en un simple reordenamiento arquitectónico de dos redacciones y que el concepto debe relacionarse mucho más con nuevas dinámicas de trabajo y colaboración, tomando en cuenta la esencia del medio y sobre todo formando constantemente al mayor valor que poseen: sus periodistas.

Es tal la preocupación al respecto que a partir del estudio de estas temáticas, el grupo Novos Medios, de la Universidad de Santiago de Compostela, conjuntamente con miembros de la Universidad de Navarra desarrollaron una herramienta metodológica que tiene como objetivo el cálculo de un índice que refleja el grado de convergencia de un medio¹².

La herramienta consiste en una fórmula basada en una tabla de asignación de puntos que bebe de una base de datos. La fórmula propuesta da como resultado un índice que establece en 100 el grado máximo de convergencia y en 0 el grado mínimo de convergencia

Entre las variables a analizar se nombran: relaciones entre las salas de redacción, medios polivalentes, tipo de colaboración en la producción de contenidos, tipo de entrega de contenidos.

¹² Disponible en: [<http://segundoplanoblog.blogspot.com/search/label/Periodismo%20Digital>]

De esta investigación instrumental es válida la importancia dada dentro del tema de la convergencia a la producción de contenidos, en la que los periodistas son generadores primarios.

Vale analizar, entonces, cómo se adaptarán los periodistas cubanos que trabajan en espacios mediáticos limitados tecnológicamente a la convergencia en sus redacciones. La pregunta ¿cuál es el futuro del periodismo? convertida luego en ¿cuál es el futuro del periodista? es reiterada constantemente en espacios profesionales de discusión desde que las herramientas de comunicación con las que se generan y distribuyen la información ya no solo son utilizadas por los medios de prensa.

En el mundo moderno, globalizado –para bien o para mal– y por ende interdependiente; las dinámicas de desarrollo de los campos de la ciencia, la tecnología, y las prácticas sociales que las vinculan a las fuerzas productivas, obligan a una constante renovación en busca de la eficiencia en todos los procesos en los cuales se involucra el hombre como sujeto social; por ello en este sentido el segundo plano de las competencias profesionales alcanza progresivamente un papel tan importante como el primero. Ya saber aprender es tan importante como saber hacer y ninguno de los dos puede prescindir del otro.

En el campo del periodismo se han operado transformaciones en el perfil del nuevo profesional, convirtiendo al periodista en un gestor de información.. Al mismo tiempo esas afectaciones han remodelado las ideologías profesionales, a partir de preguntas tales como: ¿Para quién trabajamos? ¿Cuál es nuestro encargo social? ¿Qué relación queremos tener con los públicos-usuarios?.

También está el replanteo de nuevas dimensiones de la objetividad periodística. Las competencias profesionales para la actividad periodística están basadas en las exigencias de los procesos configuradores de los campos de actuación, los modos de actuación y la base técnico-material para la producción de mensajes periodísticos (tecnologías), así como en la conformación de una ideología profesional referida a un —corpusll deontológico (García Luís, ob.cit).

Las rutinas periodísticas tradicionales de búsqueda de datos y de fuentes, selección, valoración, contraste, verificación, despliegue de habilidades narrativas,

etc. siguen siendo la razón de ser del periodista digital igual que lo es del periodista que trabaja en los medios tradicionales; pero, necesariamente, el periodista que trabaje con y en los medios digitales deberá adaptar todas estas rutinas al nuevo entorno tecnológico: los datos y las fuentes ya no están sólo en la calle, están también en la red, el periodista digital debe adquirir las suficientes destrezas para saber buscar esa información y debe agudizar sus métodos de contraste y verificación de las fuentes en un entorno caracterizado por la sobreabundancia de información. (Martínez, 2007).

Pero, ¿y los contenidos? Las nuevas tecnologías han sido pensadas en función del proceso productivo de la información y no del producto informativo (Martín Barbero 1987, 1989, 1999 y 2008, y Haber Guerra 2005, 2006, 2007 y 2009) Narrar una noticia hoy significa utilizar con efectividad todas las modalidades de la comunicación humana apropiadas para esa noticia, lo cual incluye imágenes, vídeo, sonido e interactividad, así como el uso de una amplia variedad de nuevas herramientas mediáticas que van desde el diseño web hasta los agentes inteligentes y las cámaras de vídeo de 360 grados.

La española Lourdes Martínez Rodríguez¹³ dice que un periodista digital es, en primer lugar, periodista y como tal debe asumir las competencias propias de la profesión que son comunes, independientemente del medio para el que se trabaje. Por lo tanto, la competencia fundamental debe ser conocer y dominar los principios básicos del Periodismo y saber aplicarlos a la comunicación digital.

Para las competencias periodísticas las preguntas son siempre las mismas; pero sus principales amenazas y retos son los pasos que deben darse en el futuro ante la incorporación de realidades cambiantes, como las de nuevas tecnologías de la información.

¹³ Licenciada en Ciencias de la Información, rama Periodismo, por la Universidad Complutense de Madrid. Profesora de la Universidad de Murcia, de “**Periodismo Especializado**”. Anteriormente fue docente de “**Comunicación e Información Escrita**” y “**Prensa y Tecnología de los medios impresos**” en la Universidad Católica San Antonio de Murcia.

Estas propuestas del saber hacer en ámbitos multimediáticos están enfocadas dentro de los procesos de la comunicación contemporánea que incluye el perfil del periodismo digital. Una mirada crítica que permita un acercamiento a la labor periodística en estos espacios nos llevaría a actualizar los encargos sociales de la profesión ante los cambios constantes de la sociedad en red.

CAPÍTULO II ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se realiza el procesamiento de la información obtenida mediante las diversas técnicas puestas en práctica durante la investigación, elementos que debidamente contrastados, permiten profundizar en los aspectos contemplados en las categorías y dimensiones de análisis.

2.1 Radio Trinidad, del sonido a la web.

La investigadora, que forma parte del objeto de estudio, a través del método etnográfico y la aplicación de técnicas como la revisión bibliográfica y documental, y la observación participante, encontró las evidencias que se expondrán a continuación.

“La historia de la radio cubana en Internet comienza a construirse en la emisora internacional Radio Habana Cuba, cuyas primeras colaboraciones en la Red datan de 1992 y consistían en el envío diario de noticias nacionales e internacionales redactadas en inglés a la conferencia "reg.cuba" de las redes igc.apc con sede en California” (Rodríguez, 2006: 39-40).

Para su entrada en la web, *Radio Sancti Spíritus* precisó del apoyo del periódico *Escambray*. En abril de 2001, como parte de la estrategia desplegada por el sistema de la Radio Cubana para hacerse presente en Internet, la CMGL comienza su vida propia en Internet, derivada del proceso de digitalización de las emisoras como parte de la renovación tecnológica desarrollada en ese período (hasta 2002), que delimita la etapa de inserción mayoritaria en la Red con la incorporación de las plantas provinciales del país.

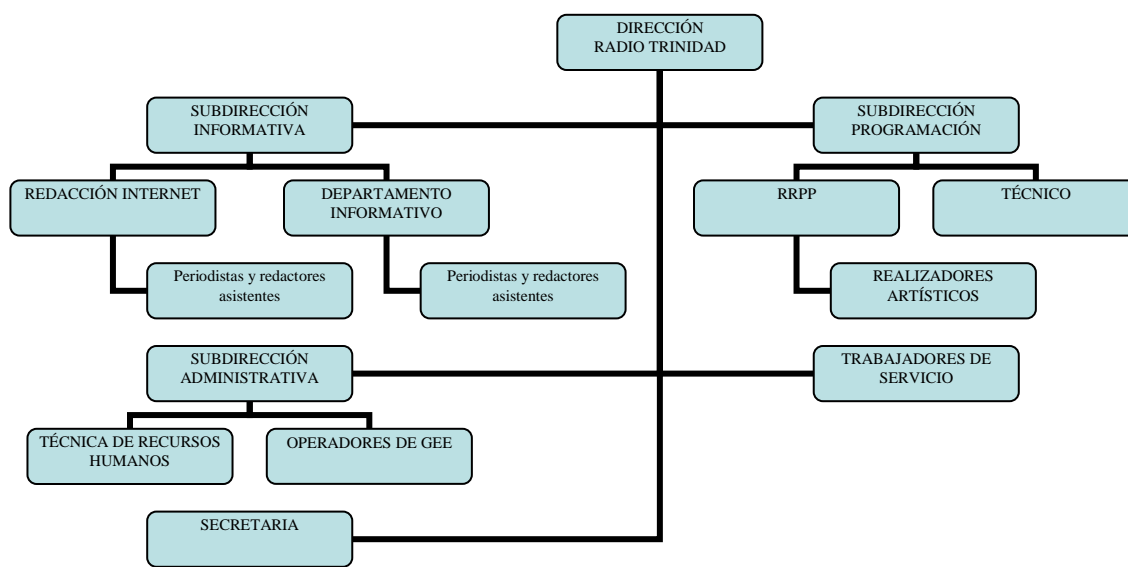
Tal resultado estuvo precedido por acciones aisladas que marcaron el camino de lo que sucedería después en el medio de mayor número de colectivos periodísticos, si se compara con la prensa escrita y la televisión.

Como cadena provincial, *Radio Sancti Spíritus* está conformada por las emisoras municipales de *Radio Vitral* (Sancti Spíritus), *La Voz de Cabaiguán*, *La Voz de Yaguajay*, *Radio Jatibonico*, *Radio Trinidad* y *Radio Fomento*, al tiempo que

cuenta con estudios de radio con presencia de periodistas en los municipios de Taguasco y La Sierpe.

Fundada el 28 de diciembre de 1998, Radio Trinidad cuenta con una programación variada, musical, Informativa, cultural y educativa y altos niveles de audiencia pese a su limitado tiempo al aire: 7 horas de transmisión.

Organigrama de Radio Trinidad



Misión.

Radio Trinidad forma parte del Sistema de la Radio Cubana, entidad estatal que responde al Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), la cual fiscaliza, controla, analiza y organiza el proceso creativo y de desarrollo de la radio nacional.

Su objeto principal se vincula a la necesidad de controlar el entorno, buscando las informaciones de hechos, acontecimientos, eventos que confirmen su misión con la participación activa de sus trabajadores, entre ellos

periodistas, corresponsales, personal técnico, artístico, y administrativo, capaces de renovarse, en pos del desarrollo y creatividad del sistema radial cubano.

Análisis DAFO de Radio Trinidad

Fortalezas:

- 1.- Quince años (15) de trabajo continuo que le permiten ser punto de referencia en el medio radial.
- 2.- Gran cantidad de reconocimientos regionales y nacionales y premios periodísticos.
- 3.- Personal periodístico con varios años de experiencia.
- 4 - Equipo auxiliar de Energía (Grupo electrógeno).
- 5- Creación del Departamento de Internet, encargado de la elaboración, diseño y alojamiento de páginas Web.
- 6- La emisora ha logrado consolidar un estilo de programación popular que tiene gran aceptación por el público trinitario.
- 7.- Convenio con la especialidad de Comunicación Social de la SEDE Universitaria Municipal de Trinidad para la realización de prácticas de los estudiantes de esa carrera en nuestro departamento de prensa.
- 8.- La emisora cuenta con corresponsales de prensa nacional que tributan para La Habana los acontecimientos más importantes ocurridos en el territorio.
- 9 – Tiene conexión con Internet con un acceso de VEINTICUATRO HORAS (24).

Oportunidades:

- 1.- La actualización de los equipos de transmisión hacia tecnología digital. Frecuencia Modulada, que es la digitalización de onda de transmisión en la banda FM para una optimización del sonido.
- 2.- La creación del Departamento de Internet permite brindarle un servicio integral de publicidad, diseño e imagen a sus clientes en Internet.
- 3.- La edad promedio de los trabajadores es de 34 años, lo que asegura una mano de obra segura para los próximos 25 años.

4.- La contratación de un técnico en electrónica asegura los procesos continuos de Transmisión y grabación sin que haya retraso o pérdida de recursos.

5.-La emisora no está afiliada a ningún circuito o cadena radial nacional ni Internacional, lo que le permite mantener un estilo propio en programación.

Debilidades:

- 1.- La emisora carece de unidad móvil de transmisión.
- 2.- Insuficiente cantidad de computadoras en el departamento informativo.
- 3.- Problemas de conectividad
- 4- Es una entidad dependiente de la emisora provincial en cuestiones económicas.
(No es centro de pago)

Amenazas:

- 1.- Las continuas amenazas que existen contra los medios de comunicación, como consecuencia del bloqueo para la adquisición de las nuevas tecnologías y las presiones mediáticas.
- 2.- No cuenta con climatización central, algo que afecta el proceso de producción y la durabilidad
- 3.- Los equipos de trabajo, audio y transmisión son de tecnología atrasada.

Horario de Transmisión

Radio Trinidad, consta con 6 horas de transmisión desde las 7 : 00 de la mañana hasta la 1: 00 de la tarde con una programación que incluye espacios informativos, musicales, infantiles, de participación y variados que se destinan a los jóvenes, los campesinos, la mujer y la familia y a otros grupos poblacionales.

La programación informativa está conformada por una revista informativa, de una hora de duración, de lunes a sábado, además de un noticiero con la misma frecuencia, con apenas 15 minutos al aire, tiempo insuficiente teniendo en cuenta el acontecer socioeconómico y cultural de este territorio. La parrilla informativa se completa con un resumen informativo dominical y 3 boletines diarios.

El departamento informativo lo integran 8 periodistas, 2 de ellos en adiestramiento, un asistente de redacción, el jefe de grupo y la subdirectora del departamento informativo, sin experiencia en este campo.

En cuanto a las disponibilidades técnicas son insuficientes, el departamento cuenta con tres computadoras bastante obsoletas, una en la redacción digital y el servidor. Solo un periodista posee conexión desde la casa, a través de MODEM, también muy limitada.

2.1.2 El salto a la web.

El 4 de abril del 2009 **Radio Trinidad Digital** comenzó a navegar en el ciberespacio. José Rafael Gómez Reguera, periodista y editor general del sitio rememora el feliz alumbramiento.

“Atrás quedaban muchas semanas y meses de arduo trabajo en el diseño, con las consabidas discusiones de formas, colores y espacio en la pantalla; la selección de los primeros materiales periodísticos para su portada, el acopio de cuanto pudiera resultar atractivo e interesante...”

Radio Trinidad Digital, según el último informe presentado a la dirección del órgano de prensa, migró hace ya casi dos años, al software libre, exactamente al Drupal, que da amplias posibilidades en cuanto al diseño de los materiales editados, los menús, y la navegación de los internautas, entre otros aspectos favorables. El sitio cuenta con la Carta de Estilo (Anexo 5)

Los trabajos que se montan a diario, incluyendo sábados y domingo, de manera invariable, priorizan todo el acontecer socioeconómico de Trinidad, con destaque para su rica vida cultural, el turismo, la salud, la educación, la ciencia y la técnica, la producción de alimentos, la solidaridad con Los Cinco y otros temas.

Especial énfasis se hace en todo lo concerniente a las Reflexiones del Comandante en Jefe, con un Sitio Especial en el que se han incluido todos los trabajos escritos y publicados por Fidel en CubaDebate, y que replicamos.

Otro tanto ha sucedido con ocasiones especiales, como la visita a Cuba del Papa, Su Santidad Benedicto XVI, la celebración del 26 de julio, el Primero de Mayo, y

otras conmemoraciones nacionales. En estos casos, se han incluido enlaces para que los internautas puedan seguir en vivo las transmisiones de la radio y la televisión cubanas, vínculos con los medios de prensa provinciales de los territorios donde se originan los citados acontecimientos, galerías de fotos, discursos en texto y audio, etc.

Se creó un sitio de Radio Trinidad en *Facebook* y otro en *Twitter*, temáticas sobre las que aún se debe ganar en experiencia a través de cursos y talleres nacionales, provinciales y algunos promovidos en la propia Radio Trinidad, en coordinación con la UPEC y la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales y su filial trinitaria.

El propio documento agrupa una serie de cuestiones que cita entre sus debilidades vinculadas a las redacciones integradas: las escasas de medios técnicos que respalden la producción hipermedia, la carencia de recursos para la estimulación de los periodistas, la falta de especialización en el trabajo con las redes sociales a partir de la concepción empírica aplicada hasta entonces, los problemas de conexión relacionados con el ancho de banda disponible, el bajo número de periodistas conectados desde sus casas, el acceso limitado a páginas de almacenamiento virtual como DIVSHARE y PHORSHARE, así como ineficiente mecanismos de retribución para el trabajo en la web a partir de la obsolencia de la Resoluciones 89/2002 y 157/1989).

De manera general, se cuenta mensualmente con orientaciones precisas sobre las líneas de trabajo a seguir, temáticas a priorizar, etc.

Entre los principales aspectos favorables se encuentran:

1. El sitio Radio Trinidad Digital ha pasado al software libre y este funciona bastante bien. Puede actualizarse online desde cualquier parte donde exista una PC conectada a internet.
2. La actualización de la web se efectúa cotidianamente, salvo que esté desconectado el servidor de la emisora o el DataCenter (del ICRT, en La Habana), esté afrontando problemas.

3. Los análisis sistemáticos del posicionamiento arrojan que hay buen nivel de aceptación de la web y de los sitios en las redes sociales, y es alto el tráfico.
4. La mayoría de los periodistas tienen creadas sus cuentas en *Facebook*, red a la que asimismo tienen acceso otros trabajadores de la planta, tales como integrantes del Consejo de Dirección, locutores y directores de programas.
5. La cuenta de Radio Trinidad en *Twitter* está automatizada, independientemente de que de forma manual se compartan otros enlaces. Sin embargo, se ha avanzado muy poco en el conocimiento de esta red para el desarrollo de cuentas individuales.
6. La cuenta de Radio Trinidad en *Facebook* cuenta con tres administradores, y se actualiza diariamente salvo imprevistos de conectividad. Este sitio cuenta actualmente con 1653 personas a quienes han llegado nuestras publicaciones durante la última semana, y 51 personas se mantienen comentando de nuestras publicaciones. 574 personas han referido que “me gusta” esta página.
7. El equipo de internet presta servicios a otras dependencias de la emisora para cubrir diversas necesidades, tales como proporcionar música para la Fonoteca de la planta, bajándola desde el FTP.

Entre las principales dificultades existentes se encuentran:

1. Existe solo una PC en el local de Internet, lo que impide trabajar en paralelo en nuestro sitio principal, en los diferentes menús a trabajar, y en las redes sociales. Esta PC no tiene respaldo de fuente y es insuficiente su memoria RAM.
2. Aún no todos los periodistas tienen creadas sus cuentas en *Facebook* ni en *Twitter*. Quienes las tienen creadas, no siempre comparten enlaces con sus respectivos grupos de amigos.

3. Insuficiente ancho de banda para la conexión a Internet, situación que provoca lentitud en el trabajo, y en no pocas ocasiones, no posibilita montar trabajos periodísticos ni en el sitio principal (Radio Trinidad Digital) ni en Facebook.
4. Ninguna PC de la emisora dispone de respaldo de fuente, por lo que el trabajo se pierde ante un fallo eléctrico, al reiniciarse todas las PC, incluida la del servidor.
5. Falta de climatización para el local donde está la PC servidor. Existe allí solo un ventilador, y por sus características, la PC se recalienta y reinicia, y también sufre las consecuencias del intenso calor el *router* que garantiza las conexiones con las diferentes PC de la emisora.
6. El equipo de aire acondicionado instalado en la oficina de internet no tiene capacidad para climatizar un local tan amplio (alrededor de 20 metros cuadrados, pues este era el antiguo Salón de Reuniones).
7. Roturas frecuentes de las computadoras del departamento informativo, lo cual limita el desempeño periodístico y reduce el tiempo que los reporteros pueden dedicar al uso y actualización en torno a las Tecnologías de la Información y Comunicación.
8. No se dispone de cámara digital propia, lo cual conspira contra la gráfica en la web, situación que hasta la fecha se resuelve utilizando cámaras particulares.
9. El sitio aún no está incorporado al Registro Nacional de Publicaciones Seriadas. Según se informó, los datos solicitados y enviados a La Habana estaban correctos, pero debían ser entregados directamente por la Vicepresidencia de la Radio cubana.

2.2 Panorama tecnológico.

Mediante la investigación bibliográfica y documental la autora de este estudio comprobó las indagaciones teóricas en este campo, las cuales descubren los nuevos roles que asumen los periodistas cubanos con el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y las competencias emergentes que reclamó de ellos el Periodismo digital con sus transformadas prácticas comunicativas.

De esta forma considera que cualquier valoración al respecto debe ser estudiada a partir de una actualización de los cambios que se presentan en la organización del trabajo, las peculiaridades de la relación tecnología-periodismo en el contexto cubano, las competencias ya adquiridas a partir del nuevo escenario mediático y la superación en este campo.

Como bien refirieron en su momento Janet Comellas y Marta María Jiménez en el trabajo de diploma dedicado al tema de las redacciones digitales, *al principio, muchos de los diseñadores y periodistas que comenzaron a construir y publicar sitios en Internet carecían de referentes de la prensa online (Comellas et. al.,2005).*

Esto determinó el carácter empírico de estas primeras páginas, pero también de la formación del personal que trabajaba en ellas, el cual se fue preparando sobre la marcha para asumir roles y rutinas productivas totalmente nuevas y hasta ese momento desconocidas, que incluso todavía hoy no han sido entendidas del todo. El foco de la investigación en este plano se interrogó sobre las transformaciones concretas del trabajo periodístico, vinculadas con la entronización de estas tecnologías en las organizaciones y con el uso que realizan los periodistas de estas en el proceso de producción de noticias.

Esto implica novedades en el lenguaje (hipertextual, multidireccional, interactivo y multimedial), respaldadas por competencias profesionales y comunicativas particulares, y la reconfiguración de la cultura profesional de los periodistas dentro de un proceso en el que se modifican rutinas productivas e ideologías profesionales.

La conexión del país a Internet se realiza, exclusivamente, a través de la vía satelital, a pesar de que el archipiélago está flanqueado de líneas submarinas de fibra óptica que enlazan a América del Norte con América del Sur. Las compras de hard y software que Cuba se ve obligada a realizar en otros países o a empresas desligadas del capital norteamericano se gravan, por esta causa, con un 30 por ciento más de los costos que serían normales (Recio, 2006).

Por estas razones el acercamiento de los periodistas cubanos a la comunicación digital llegó y se mantiene sin el amparo tecnológico necesario e ideal y se desarrolla con verdaderas dificultades de conectividad, principalmente de ancho de banda, que entorpecen aplicaciones como video y sonido en tiempo real.

El periodismo digital, ya no es tan novedoso, pero ahora espacio de emigración necesaria, es estudiado con otras miradas, unas cercanas a lograr la credibilidad de los mensajes y otras a buscar fórmulas para que la industria periodística también desde la plataforma de Internet produzca ganancias.

Sobre los profesionales cubanos no pesa la posible desaparición de los medios impresos, ni la premura de la convergencia, pero sí la impronta de tener profesionales competentes, capaces de poner en la red contenidos.

De acuerdo con las evidencias encontradas mediante la revisión documental, el nacimiento de una redacción digital de Radio Trinidad en el año 2009, marcó nuevos desafíos profesionales para un colectivo que aún no dispone del suficiente soporte tecnológico para aprovechar los recursos del Periodismo digital y adecuar nuevas prácticas al proceso de producción noticiosa.

“Escribir para Internet deviene un reto para los trabajadores de la radio, pues se trata de asumir un estilo de redacción diferente al que utilizamos cuando comunicamos a través del éter” (ICRT, 2005: 1). En tales términos se pronuncia la Carta de Estilo concebida por la Radio Cubana para las redacciones digitales, vigente en Radio Trinidad, como parte del sistema provincial de la radio.

2.3 En el vórtice del proceso.

La etnografía como método cualitativo de indagación permitió a esta investigadora referenciar todo el proceso de producción noticiosa en el departamento informativo de Radio Trinidad, integrado por 8 periodistas y 3 directivos. Para la muestra se seleccionaron los 8 periodistas, 2 de ellos en etapa de adiestramiento laboral. Además, 3 son graduados en otras especialidades que recibieron cursos de reorientación hacia la profesión y el resto graduados de Periodismo, 4 mujeres y 4 hombres (Anexo 6)

Mediante la **observación participante** se pudo comprobar que funcionan dos redacciones: la tradicional y la digital, las cuales disponen de equipos de climatización independientes, con computadoras propias, un mobiliario que responde a las prioridades, un teléfono directo y una extensión (limitados actualmente por ajustes económicos).

En estos momentos se cuenta con solo 3 computadoras, todas conectadas, para el quehacer periodístico, incluido la redacción del noticiero, boletines y de los materiales contenidos en la revista informativa para la programación informativa tradicional. Sin embargo, estas PC disponen de componentes muy atrasados y con varios años de uso, lo cual condiciona roturas frecuentes y serios problemas de conectividad.

De forma general las redacciones muestran carencias en cuanto a la profesionalización de los recursos humanos disponibles. De igual forma, se hace preciso tomar en consideración que el 50 por ciento de la plantilla resultan profesionales que forman el grupo de los denominados inmigrantes digitales, requeridos de una capacitación superior para insertarse en los ajustes imprescindibles para lograr el salto que exige la convergencia tecnológica.

El medio no posee cámaras de video ni tarjeta para captura de video u otros dispositivos tecnológicos capaces de favorecer el proceso productivo para el sitio. En cuanto a transporte se dispone de un motor, con muy poca asignación de combustible y muy pocas veces empleado en las coberturas periodísticas.

Y como es lógico se evidencia una carencia en la apropiación de la visión de la cultura tecnológica, esa otra arista que complementa la tecnicidad como cuestión de aparatos, y que pasa más por la concepción que se tenga de estos, de su uso, aplicaciones, beneficios y perjuicios en función de la creatividad para asumir la producción comunicativa.

En cuanto a la determinación del acontecimiento noticioso se constató que está condicionado por 3 factores fundamentales: temas propuestos por el propio periodista, a veces por orientaciones del Partido o el Gobierno y a partir de coberturas planificadas.

Atrapados en las exigencias del medio radial tradicional y el aporte diario de noticias, los periodistas no cuentan con el tiempo suficiente para aprovechar y utilizar las posibilidades de las TIC, ni tampoco para socializar estos saberes. Estos intercambios por lo general se producen de manera espontánea entre los periodistas que coinciden en horarios en la propia redacción informativa.

La evaluación del desempeño profesional se realiza de forma mensual y tiene en cuenta lo establecido en la Resolución No. 89/2002. Se realiza por el Jefe de Grupo y la aprueba la dirección del órgano de prensa, o sea Radio Trinidad. En general sigue los siguientes criterios: cumplimiento del plan de trabajo, desarrollo de iniciativas creadoras, calidad e impacto de los trabajos periodísticos y superación profesional. Desde hace poco más de un año se incluye el desempeño de los reporteros en las redes sociales y la colaboración para el sitio web.

En pleno proceso de producción se evaluaron las rutinas productivas desplegadas por los periodistas en el nuevo escenario tecnológico. Aún adolecen de las necesarias habilidades para diseñar páginas web, aprender las exigencias de las telecomunicaciones y la investigación digital, el procesamiento de textos y el uso de las formas expresivas de internet: hipertextualidad, interactividad y multimedialidad. Solo las dos periodistas que laboran en la redacción del sitio web Radio Trinidad digital dominan estos recursos.

Sobre la navegación se evidenció que aún resultan insuficientes las habilidades para la búsqueda de información ante la gran cantidad de datos que están disponibles para ellos en internet, y que favorecen una lectura crítica. Por lo

general realizan búsquedas para enriquecer los trabajos periodísticos con datos generales, para mantenerse informado, usar el correo electrónico y el chat.

Los resultados, tras la aplicación de la **observación participante**, demuestran que pese a lo descrito por los expertos en torno a las Tecnologías de la Información y Comunicación en el ejercicio periodístico, en el departamento informativo de Radio Trinidad aún está distante la asimilación de nuevas rutinas en el proceso de producción de noticias, durante el cual no se utilizan todas las herramientas informáticas para la búsqueda efectiva de datos, ni tampoco se emplean los recursos expresivos de internet como la hipertextualidad y la multimedialidad .

Lo anterior condicionado por la poca disponibilidad de computadoras, lo atrasado de la tecnología y el conocimiento insuficiente de los periodistas para el empleo eficaz de las redes interactivas y de sus fondos documentales digitalizados, lo cual supone una revolución en los métodos de investigación y acceso a las fuentes, así como en los procesos y formas de producción de los contenidos periodísticos.

2.4 Los decisores del proceso.

En toda organización, independientemente de la forma que asuma, la función de dirección es una de las más importantes y la que influye decisivamente, entre los factores internos, en la calidad del funcionamiento de esta. Por ello conocer la percepción de una problemática por parte de las personas que desde esa función pueden mediar en los procesos, es un elemento importante para cualquier investigación.

La consideración anterior justifica la necesidad de conocer cómo aquellas personas que ejecutan roles de dirección en la emisora Radio Trinidad interpretan el proceso de producción noticiosa a la luz de un nuevo escenario tecnológico.

Como parte del estudio se realizó una **entrevista** a directivos de la prensa radial en Trinidad. La muestra estuvo integrada por 3 personas, el jefe de grupo, la subdirectora del departamento informativo y la directora de la emisora. (Anexo 6) Los resultados permiten establecer las coordenadas desde las cuales la intervención de estos factores (empleadores, editores y/o evaluadores) median en

la calidad del producto, y en la gestión del conocimiento vinculado al proceso de la producción periodística a partir del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

La respuesta a la primera interrogante formulada: *¿Cómo valora el proceso de producción de noticias de los periodistas a partir del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación?* arroja luces en torno a un tránsito necesario, casi forzoso, en el que muchos de los periodistas se acercaron por primera vez a las Tecnologías de la Información y la Comunicación después de varios años en la profesión, lo cual devino un verdadero desafío para el propio proceso de producción noticiosa desde las rutinas productivas y las ideologías profesionales.

Sobre el particular, Yinelis Castellano precisa “que este proceso debe atemperarse a las nuevas herramientas digitales surgidas con internet y en nuestro departamento informativo aún se desconocen algunas de esas lógicas de producción, por lo que se mantienen las maneras de hacer tradicionales”

José Rafael Gómez Reguera, jefe de grupo y periodista con más de 20 años de experiencia, considera que “este proceso en la práctica no se transformado esencialmente por causas objetivas y subjetivas”

En cuanto a la segunda pregunta *¿Qué nuevas rutinas productivas e ideologías profesionales cree usted que asimilaron los periodistas de las redacciones tradicionales con el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación?* ofrece una visión bastante objetiva en tanto da cuenta de la comprensión por parte de los entrevistados de la urgencia de incorporar nuevos saberes a la praxis periodística.

Isis Rodríguez, directora de Radio Trinidad considera que “la propia dinámica de la tecnología exige a los periodistas una búsqueda más rápida de datos e información, una mayor jerarquización de los acontecimientos noticiosos y el contraste de fuentes”.

El criterio de la subdirectora refuerza la importancia de la asimilación de los nuevos saberes: “Desde la primera fase, que es la recogida de la información, los periodistas se enfrentan a un gran cúmulo de datos, por lo cual deben desarrollar habilidades para saber seleccionar y jerarquizar; la presentación del mensaje

demanda también nuevas competencias para aplicar los recursos expresivos como la hipertextualidad”.

En este tópico los criterios de los directivos coinciden en reconocer la necesidad de consolidación de las rutinas productivas potenciadoras de la adquisición de competencias profesionales en el ámbito digital:

[...] hay algunas rutinas productivas que cambiaron con la llegada del ciberperiodismo. Hacer coberturas en vivo para la web ante acontecimientos trascendentales, pensar algún que otro trabajo con algunas de las herramientas de la web, como gráficos interactivos, buscar información para desarrollar la hipertextualidad en textos que eran originalmente para el soporte tradicional, es decir, el impreso, responder los correos electrónicos personalizados, en algunos casos, la elaboración de blog, que mantienen actualizados, y la participación ocasional en foros de discusión, serían algunas de las nuevas cualidades [...] (Gómez Reguera, 2014)

Al responder la pregunta: ¿Cuál cree usted que adquirió cómo directivo?, se refuerza la visión de dinámicas muy intensas de aprendizaje constante y multifactorial por parte de los directivos:

[...], hay que estudiar mucho, confiar y comprobar y la realidad, el día a día, los encargados de que todo esto funcione bien, cuando eres el máximo responsable son los que dicen la última palabra, que a la vez ya es vieja para el próximo día por lo nuevo que llega vertiginosamente. Como directivo cada jornada te reta. (Rodríguez Portelles, 2014)

Y también criterios como el siguiente, donde se observa como el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación ha propiciado un acercamiento al periodismo en Internet, como un deber funcional actual del que dirige los procesos de producción noticiosa

He tratado de dedicar un tiempo a investigar y conocer cómo se desarrolla el mundo del ciberperiodismo y las particularidades que tiene y he tratado de impulsar esos conceptos desde mi responsabilidad.

Poco a poco he tratado de que muchas noticias se piensen primero para la web y luego para el impreso y en no pocas oportunidades, he realizado la actualización de los contenidos. Incluso, te digo más, he tratado de que se piense en que la web tiene sus particularidades y retos y no puede esperarse que la estructura actual de las redacciones responda a esos requerimientos por sí sola. (Gómez Reguera, 2014)

La interrogante ¿Qué competencias debe tener un directivo para desempeñar su función en el nuevo escenario tecnológico? tuvo el propósito fundamental de observar la autoimagen del directivo, en relación con su función de orientación y control de la gestión organizacional del trabajo.

En relación con lo anterior se han recogido expresiones que resumen la percepción más generalizada:

Primero, tener un pensamiento cambiante. El mundo digital cambia a diario, por lo tanto, quien dirija una redacción digital, tiene que estar al tanto de los últimos acontecimientos que se generan en el mundo sobre esta esfera de la vida. No puede aspirarse a dirigir eficientemente una redacción de este tipo, con desconocimiento. [...] necesitamos directivos flexibles, que sepan comprender la velocidad de estos cambios y ubicarse u orientarse con rapidez. [...] requerimos de compañeros dispuestos, comunicadores, animadores, coordinadores, gestores incansables y controladores, con mucha profesionalidad y confiabilidad. (Rodríguez Portelles, 2014)

Los criterios apuntan igualmente hacia la ejecutividad, basada en una comprensión de lo esencial del mundo digital, lo cual supone no un conocimiento total, sino operativo:

Los directivos tienen que dominar, aunque sea mínimamente, herramientas de la Web. Con la introducción paulatina de Sistemas de Gestión de Contenidos, tiene que conocer el manejo de software, como photoshop, para el tratamiento de imágenes, porque en algún momento, desde cualquier lugar, él puede convertirse en un generador independiente de contenidos. (Gómez Reguera, 2014)

De ello se infiere que existen zonas de definición que aún no están consideradas conscientemente como relevantes, y en términos de dirección son como asignaturas pendientes:

Tiene que saber qué es hipertexto, multimedia, interactividad y las posibilidades que ofrecen. Tiene que saber un poco de todo y actualizarse constante, no solo a través de los cursos de superación que brindan diversas instituciones, como el Instituto Internacional de Periodismo. Hay una cuota que le toca a la autosuperación y esa es insustituible. (Castellano Ramírez, 2014)

La siguiente pregunta ¿Qué aspectos objetivos y subjetivos limitan el acceso y empleo de todas las herramientas tecnológicas en el contexto radial de Trinidad? generó criterios muy similares relacionados con las limitadas capacidades de conectividad en los medios, la cantidad insuficiente de computadoras en las redacciones informativas, la ausencia de cursos de capacitación para los periodistas de las redacciones tradicionales.

Entre los aspectos subjetivos se enumeran el desconocimiento de ciertos saberes y habilidades establecidos en las rutinas productivas y las ideologías profesionales relacionadas con el Periodismo digital y la insuficiente estimulación. Yinelis Castellano precisa que “aunque los cursos de capacitación son prácticamente nulos, desde hace algún tiempo se realizan algunas acciones en el propio departamento, todavía muy espontáneas. Además la estimulación a los periodistas comienza a contemplar el desempeño de los reporteros en las redes sociales y la contribución al sitio web de Radio Trinidad”

Las respuestas obtenidas a la pregunta ¿Qué habilidades cree usted debe tener un periodista ideal ante el siempre cambiante desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación? indican la necesidad de que existan dominios generales para que haya dominios particulares.

Tiene que saber que existen nuevas formas de comunicación on line y tenerlas en cuenta a la hora de pensar y actuar desde su producto

comunicativo. No puede estar de espaldas a los nuevos adelantos de las tecnologías de la información. Pero además, tiene que comenzar a dominar algunos lenguajes técnicos, que van más allá de la redacción como tal. Porque si no sabe términos como hosting, ancho de banda, locks, o lenguajes como XML o similares, o que existen el PHP, MySQL y otros tantos términos, difícilmente pueda lograr dirigir, como lo piden los nuevos tiempos. Tiene que saber qué es hipertexto, multimedia, interactividad y las posibilidades que ofrecen. (Gómez Reguera, 2014)

Al indagar sobre esta interrogante se encuentra este otro criterio:

[...], no puede aspirarse al periodista sabeloto y haceloto, porque no va a ser posible. Si de algo me he convencido en estos años de trabajo, es que para la web no hay mejor fórmula que el trabajo en equipo, donde los roles a la vez que están independientes, se complementan, y nadie hoy puede hacerlo todo solo, porque siempre necesitará de las competencias profesionales de otro para lograr productos comunicativos de alta calidad. Esto no quiere decir que el uso de herramientas modernas para la actualización de los contenidos, no varíen las rutinas de trabajo y que los profesionales encargados de la gestión noticiosa, tengan que aprender, y aprehender, culturas e ideologías profesionales hoy en terreno de otros. Hacia ese camino vamos todos, porque el desarrollo de las nuevas tecnologías nos empuja hacia ese sendero. (Rodríguez Portelles, 2014)

Lo anterior se complementa con la percepción, ya comentada, que para ser bueno o ideal en un área particular, hay que también serlo en las habilidades esenciales del campo que la contiene. Yinelis Catellano concluye que “lo primero que necesitamos es tener periodistas buenos, de calidad, bien formados, con una sólida cultura, en su más amplio espectro, lo otro son horas y horas de aprendizaje, y de iniciativas”

Entre los directivos que se consultan existe una clara opinión en torno a la urgencia de que, tanto periodistas como responsables y decisores del proceso de producción noticiosa, asimilen nuevas rutinas productivas e ideologías

profesionales a partir del desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y la irrupción de internet con todas sus posibilidades para la búsqueda, elaboración y transmisión de contenidos informativos.

El análisis documental, la observación participante y la entrevista a directivos arrojan como evidencias que en la unidad objeto de estudio aún no se han modificado las rutinas de trabajo ni las culturas e ideologías profesionales a partir del uso de las nuevas herramientas digitales.

Como condicionantes se constataron factores objetivos y subjetivos. Los primeros apuntan a una realidad que no es exclusiva de este órgano de prensa, como la insuficiente cantidad de computadoras, la poca capacidad de conectividad y la carencia de otros recursos; en tanto las causales subjetivas describen una realidad que puede ser modificada: el desconocimiento de los nuevos recursos expresivos de internet y para la navegación, la ausencia de planes orgánicos de superación, la insuficiente motivación y estimulación del capital humano.

2.5 Los periodistas en el vórtice del proceso.

Los periodistas son el componente más importantes en un órgano de prensa, por su triple condición de buscadores de datos sobre el acontecer, realizadores de mensajes aptos para transmitir los referidos datos, y eventualmente decisores en los procesos de difusión.

Es por esta razón que son medidores cuyas opiniones resultan decisivas a los efectos de esta investigación y por ello se toman como informantes claves para la misma. **La encuesta** aplicada contó con 16 preguntas y fue aplicada al total de la muestra compuesta por los 8 periodistas del departamento informativo de Radio Trinidad, de los cuales 2 se encuentran en etapa de adiestramiento (con menos de 1 año de experiencia), 2 entre 2 y 4 años y 4 con más de 10 años de experiencia laboral. (Anexo 7)

Sobre los años de ejercicio profesional, 1 encuestado lleva menos de un año, 3 entre 1 y 4 años y el 50 % de la muestra rebasa los 10 años de desempeño. El 100 % tiene nivel universitario.

En relación con las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, el 50 % de la muestra lo hizo después de algunos años de ejercicio profesional, mientras el resto egresó de las escuelas de Periodismo con conocimientos relacionados con las TIC. El acercamiento a estas herramientas digitales contó con la ayuda de especialistas en el área (para el caso de los egresados de las escuelas de Periodismo) y de forma espontánea para el resto de la muestra, lo cual evidencia el interés profesional de autosuperación.

Sobre los aspectos que hoy limitan el empleo de internet y las TIC el total de los encuestados coincide: las condiciones tecnológicas referidas a la conectividad, el ancho de banda, la capacidad y velocidad de procesamiento de las computadoras y la cantidad de PC, así como el poco conocimiento para realizar búsquedas efectivas.

El 100 % de los encuestados reconoce que existen ciertas diferencias entre las rutinas productivas tradicionales y las nuevas que imponen las TIC. Entre ellas señalan:

- Navegación efectiva en internet.
- Búsqueda y selección de una gran cantidad de datos que circulan en la red.
- Dominio y aplicación de las normas de la redacción digital.
- Conocimiento y uso de los recursos expresivos de internet: hipertextualidad, interactividad y multimedialidad.

Las preguntas 7 y 8 están estrechamente relacionadas e indagan en torno a las habilidades que deben desplegar los periodistas en el actual escenario tecnológico para el proceso de producción de noticias.

El 100 % de la muestra reconoce que ha incorporado nuevas competencias a partir de la introducción de las TIC:

- “Conocimiento para trabajar con una PC.” (Alipio Martínez Romero).
- “Dominio de algunas normas de la redacción digital.” (Juan Carlos Naranjo)
- “Profundizar en los temas, y desarrollar la síntesis”. (Belkis Nieblas López)
- “Buscar información en cualquier parte de la red de redes y por esta razón he aumentado mis conocimientos teóricos y prácticos en el ejercicio del periodismo” (Darlén Chaviano Ruiz).

- “Más rapidez, intencionalidad al definir el destinatario y extrema profesionalidad.” (Karen Reyes Aróstica)

En cuanto a las habilidades que más requieren para emplear las herramientas digitales, el criterio de los periodistas encuestados coincide: navegación efectiva, búsqueda, selección y jerarquización de una sobreabundancia de datos, dominio de la redacción digital y de los recursos expresivos.

El total de los periodistas encuestados escribe con frecuencia para la web, 2 (el 25 %) domina mucho estos recursos expresivos de Internet: la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad; otros 2 (25%) los conoce un poco y el resto, un 50 % de la muestra no cuenta con los conocimientos en esa área.

Con respecto a la aplicación de estos recursos, 2 periodistas (25%) utilizan siempre esos recursos y el resto, (75%) no los emplea nunca.

De la muestra, solo 1 ha participado en un Curso sobre Periodismo Hipermedia, convocado por el Instituto Internacional de Periodismo José Martí; el resto ha tenido que interactuar sin preparación previa con las nuevas herramientas tecnológicas, sin detener el proceso de producción y a partir del propio esfuerzo personal y el intercambio de experiencias entre los compañeros del departamento. Todos intercambian de manera espontánea esos saberes ante la carencia de estrategias bien coordinadas del medio de prensa.

Todos los periodistas de Radio Trinidad (100%) están insertados a las redes sociales: Facebook y Twitter, sin recibir ninguna capacitación para ello, solo a partir de una socialización espontánea entre colegas y muchas horas frente a una PC.

Sobre la interrogante referida a incluir las habilidades en el empleo de las nuevas herramientas tecnológicas para la evaluación profesional, el 100 % de los encuestados estuvo de acuerdo como mecanismo, en primera instancia, dirigido a motivar el interés por la superación y la adquisición de nuevas habilidades y rutinas en el proceso de producción de noticias; respaldado esto por la implementación de planes y acciones en el órgano de prensa para la capacitación y superación profesional.

Los resultados de esta técnica convergen con lo que aportan los demás instrumentos aplicados como parte de esta indagación. Los criterios evidencian que los periodistas sujetos de estudio deben asimilar el proceso de producción de noticias a partir de nuevas rutinas productivas e ideologías profesionales asociadas al desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, reconocen las amplias posibilidades que ofrece internet y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, aunque aún no asimilen todas las habilidades y saberes relacionados con las nuevas herramientas digitales

Estos elementos reafirman la necesidad de fortalecer la capacitación del personal encargado de la producción específica para el medio, lo que debe incidir de forma positiva en la morfología de los productos comunicativos en cuanto a la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad, recursos expresivos que, de acuerdo con las evidencias de este estudio, hoy manifiestan un sensible desconocimiento y por consiguiente un pobre uso.

En cuanto a la superación y recalificación profesional, los periodistas se incorporaron años atrás a cursos de computación que aportaron los elementos primarios para el trabajo con las computadoras. Desde entonces no se realizan otras acciones de superación relacionadas, por ejemplo, con las herramientas digitales para la navegación y búsqueda en internet. Solo una periodista del departamento participó en un Diplomado sobre Periodismo Digital, que tuvo un modesto intento de socialización en el departamento.

Todos los reporteros de Radio Trinidad son conscientes de la necesidad de adquirir los conocimientos sobre las Tecnologías de la Información y Comunicación e incorporar nuevas habilidades en el uso de estas herramientas informáticas, recurso importante para el intercambio de conocimientos, que debe rebasar el marco de la espontaneidad para convertirse en una línea de superación del órgano de prensa en cuestión y del Sistema de la radio en Sancti Spíritus.

2.6 De los grupos focales.

Los grupos focales constituyen una técnica cualitativa de recolección de información basada en entrevistas colectivas y semiestructuradas realizadas a grupos homogéneos.

Para la presente indagación se estructuraron 2 grupos, cada uno integrado por 4 sujetos; el primero conformado por los periodistas entre 1 y 4 años de graduados, y el segundo con los que llevan entre 10 y 20 años de ejercicio profesional (Anexo 8)

En cuanto a los métodos de búsqueda y recogida de la información a partir del desarrollo e incorporación de las TIC, los participantes en el primer grupo (los periodistas entre 1 y 4 años de graduados) coincidieron en plantear la navegación, el acceso a una cantidad considerable de datos, el contraste inmediato de la información, las descargas de fotos y otros recursos y el manejo de hipervínculos.

El segundo grupo (los de más de 10 años de desempeño) coincidieron en algunos elementos, pero reconocen también el desconocimiento en áreas muy específicas:

“Considero que se trató de un tránsito casi forzoso, en el que muchos de los periodistas nos acercamos por primera vez a las Tecnologías de la Información y la Comunicación después de varios años en la profesión; lo cual nos pone en cierta desventaja por ejemplo, en el uso del idioma inglés, el empleo de palabras clave para búsquedas rápidas y efectivas.” (Juan Carlos Naranjo Miranda)

En relación con las rutinas productivas tradicionales y las que imponen las Tecnologías de la Información y la Comunicación se evidencia que los criterios de ambos grupos apuntan hacia una convergencia; es decir las viejas formas de hacer no desaparecen, más bien se enriquecen con las nuevas herramientas informáticas y se reacomodan ante la gran abundancia de datos e información que circula en internet en aras de cumplir el cometido mayor: elaborar buenos contenidos informativos.

No obstante, se encontraron criterios en el grupo de los jóvenes periodistas que reconocen las brechas que aún limitan esta convergencia de saberes y maneras de hacer:

“Para los periodistas de “la planta” o la redacción tradicional no ha cambiado. En ellos continua la visión de que primero debe hacerse para transmitir por antena y luego para internet, con lo cual se pierde la instantaneidad de este medio digital. Así mismo en pocas ocasiones se emplean las palabras claves o las construcciones que según análisis proporcionados por el informático se conocen ofrecen un buen posicionamiento en la web.

Por otra parte, el poco trabajo específico de los periodistas que actualizan la web limita en muchas ocasiones cubrir un espectro mucho mayor de temas. También creo que, el hecho de que Internet sea mundial, coloca a cualquiera en cualquier zona del mundo, por lo que se puede escribir de un tema conocido local o mundialmente son necesidad de aterrizarlo, y eso todavía falta en nuestra redacción digital.

O sea, de manera general, la rutina productiva de Radio Trinidad no ha cambiado en pos del medio digital, sino que se mantiene inamovible en función de la transmisión radial” (Karen Reyes Aróstica)

“El Periodismo en Internet requiere otras aplicaciones de las técnicas periodísticas estudiadas y muchas veces no se utiliza todo el conocimiento que poseemos para hacer un Periodismo Digital de más calidad. No obstante, es ese grado de conocimiento sobre Periodismo el que me permite elaborar productos para Internet” (Olver Castro Álvarez)

Esta realidad también es visualizada por los profesionales con varios años de labor:

“Aunque ciertas rutinas productivas cambiaron con la llegada del ciberperiodismo, todavía no existe una apropiación plena de ellas. Hacer coberturas en vivo para la web ante acontecimientos

trascendentales, buscar información para desarrollar la hipertextualidad en textos que eran originalmente para el soporte tradicional, responder los correos electrónicos personalizados, el trabajo con los blog y la participación ocasional en foros de discusión, constituyen aún una asignatura pendiente para los periodistas más viejos ” (Alipio Martínez Romero)

Otras respuestas, tanto en uno como en otro grupo, siguieron una misma línea determinada por las insuficientes condiciones estructurales y materiales de la organización como la poca conectividad, la insuficiente cantidad de máquinas, el horario restringido, la carencia de recursos como cámaras fotográficas y de video y la ausencia de planes de capacitación.

En lo que al estilo en la redacción a partir de la asimilación de las nuevas rutinas productivas e ideologías profesionales que imponen las TIC ambos grupos consideran que el saldo resulta muy positivo en la elección de títulos, leads, tratamiento novedoso de la información, profundidad, intencionalidad, comprensión, interactividad con el público.

“Me parece que he ganado mayor precisión a la hora de escribir, más oficio, y también me he acercado más a eso que se supone debemos hallar todos los periodistas alguna vez, el estilo personal”. (Belkis Nieblas López)

“Se pueden apreciar grandes cambios en el estilo y la redacción a partir de la incursión del periodismo digital. Internet como fuente de información sí ha permitido enriquecer los materiales periodísticos” (Juan Carlos Naranjo Miranda)

Aunque desde diversos enfoques los criterios de ambos grupos reconocen la gran aportación de internet y las TIC para el trabajo periodístico:

“La interactividad y la multimedia, la posibilidad de hacer visible los contenidos periodísticos de cualquier zona del mundo y convertir en un fenómeno global algo que inicialmente fue pensado como local. La ruptura de fronteras geográficas desde lo cognitivo e informativo”. (Karen Reyes Aróstica)

“Para mí los principales aportes de Internet y las TIC es la posibilidad de informarnos mucho más sobre lo que acontece en el mundo, así como de difundir mejor, con más detalles, con más calidad y a escalas mayores nuestras informaciones. Nos permite competir directamente con los grandes medios del mundo y aprender de sus formas de hacer el periodismo. Nos deja interactuar con nuestros destinatarios y saber qué desean, qué piensan y cómo”. (Darlén Chaviano Ruiz)

“Las TIC nos han impuesto serios desafíos profesionales; tenemos que saber que existen nuevas formas de comunicación on line y tenerlas en cuenta a la hora de pensar y actuar desde nuestro producto comunicativo. No podemos estar de espaldas a los nuevos adelantos de las tecnologías de la información. Pero además, es imprescindible dominar algunos lenguajes técnicos, que van más allá de la redacción como tal.” (Juan Carlos Naranjo Miranda)

Los hallazgos encontrados tras la aplicación de esta técnica de investigación complementan los instrumentos anteriores, aplicados con el fin de conocer cómo transcurre el proceso de producción de noticias a partir del desarrollo de las TIC en la unidad de análisis, la emisora Radio Trinidad.

Los resultados confirman la insuficiente apropiación por parte de los periodistas sujetos al análisis de las nuevas rutinas productivas e ideologías profesionales, condicionado por aspectos materiales relacionados con la tecnología y la organización del medio y también por el desconocimiento de algunas de esas prácticas.

Como evidencia emerge también el imperativo hacia una convergencia de saberes y maneras de hacer, elementos decisivos en el proceso productivo. Las rutinas tradicionales no desaparecen, se enriquecen con las nuevas herramientas informáticas y se reacomodan ante la gran abundancia de datos e información que circula en internet en aras de cumplir el cometido mayor: elaborar buenos contenidos informativos.

2.7 Hacia la convergencia de saberes y maneras de hacer.

A través de la triangulación de técnicas y métodos se coligen varias circunstancias que modelan el paisaje del proceso de producción de noticias en la unidad de análisis, la emisora Radio Trinidad, parte del Sistema de la Radio en la provincia, ante el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Las evidencias demuestran que el proceso de producción de noticias en el departamento informativo de Radio Trinidad a partir del desarrollo de las TIC No ha cambiado esencialmente, pues los periodistas no despliegan todas las herramientas y dinámicas para la búsqueda de datos disponibles en internet y la elaboración de contenidos periodísticos.

La toma de decisiones durante el desarrollo de las distintas etapas de producción, elaboración y difusión de los materiales no son respaldadas por la asimilación de nuevas rutinas e ideologías profesionales adecuadas al desarrollo de las TIC. A los periodistas de este órgano de prensa les falta apropiación de los recursos hipertextuales, multimediales e interactivos, y el aprovechamiento de la inmediatez y el tiempo real.

El apego a modelos tradicionales continúa marcando la pauta en el proceso de producción de noticias en la unidad de análisis estudiada. La mayoría de los periodistas todavía concibe su trabajo en función de los horarios laborales, sin comprender que el futuro de las redes avanza hacia la ubicuidad y agilidad de la cobertura informativa.

Las limitaciones tecnológicas, de recursos y salariales son, sin dudas, otro factor que afectan el proceso de producción informativa de los periodistas que laboran en Radio Trinidad, donde no existen planes orgánicos de capacitación y superación que propicien la apropiación de nuevas rutinas productivas e ideologías profesionales en el actual escenario tecnológico.

2.8 Plan de Acciones.

En correspondencia con el objetivo de esta investigación, se propone un plan de acciones para potenciar el proceso de producción de noticias en Radio Trinidad en función del desarrollo de las tecnologías informáticas en este órgano de prensa y que se basa fundamentalmente en los aportes de la especialista Milena Recio (2005), adaptados por la autora. Para este estudio en cuestión se trabajarán dos líneas:

1. **Acciones de capacitación** dirigidas a los periodistas del departamento informativo de Radio Trinidad, a las que pueden incorporarse los directivos de ese órgano de prensa.

Objetivo general: Preparar a los periodistas de Radio Trinidad en las rutinas productivas e ideologías profesionales que faciliten y enriquezcan el proceso de producción de noticias a partir del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Actividades a realizar:

1. Curso de Periodismo Digital

Objetivos:

- . Sistematizar los conceptos generales del periodismo digital, tanto desde la reflexión teórica como desde la práctica profesional.
- . Desarrollar habilidades para la generación de contenidos hipermediales para la Web.

Fecha: Enero- Marzo 2015 (Miércoles) Responsable: Ms.C Mirelys Rodríguez. (UPEC SANCTI SPÍRITUS)

2. Curso Redacción periodística para Internet

Objetivo General: Desarrollar habilidades en la elaboración de productos comunicativos, informativos, de interpretación y de opinión, de acuerdo con las especificidades y posibilidades que estos estilos encuentran en el Periodismo digital.

Fecha: abril 2015 (miércoles de cada semana) Responsable: Lic. Yeneis González, Editora sitio web Radio Sancti Spíritus)

3. Taller sobre los recursos expresivos del Periodismo Hipermedia

Objetivo General: Indagar acerca de los géneros periodísticos y los estilos redaccionales en la narrativa hipertextual y multimedial.

Fecha: mayo 2015. Responsable: Ms.C. Humberto Concepción (UPEC SANCTI SPÍRITUS)

4. Clase Práctica sobre búsquedas en Internet

Objetivo General: Desarrollar habilidades para la búsqueda efectiva en la web y manejo y selección de los datos para la producción de contenidos informativos.

Fecha: junio 2015 (jueves de cada semana) Responsable: Lic. Alain Toledo (webmaster Radio Trinidad)

5. Curso sobre sistemas de edición y actualizaciones.

Objetivo General: Desarrollar habilidades para la generación de contenidos hipermediales para la Web.

Fecha: Septiembre- noviembre2015. Responsable: Ms.C Mirelis Rodríguez (UPEC Sancti Spíritus)

6. Taller sobre el trabajo en las redes sociales y la creación de blogs

Objetivo General: Desarrollar habilidades para el trabajo en las redes sociales y la blogosfera.

Fecha: Diciembre 2015. Responsable: Ms.C María de los Ángeles Romero (autora del blog Fomento en vivo)

2. **Acciones participativas:** dirigidas a los periodistas del departamento informativo de Radio Trinidad, a las que pueden incorporarse los directivos de ese órgano de prensa.

Objetivo General: Incrementar la participación de los periodistas de Radio Trinidad en las diferentes actividades de capacitación con el objetivo de potenciar el proceso de producción de noticias en el actual escenario tecnológico.

Actividades a realizar:

1. Debate sobre el proceso de producción de noticias y las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Objetivo General: Propiciar el intercambio de experiencias de los periodistas de Radio Trinidad y las nuevas lógicas de producción de contenidos.

Fecha: Enero 2015. Responsable: Lic. Olver Castro Álvarez, Subdirector del departamento Informativo de Radio Trinidad.

2. Charlas: El Periodismo en la era digital.

Objetivo General: Generar el análisis e intercambio sobre el uso y manejo de las nuevas herramientas tecnológicas en beneficio del quehacer periodístico y describir las ventajas de utilizar en forma óptima y eficiente estos recursos.

Fecha: Febrero- junio 2015. Responsable: Lic. Karen Reyes, jefa de Grupo del departamento Informativo de Radio Trinidad.

3. Conferencias: ¿Cómo socializar el desempeño profesional entre los periodistas de Radio Trinidad?

Objetivo General: Promover desde el colectivo el intercambio de saberes y experiencias en torno al empleo de las TIC en función de potenciar el proceso de producción de noticias en el departamento informativo de Radio Trinidad.

Fecha: Septiembre-diciembre 15. Responsable: Lic. Alipio Martínez Romero, Presidente de la delegación de base de la UPEC en Radio Trinidad.

La propuesta se enfoca dentro de los procesos de la comunicación contemporánea que incluye el perfil del periodismo digital. Su implementación permitirá actualizar los encargos sociales de la profesión y el proceso de producción de noticias ante los cambios constantes de la sociedad en red.

Está diseñada para un período de un año y contará con el apoyo de los directivos de la emisora Radio Trinidad en el aseguramiento de los recursos logísticos. Los periodistas se insertarán a las acciones en medio de las dinámicas habituales de producción informativa, lo que demandará de ellos la adecuación de horarios y tareas.

Las acciones que propone el estudio parten de los resultados de los métodos y técnicas empleadas en la unidad de análisis; por lo que devienen punto de partida para futuras investigaciones en este campo, lo cual permitirá enriquecerlas en aras de perfeccionar el quehacer de los periodistas ante el siempre renovado mundo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Respaldan además los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución aprobados en el Sexto Congreso del Partido Comunista de Cuba, recogidos en el Capítulo II sobre el trabajo Político e Ideológico y que se recogen en dos objetivos esencialmente:

Objetivo No. 52. Aprovechar las ventajas de las tecnologías de la información y las comunicaciones, como herramientas para el desarrollo del conocimiento, la economía y la actividad política e ideológica; exponer la imagen de Cuba y su verdad, así como combatir las acciones de subversión contra nuestro país.

Objetivo No. 69. Reflejar a través de los medios audiovisuales, la prensa escrita y digital con profesionalidad y apego a las características de cada uno, la realidad cubana en toda su diversidad en cuanto a la situación económica, laboral y social, género, color de la piel, creencias religiosas, orientación sexual y origen territorial.

CONCLUSIONES

La inserción del investigador en la unidad de análisis permitió, desde una mirada cercana, una caracterización del proceso de producción de noticias en Radio Trinidad condicionado por el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Luego de analizar los resultados, se arribó a las siguientes conclusiones.

1. La revisión bibliográfica y la consulta de documentos en Internet permitió sistematizar los presupuestos teóricos fundamentales relacionados con los emisores y los procesos de producción noticiosa:

- El emisor constituye el eje principal del proceso de producción periodística en la selección- jerarquización de los elementos noticiables. constante desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y el progreso de Internet propician un cambio en las maneras de acceder a la información y elaborar los materiales periodísticos, lo cual modifica las rutinas productivas e ideologías profesionales.
- Las nuevas rutinas productivas se diferencian de las tradicionales precisamente por las modificaciones que las tecnologías de la información y la comunicación introducen en la producción, circulación y apropiación de la información.

2. El proceso de producción de noticias en Radio Trinidad en el actual escenario impuesto por las Tecnologías de la Información y la Comunicación se caracterizó por:

- Los periodistas no despliegan todas las herramientas y dinámicas para la búsqueda de datos disponibles en internet y la elaboración de contenidos periodísticos.
- Las limitaciones tecnológicas, de recursos y salariales afectan el proceso de producción informativa de los periodistas que laboran en ese órgano de prensa.

- Se manifiesta ausencia de planes orgánicos de superación que propicien la apropiación de nuevas rutinas productivas e ideologías profesionales en el actual escenario tecnológico; por lo que resulta necesario incluir en estos planes una proyección que valore la capacitación de los periodistas de Radio Trinidad

3. Se diseñaron las acciones encaminadas a potenciar el proceso de producción de noticias en la emisora Radio Trinidad en función del uso adecuado de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en este órgano de prensa.

RECOMENDACIONES

De acuerdo con los resultados de esta investigación se proponen las siguientes recomendaciones:

- Continuar desarrollando estudios descriptivos similares a este en otras emisoras municipales del Sistema de la Radio en Sancti Spíritus con carácter sistemático y renovador en cuanto al proceso de producción de noticias marcado por las siempre cambiantes Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Proponer a la Dirección Provincial de la Radio y la Unión de Periodistas de Cuba en la provincia sistematizar acciones de superación que permitan a los periodistas de Radio Trinidad elevar sus conocimientos en esta área y potenciar el proceso de producción informativa.
- Recomendar la socialización de los resultados de este estudio entre los periodistas espirituanos con la intención de generar reflexiones y análisis que contribuyan a su desempeño eficiente en el actual escenario tecnológico.

BIBLIOGRAFÍA

1. Alsina, Miguel R. (1993). *La construcción de la noticia*. Barcelona-Buenos Aires-México, Paidós.
2. Alonso, M. M. y H. Saladrigas (2002). *Para Investigar en Comunicación Social. Guía didáctica*. La Habana, Editorial Pablo de la Torriente.
3. Albarello, F. J. (2002): *El periodista de la era Internet* en http://www.redcom.org/jornadas2002/ponencias/ponencia_paco.htm. [Consultado noviembre del 2013]
4. Beltrán del Río, P. *Periodismo en la era digital* en <http://www.exonline.com.mx/diario/columna/492492> [Consultado en febrero del 2014]
5. Bergero, I. (2005): *Nuevos perfiles profesionales. Universidad Nacional de la Patagonia Austral* en <http://www.icod.ubi.pt>. [Consultado en marzo 2014]
6. Briggs, M. (2006). *Periodismo 2.0. Guía de Alfabetización Digital*. Centro Knight para el periodismo en las Américas, Universidad de Texas.pdf
7. Carlin, J. *El futuro de la prensa: El momento crucial* en http://www.elpais.com/articulo/reportajes/momento/crucial/elpepusocdmg/20090510elpdmgrep_1/Tes [Consultado enero 2014]
8. Castellano, Y. (2014) *Entrevista personal*. Inédita. Realizada: 10 de junio. Trinidad.
9. Castells, M. (1999). *La revolución de la tecnología de la información*. <http://www.hipersociologia.org.ar/catedra/material/Castellscap1.html>
10. ——— (1999) *Internet y la Sociedad Red* en <http://www.sociologia.de> [Consultado en diciembre 2013]
11. Cornella, A. (1999 a): *Nuevas profesiones en la información*, en *Revista Extra!-Net*, 26 de febrero de 1999e en <http://www.extra-net.net/> .[Consultado en marzo 2014]

- 12.—, (1999b): *Nuevas profesiones que generan nuevo conocimiento* Revista *Extra!-Net*, 20 de diciembre de 1999. en: <http://www.extra-net.net/> .[Consultado en marzo 2014]
13. Curbelo Ramírez, M. *Competencias digitales en la formación de comunicadores sociales. Una propuesta de competencias profesionales digitales a formar en función del equilibrio entre el desarrollo del campo disciplinar de la Comunicación y las demandas del mercado laboral*. Tutora: MsC Milena Recio Silva, Junio de 2005.
14. De Alzaga, P. *El apellido digital*. Boletín Departamento de Comunicación, Unión de Periodistas de Cuba, septiembre de 2007, www.cubaperiodistas.cu. [Consultado en marzo 2014]
15. De Pablos, J. M. (1993). *Hacia un periodismo visual*. Nuevas concepciones y formación para la prensa diaria. Suplemento a la Revista Telos, 33, 24-30
- 16.— (1999). *Infoperiodismo*. El periodista como creador de infografía. Madrid: Edit. Síntesis.
17. Expósito Cesado, B.R. *La Esencia del Periodismo*, disponible en <http://www.abc.es/medios/20131110/abc-esencia-periodismo-201311100619.html> [consultado en noviembre de 2013].
18. Fernández, A. *¿Qué futuro nos espera a los periodistas digitales?*, En <http://www.webjornalismo.com>. [Consultado en marzo 2014].
19. Fernández, L.A. (1996): *En busca del periodista digital*. Revista *Enredando* en <http://enredando.com> [consultado septiembre 2013]
20. Fernández Savater, A. *La Web 2.0. es una paradoja hecha de grandes negocios y pasión por compartir* en <http://www.publico.es/ciencias/217597/web/paradoja/hecha/grandes/negocios/pasion/compartir> [Consultado en abril 2014]
21. García Luis, J. (2004). *La regulación de la prensa en Cuba: referentes morales y deontológicos*. Tesis presentada en opción al grado de Doctor en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana. Tutores: Dr. José R. Vidal Valdés y Dr. Armando Chávez Antúnez.

22. García De Torres, E. y J.M Pou. *Características de la comunicación digital*. Editorial Ariel S.A. Barcelona, I Edición octubre 2003.
23. Gómez Masjuan, M.E. *Breve aproximación al mundo de los weblogs* en <http://mesadetrabajo.blogia.com/2007/101410-breve-aproximacion-al-mundo-de-los-weblogs.php> [Consultado en diciembre 2013]
24. Gómez Reguera, J.R (2014) *Entrevista personal*. Inédita. Realizada: 5 de marzo. Trinidad.
25. *Informe Central al VIII Congreso de la Unión de Periodistas Cubanos*. La Habana, Julio, 2008. Presentado por Tubal Páez Hernández en la Sala 3 del Palacio de las Convenciones.
26. León, O. *Nuevas tecnologías en tiempo de paradojas*. En <http://www.comunica.org/chasqui/leon68.htm> [consultado septiembre 2013]
27. Liuzzi, A. *Herramienta metodológica para medir el índice de convergencia de un medio en:* <http://segundoplanoblog.blogspot.com/search/label/Periodismo%20Digital> [consultado abril 2014]
28. Martín Serrano, M. (1986) *La producción social en comunicación*. Segunda Edición. Alianza Editorial, Madrid.
29. _____(1993) *La mediación de los medios de comunicación* en De Moragas, M. (1993) (Editor) *Sociología de la Comunicación de Masas* en 4 Volúmenes, Volumen I. Editorial Gili, México.
30. Martín Pulido, José A. *La informatización cubana no es miel sobre hojuelas*, en *Clic Internet*, Pablo de la Torre. La Habana, Año 2003
31. Meso, A. (2007) *Introducción al ciberperiodismo. Breve acercamiento al estudio del periodismo en internet*. Bilbao, Editorial de la Universidad del País Vasco.
32. Nafría, I. (2007) *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de internet*. Barcelona, Editorial Gestión 2000.
33. Naya, Z. (2003) *De los media a la Red. Rutinas productivas e ideologías profesionales en los periódicos digitales cubanos*. Tesis de Licenciatura. La Habana. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.

34. Núñez, J. (1999) *La ciencia y la tecnología como procesos sociales*. En *Tecnología y sociedad*. La Habana, Editorial Félix Varela.
35. Palomino, H. *El periodista y la sociedad de la información*. en http://www.observatoriolacrisismundial.org/index.php?option=com_content&view=article&id=72:investigacion-el-periodista-y-la-sociedad-de-la-informacion-&catid=41:investigacion&Itemid=60 [Consultado en abril de 2014]
36. Pérez, I. y E. Martínez. *Curso básico para Internet en* <http://www.monografias.com/trabajos/internet/internet1.shtml> [Consultado enero del 2014]
37. Portal, R.(2005) *Comunicación y Sociedad cubana* (Compilación). La Habana, Editorial Félix Varela.
38. _____ (2003) Tesis en opción al título de Doctora en Ciencias de la Comunicación, La Habana.
38. Ramonet, I. *¿Desaparecerán los periodistas?* Le monde diplomatique, París. Congreso latinoamericano de periodistas, La Habana, 2003.
39. Recio Silva, M. (2005a) *La digitalización de los estudios universitarios de comunicación: un mapa de situación*. Informe para la RED ICOD, mayo, 2005.
40. _____ *Informe Estudios de Comunicación Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba*. (En ocasión de Primer Seminario de la RED ICOD
41. _____ (2006). *Periodismo digital: el límite de lo posible. Un análisis de las transformaciones del periodismo en Internet*
42. Red Icod (2005):—*Competencias profesionales*. Documento síntesis. Beira Interior, Portugal. www.icod.ubi.pt.
43. Rodríguez, A. (2005) *El milagro del cacharreo cotidiano. Acercamiento a la historia del periodismo digital cubano*. Tesis de Licenciatura. La Habana. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
44. Rodríguez, G y J. García. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga, Aljibe.

45. Rodríguez, I.L. (2014) *Entrevista personal*. Inédita. Realizada: 22 de febrero. Trinidad.
46. Rodríguez, N. (2006) *Del éter al ciberespacio. Un análisis sobre la interactividad de la radio cubana en Internet. Estudio de caso a los tres sitios de la radiodifusión en ciudad de La Habana*. Tesis de Maestría. La Habana. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
47. Romero Domínguez, L.R. *Cómo formar a los informadores de la era digital: El periodista integrado o el "malabarista" de la comunicación*, Universidad de Sevilla. Libro de Periodismo Digital, 2005.
48. Ruiz Iglesias, M. *La Competencia Investigadora* (Entrevista sobre tutoría a Investigaciones Educativas).
49. Salaverría, R. (1999). *De la pirámide invertida al hipertexto* en [http://www.unav.es/fcom/mm lab/mmlab/investig/piram.htm](http://www.unav.es/fcom/mm%20lab/mmlab/investig/piram.htm) [Consultado en febrero de 2014]
50. Sama, G. *Los Periodistas latinoamericanos deberían innovar sin demora* en <http://knightcenter.utexas.edu/blog/?q=es/node/3759> [Consultado en Mayo del 2014]
51. Sánchez, Tarragó N. y Y. Díaz. *El sector editorial contemporáneo: tendencias y competencias profesionales* en http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol13_5_05/acisu505.htm [Consultado enero del 2014].
52. Sánchez Tarragó, Nancy (2002) *El profesional de la información en los contextos educativos de la sociedad del aprendizaje: espacios y competencias* en <http://eprints.rclis.org/archive/00004133/>. [Consultado en junio del 2014].
53. San Martín, P. (2003): *Hipertexto. Seis propuestas para este milenio*. La Crujía, Buenos Aires. Revista Iberoamericana de Educación (ISSN: 1681-5653)
54. Scolari, C.A. *Informe de situación de las Carreras de Comunicación en España*. (En ocasión de Primer Seminario de la RED ICOD). La Habana, diciembre, 2004.

55. Sepúlveda, H. (2002) *Contrario al maná, el comunicador no baja del cielo: nacimiento, construcción o reinención del profesional en Puerto Rico* en <http://www.uff.br/mestcii/index.htm> [Consultado abril 2014].
56. Serrano, M.M. (1978) *La producción social en Comunicación*. Madrid, Editorial Alianza.
57. Subit, A. (2005) *Nacimiento de las redacciones integradas en la Radio Cubana*, en *La Tecla* [Internet] Disponible en http://www.latecla.cu/bd/digital/canales_santana.html [Consultado en noviembre de 2012]
58. Tejera Díaz, L. *Cuba busca soberanía en informática y comunicaciones*. <http://www.cubaperiodistas.cu/noticias/> [Consultado en febrero de 2014]
59. Tejada Fernández, J. *Acerca de las competencias profesionales*. Documento publicado en dos artículos de la Revista Herramientas, 2005
60. Thompson J. (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas. Del cero al infinito*. III Seminario de Periodismo Digital, Universidad del País Vasco, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación en <http://www.baquia.com/noticias.php?idnoticia=00007.20020624>. [Consultado en mayo de 2014]
61. UPEC. *¿Cuál es el futuro del periodismo?* en <http://www.cubaperiodistas.cu/noticias/abril08/30/06.html> [Consultado en abril de 2014]
62. Varela, J. (2008) : *Las primeras Olimpíadas de la Convergencia Multimedia* en <http://periodistas21.blogspot.com/2008/08/las-primeras-olimpadas-de-la.html> [Consultado en agosto del 2013]
63. Wolf, M. (1987): *La investigación de la comunicación de masas*. Pablo de la Torriente Brau.
64. _____ *Desarrollos teóricos en la Communication Research* disponible en DIALOGOS de la Comunicación, No. 20, <http://www.felafacs.org/rev-dialogos/dialogos/pdf20/wolf.pdf> (consultado en noviembre 2013).

65. Watzlawick, P. J. Beavin y Don D. Jakson (1991) *Teoría de la comunicación humana en Universidad Nacional de Tres de Febrero*. www. UNTREF Virtual (Consultado el 23 de marzo 2014).
66. Wikipedia. *Competencias profesionales* en <http://wikipedia.org/wiki/Weblog> [Consultado en octubre del 2013].
67. Yanover, D. *La revolución digital en los medios*. Boletín Esta Semana. En www.cubahora.cu [Consultado en agosto 2013]

Anexo No 1 Guía para la observación en la redacción informativa de Radio Trinidad.

Finalidad de a observación:

Conocer las rutinas productivas e ideologías profesionales en la redacción informativa en Radio Trinidad, con énfasis en la estructura organizativa y dinámica productiva, los recursos materiales, la cultura profesional de sus integrantes y las competencias tecnológica y comunicativa del medio. Se observarán las prácticas individuales y colectivas así como los comportamientos y las actitudes en el desempeño profesional.

Lugar:

Fecha:

Hechos a observar:

1. Organización del medio

- organización de la redacción tradicional
- redacción web
- periodistas del medio tradicional que laboran para la web
- periodistas que laboran solamente para la web

2. Condiciones materiales y técnicas

- número de computadoras
- computadoras conectadas a Internet
- número de cámaras fotográficas

- transporte disponible

3. Determinación del acontecimiento

- acontecimiento o tema propuesto por el periodista
- por un agente externo al sistema
- cobertura planificada
- reproducido de otros medios

4. Selección, exclusión y jerarquización

- encargados de llevar a efecto cada una de estas fases
- qué seleccionan
- qué excluyen
- actualizaciones de las secciones disponibles

5. Socialización de conocimientos

- entre quiénes, dónde y cómo se producen

6. Evaluación y estimulación del trabajo

- criterios que se siguen

7. Superación y recalificación profesional

- interés en adquirir los conocimientos y técnicas necesarios para ejercer el periodismo digital.
- cursos, talleres y otras vías de superación a las que están incorporados

8. Habilidades en el uso de software

- programas que emplean en el día y cómo los trabajan
- Dominio de las formas expresivas de Internet: hipertextualidad, interactividad, multimedialidad
- quiénes las aplican, en qué medida las aplican y cuáles aplican más frecuentemente, cómo las aprendieron

9.Navegación

- habilidades en la búsqueda de información
- qué buscan, propósitos de la navegación (para mantenerse informados, correo, chat)

Otros aspectos de interés

Anexo No 2 Guía para la realización de la entrevista a directivos de la prensa radial en Trinidad

La siguiente entrevista pretende recopilar información para una investigación que se desarrolla como parte de la culminación de la Maestría en Ciencias de la Comunicación. El objetivo fundamental radica en obtener valoraciones de los directivos de la prensa radial espiritana y trinitaria en torno al proceso de producción noticiosa en la emisora Radio Trinidad a partir del empleo de nuevas herramientas digitales. Gracias por su colaboración.

1-¿Cómo valora el proceso de producción de noticias de los periodistas de las redacciones tradicionales ante el nuevo escenario tecnológico?

2- ¿Qué nuevas rutinas productivas e ideologías profesionales cree usted que asimilaron los periodistas de las redacciones tradicionales con la llegada de Tecnologías de la Información y Comunicación?

3-¿Cuál cree usted que adquirió cómo directivo?

4- ¿Qué competencias y/ o habilidades cree usted debe tener un directivo para desempeñar su función en el nuevo escenario tecnológico?

5- ¿Qué aspectos objetivos y subjetivos limitan el acceso y empleo de todas estas herramientas digitales en el contexto radial de Trinidad?

6- ¿Qué habilidades cree usted debe tener un periodista ante el siempre cambiante desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación?

Anexo No 3 Encuesta a periodistas del departamento informativo de Radio Trinidad

El siguiente cuestionario pretende tributar información a una investigación que se desarrolla como parte de la Maestría en Ciencias de la Comunicación. El objetivo fundamental radica en obtener información sobre el proceso de producción noticiosa en Radio Trinidad ante las nuevas exigencias del periodismo digital.

1. ¿Qué tiempo lleva ejerciendo el periodismo?

Menos de un año 1 a 4 años 5 a 10 10 a 20 Más 21 años

2. Nivel de Escolaridad. Universitario Enseñanza Técnica y Profesional
 Preuniversitario

3. ¿Cuándo fue su encuentro con internet y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)?

Después de algunos años de ejercer la profesión en los medios tradicionales.

Desde el primer momento de ejercer la profesión.

4. ¿Cómo fue el acercamiento a estas TIC?

De forma espontánea

Luego de recibir cursos de adiestramiento y capacitación.

Con la ayuda de especialistas en el área.

5. ¿Cuáles aspectos considera usted que hoy limitan el empleo de las TIC en su órgano de prensa?

6. ¿Considera que existen diferencias entre las rutinas productivas tradicionales y las nuevas que imponen las Tecnologías de la Información y la Comunicación?

___ Sí ___ No

¿Cuáles? _____

7. ¿Cuáles son los métodos de búsqueda y presentación de la información que emplea a partir del uso de las TIC en su órgano de prensa?

8. ¿Qué habilidades y/o conocimientos periodísticos adquirió o perfeccionó en el actual escenario tecnológico?

9. ¿Qué habilidades necesita más frecuentemente para utilizar las herramientas digitales en el proceso de producción de noticias?

10. ¿Escribe Ud. para la edición digital de su medio?

_____ Con frecuencia

_____ En ocasiones

_____ Nunca

11. ¿Sabe Ud. aplicar los recursos expresivos de Internet: la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad?

___ Mucho

___ Poco

___ Nada

12. Si escribe alguna vez para el medio digital ¿utiliza esos recursos expresivos?

___ Siempre

___ En ocasiones

___ Nunca

13. ¿Cómo se inserta a las acciones de superación profesional vinculadas al uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación?

14. ¿De qué manera socializa esos saberes?

15. ¿Está integrada/o a las redes sociales?

___ Sí ___ No ¿A

cuáles? _____

16 . ¿Ha recibido alguna preparación para insertarse en las redes sociales? ____ Sí
____ No

¿Cuáles?_____

17. ¿Considera que entre los requisitos para la evaluación profesional deben incluirse sus habilidades en el empleo de las nuevas herramientas tecnológicas?

Anexo No 4 Grupos focales de discusión

Primer Grupo:

Olver Castro Álvarez
Karen Reyes Aróstica
Darlén Chaviano Ruiz
Alejandro Linares Aroche

Segundo Grupo:

Alipio Martínez Romero
Juan Carlos Naranjo Miranda
Belkis Nieblas López
Ana Martha Panadés Rodríguez (investigadora)

Se indagó sobre los siguientes tópicos:

Los métodos de búsqueda y recogida de la información a partir del desarrollo e incorporación de las TIC.

Las rutinas productivas tradicionales e ideologías profesionales y las que impone el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación

El estilo en la redacción a partir de la asimilación de las nuevas rutinas productivas que imponen las TIC

Aportaciones de internet y las TIC para el trabajo periodístico

Anexo No 5 Carta de Estilo de la Radio Cubana para Internet

INTRODUCCION

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

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

Sin embargo, escribir para Internet deviene un reto para los trabajadores de la radio, pues **se trata de asumir un estilo de redacción diferente al que utilizamos cuando comunicamos a través del éter.**

Internet se acerca más a la prensa llamada escrita o plana. La extensión de los trabajos, el titular, el empleo de las cifras y las siglas, difieren de las normas que empleamos a la hora de redactar para un locutor o conformar un espacio informativo.

Con estas Normas de Redacción tendrás en tus manos un material que te será útil para escribir y presentar con la calidad requerida los trabajos que enviarás para su publicación en Internet.

De ninguna manera creemos que es un texto definitivo. Sabemos que la propia dinámica del trabajo para la Web nos seguirá recomendando nuevas soluciones para perfeccionarlo.

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

1.- ESTILO DE REDACCIÓN:

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

- b) Las palabras empleadas deben ser comunes. Cuando haya que incluir términos poco frecuentes (por estar en desuso o por ser excesivamente técnicos) o que sean exclusivos del habla cubana o de nuestro sistema social, es preciso explicar al lector su significado. Ejemplo: No escriba Juan Pérez, primer secretario del Partido; sino: Juan Pérez, primer secretario del Partido Comunista de Cuba. Recuerde que las palabras **cederistas**, **cuentapropistas**, **anapistas**, son propias de nuestro país y requieren explicación.
- c) Los párrafos deben ser breves, no expresar más de una idea. Su extensión no debe exceder las siete líneas.
- d) La extensión de los trabajos estará acorde con el género periodístico y la trascendencia del suceso. La información no debe exceder los siete párrafos, pudiendo llegar hasta 15 en los restantes géneros. En todos los casos, utilice las ventajas del hipertexto.
- e) No es necesario emplear la reiteración con la misma concepción a la que utilizamos en los espacios radiales.
- f) Cuando en una información se cite por vez primera a una persona, se explicará de quién se trata, comenzando siempre por los nombres y los dos apellidos. En las restantes citas, puede utilizar solo los apellidos. (Ej.: Raúl Pacheco Guzmán, director de la Empresa Pecuaria La Sierrita)
- g) Para el tratamiento de celebridades, sitios históricos, entidades, instituciones y lugares trascendentales, se debe respetar el nombre artístico, profesional e histórico por el cual es conocido, además de hacer referencia obligada sobre el tema, que enlace a:
- 1) Bases de Datos
 - 2) Sitios Web
 - 3) Páginas web personales
- h) No hay que abusar de frases como “declararon en exclusiva a Radio...”, y otras análogas. Expresiones como éstas deben reservarse para figuras y personalidades que en realidad ofrecieron declaraciones exclusivas a su emisora.
- i) En la mayoría de los países las personas leen de izquierda a derecha. Por ello la alineación lógica de los textos ha de ser a la izquierda. Los textos centrados o alineados a la derecha son complicados de leer y extraños a la vista.
- j) Los trabajos para Internet se caracterizan por su valor documental. Estas entregas estarán contextualizadas y enriquecidas con investigaciones y elementos que la complementan. Estos datos enriquecen, orientan y aportan teniendo en cuenta que siempre el lector conoce o recuerda detalles que estamos obligados a refrescar. Ej.: Si se habla de los médicos de familia, ¿por qué no incluir la cantidad total de ellos que existen en el territorio? ¿Cuántos nuevos médicos se graduarán en el presente curso? ¿Cuál es la cobertura total del médico de la familia en el municipio o la provincia?

- k) **La redacción para la web implica interiorizar claramente que el destinatario fundamental está fuera del país.** Es posible escribir con pasión y dominio del tema sin tener que incluir las palabras “nosotros”, “nuestro”.
- l) Para referirnos a Fidel Castro no debemos escribir “nuestro Comandante en Jefe”; es preferible expresar: **“el Presidente cubano Fidel Castro”, “el líder de la Revolución Cubana”**. Sus cargos irán siempre en mayúscula, cuando haga mención a ellos. Ej.: **“El Primer Secretario del Comité Central del Partido Comunista de Cuba”, “El Presidente de los Consejos de Estado y de Ministros”; “El Jefe de Estado”**.

2.- PRESENTACIÓN Y ENVÍO DE LOS TRABAJOS PERIODÍSTICOS

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

3.- FIRMA Y FECHA EN LOS TRABAJOS PERIODÍSTICOS

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

4.- ENTREVISTAS

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

5.- TITULARES

Los titulares deben responder fielmente a la información, **éste no debe exceder las 12 palabras.**

- a) El uso de las interrogantes y admiraciones debe ser limitado. Los dos puntos se utilizarán solo cuando después de un nombre propio siga una frase entrecomillada (una frase pronunciada por esa persona)
- b) No deben emplearse siglas en los titulares, salvo que sean sobradamente conocidas, y nunca más de una en un mismo título.

- c) Los verbos de los titulares se ponen preferiblemente en tiempo presente. También se prefiere la afirmación a la negación.
- d) Evite el uso indiscriminado de números al comenzar los titulares; en caso de emplearlos, debe escribir con letras cifras que se escriben con guarismo. Ejemplo: “Cuarenta heridos en accidente de tránsito en Bahía Honda”.
- e) No se emplearán cursivas en los titulares.
- f) En los titulares se emplearán letras en Alta y baja.

6.- CIFRAS Y ABREVIATURAS

- a) Elimine el subrayado de los números en el texto. No es necesario destacarlos de esa forma.
- b) Las cifras del uno al nueve se componen de letras. Del 10 en adelante con números. Cuando sean cifras largas, escribimos: dos millones 567 mil 200; 10 mil 547; 150 mil 547. Una excepción: no escribimos “mil 325”, sino “1 325”.
- c) En caso de series numéricas, se optará por ponerlas todas con números: “3 ministros”, “45 senadores”, “100 diputados”...)
- d) Asimismo se emplearán siempre guarismos en los siguientes casos:
 - 1) Los días del mes (“13 de abril”)
 - 2) En una fecha histórica (“26 de Julio”, “5 de Septiembre”)
 - 3) Nombre propio (“Movimiento 26 de Julio”)
 - 4) Los números de calles o plazas (“San Antón, 7 y 9”)
 - 5) Los años, no las décadas (“2005”, “los años ochenta”)
 - 6) Los números que identifiquen a un texto legal (Real Decreto 125/1979) o los que correspondan a una de sus partes (“capítulo 5º”, “artículo 25º”, “párrafo 3º”)
 - 7) Las cifras con decimales (“17.50 centímetros”)
 - 8) Los porcentajes, en este caso, sin el signo matemático unido al último número (“65.50 por ciento de analfabetos”)
 - 9) Los nombres de productos industriales (KRIM 218”)
 - 10) Los números de unidades militares)”Regimiento número 10”
 - 11) Los de calles y carreteras (“calle 41”)
 - 12) Las fracciones de hora, en este caso, con separación de dos puntos (“a las 8.50 p.m.”. (VER MÁS DETALLES EN INCISO 6B)
 - 13) Los calibres de las armas (“Parabellum del 9 largo”)
 - 14) Los números en los nombres de aviones, misiles o naves espaciales (“Soyuz T 15”, “Titán 2”, “Apolo 12”)
 - 15) Los grados y minutos de latitud o de longitud.
 - 16) Los grados de temperatura; en este caso, (“5 °C)
 - 17) Los tantos, tiempos o cilindradas de las competiciones deportivas.
 - 18) Cuando se expongan problemas matemáticos o de pasatiempos.
- e) Se recomienda usar lo menos posible los números romanos, para representar los ordinales, salvo referido a siglos. Ejemplo: Siglo XX. En el caso de aniversarios, es preferible: “Aniversario 25”. Como regla general,

para los eventos acogeremos la forma de enumeración del logotipo oficial: Ejemplo: “V Simposio Internacional sobre Periodismo Digital”.

- f) Los números ordinales inferiores a veintiuno, podrán escribirse indistintamente con letras (“primero”, “undécimo”, “decimonoveno”), con números romanos (“Movimiento V República”, “III Frente Oriental”)
- g) Conviene recordar que los ordinales correspondientes a once y doce son **“undécimo”** y **“duodécimo”** (no “decimoprimer” y “decimosegundo”, y que la partícula **avo** no indica orden de secuencia, sino las partes en que se divide una unidad (“piso decimosexto” y no “dieciseisavo”)
- h) Es incorrecto escribir frases como “de 40 a 45 mil pesos”, cuando lo que quiera decirse sea “de 40 a 45 mil pesos”.
- i) No escriba 20 CUC, sino 20 pesos cubanos convertibles. Así ocurrirá con las monedas extranjeras.
- j) Siempre que pueda escriba “25 kilómetros”, no “25 Km.”; “20 megawatts”, No “2° MW”.

7.- NOMBRES Y SIGLAS

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

8.- HORAS

- a) Las horas se escriben con letras (siempre del uno al nueve), no con números, salvo estos tres casos:
 1. Cuando contengan fracciones (incluidos los cuartos y las medias. Ejemplo: 9:12 a.m.)
 2. Cuando se trate de relaciones horarias (programas de actos)

- y de radio o televisión. Ejemplo: 8.30 a.m.)
3. En los cronometrajes de competiciones deportivas
(Ejemplo: 2.30.15)

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

Cuando se empleen números de acuerdo con las tres excepciones establecidas más arriba, hay que escribir “las 8.45 de la noche”. Es incorrecto: “las nueve menos cuarto de la noche” o “las 8.45 de la tarde”.

Las fracciones de hora se separan con dos puntos. Se escribirá, además, “p.m.” o “a.m.”. Es incorrecto redactar “a las 7.30”. Debe escribirse “a las 7.30 p.m.”

- b) Los minutos y segundos de los tiempos deportivos se expresarán con puntos (“la marca ha quedado establecida en 2.30.27”), pero no con comillas para los minutos y apóstrofes para los segundos (2.30” 27).

9.- TIPOS DE LETRAS

- a) Se permite el uso circunstancial y no abusivo de la fuente “en negrita” para destacar palabras de especial relieve dentro del texto.
- b) No se pueden subrayar textos, a no ser que quiera indicar la existencia de un hipervínculo.

10. GRAFIA

- a) Se suprimirá la “p” en las palabras construidas con prefijos de origen griego como pseudos (seudónimo), psitacos (sitacosis) o psora (soriasis). Con una sola excepción: los derivados de psyche (psicosis, psicología, etc.)
- b) Los compuestos de las palabras norte y sur se escribirán con R (noroeste) y con D (Sudáfrica)
- c) Las palabras en cuya grafía se emplee la “x” con sonido de “j”, se escribirán con X. Ej.: México.

11. CITAS Y ENTRECORNILLAS

Una palabra o frase con matiz irónico irá entre comillas.

- a) Una cita breve de uno o dos renglones puede ir entre comillas, y se abrirán después de “que” cuando la cita es textual. Ejemplo: (correcto): El dirigente dijo “que nos mantendremos...”
- b) Los nombres de centros de trabajo, escuelas, centrales, cooperativas, no llevarán comillas ni se escribirán en negritas ni cursivas. Ejemplo: “El complejo azucarero Elpidio Gómez...”. Pero sí debes escribir: “**En el “Elpidio Gómez”...**”

- c) Cuando se precisa realizar un llamado o una indicación para notas aclaratorias, se utilizará un número de marca exponente, y al final del texto se expresa en Notas aclaratorias.

12. MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS

- a) Hay que evitar la proliferación o utilización innecesaria de las letras mayúsculas. Como norma general, se emplea mayúscula inicial en los nombres de entidades u organismos, siempre que se escriban completos. Ejemplos: “Partido Comunista de Cuba”, “El Ministerio de Educación”, El Ministro de Educación”. Sin embargo, se escribe: Luis Ignacio Gómez, ministro de Educación.
- b) En todo caso, se escriben con mayúscula inicial los nombres propios de:
1. Personas
 2. Animales (“El burro Perico)
 3. Instituciones (“el Ejército”)
 4. Establecimientos y entidades comerciales, industriales o culturales (tienda El Encanto, cine Prado)
 5. Organismos oficiales (“Instituto Nacional de la Vivienda”)
 6. Fiestas patrióticas y sociales (El 26 de Julio, el Día de los Niños)
 7. Regiones geográficas específicas o zonas con significación ideológica propia (“Oriente Próximo”, “Mare Nostrum”, “Tercer Mundo”...)
 8. Acontecimientos históricos (“La Revolución Francesa”)
 9. Premios y condecoraciones (“Premio Nóbel de la Paz”)
 10. Los puntos cardinales (“el Norte). Sin embargo, escribimos: al norte de Cienfuegos”, “Aguada norte”, en este último caso cuando actúa de adjetivo)
 11. Acontecimientos deportivos importantes (“Juegos Olímpicos de Verano”)
 12. Los de textos legales cuando se escriban completos (“Real Decreto 1251979’; pero: “el citado real decreto”).
 13. Los apodos y el artículo que les precede (“El Chucho”, con mayúsculas iniciales y entre comillas; pero escribimos Santiago Martín, el Chucho, con mayúsculas iniciales y sin comillas el apodo)
 14. Las ciencias o disciplinas académicas (“Medicina”)
 15. Los documentos y reuniones políticos, diplomáticos o religiosos (“Conferencia de Desarme”; “Cumbre de Río”, “Tratado de Damasco”).
 16. Los artículos que formen parte de un apellido, siempre que no vayan precedidos del nombre, en cuyo caso se escribirán en minúsculas (“Del Valle”, “De Gaulle”. Sin embargo, escribimos “José del Valle”, “Charles de Gaulle”).
 17. Los de personas o lugares aplicados a cosas cuando se refieran a un número determinado de ellas, y no a todas las de su especie, como si se tratase de un apellido (“un Picasso legítimo”).

18. La primera palabra en los títulos, películas, obras de teatro y canciones, cualesquiera que sean las normas al respecto del idioma en que estén escritos, salvo que en el título figure algún nombre propio: “*La CIA y el culto del espionaje*”. “The CIA and the culto of intelligence”).

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

- c) Las palabras que designan accidentes geográficos, edificios, locales públicos y vías urbanas no forman parte del nombre propio. Por tanto, se escriben con minúscula inicial: (“mar Egeo”, “palacio de Santa Cruz”, cine Luisa”, “avenida de San Carlos”). En cambio, se emplea mayúscula con esas mismas palabras cuando correspondan a un idioma distinto al español, a fin de evitar el uso de la cursiva en el nombre genérico. Ejemplos: “Rue de Rivoli”; pero no “rue de Rivoli”; “Palacio Chigi”; pero no “palazzo Chigi”.
- d) Puntos que se escriben siempre en minúscula, salvo en estos tres casos:
1. Que se abra una cita, en cuyo caso la palabra inicial irá en mayúscula aunque sea a texto seguido.
 2. Que se trate de una enumeración, en cuyo caso cada apartado irá en punto y aparte y con mayúscula inicial.
 3. Que se refiera a nombres propios. Ejemplo: nombres de personas, zonas geográficas...

13. PUNTUACIÓN

- a) No se pone punto final en los titulares, pero sí en los pies de foto
- b) Los puntos suspensivos nunca deben ir al final de una información.
- c) Las siglas se escriben con mayúscula, pero sin puntos de separación
- d) Si una cita se divide en varios párrafos, hay que poner comillas al comienzo y al final de la cita, no cerrando al final de cada párrafo.
- e) Las partes aligeradas (suprimidas) en una cita se indicarán con puntos suspensivos entre paréntesis: (...)
- f) Evite el uso indiscriminado de la coma. En Radio es factible para una mejor comprensión por parte del locutor. Debe evitarse separar el sujeto y el predicado mediante comas. **Ejemplo de incorrección:** Los trabajadores de la empresa Micalum, cumplieron el plan de producción. Se exceptúan los casos en que media un inciso entre sujeto y predicado. Ejemplo: “La medicina natural y tradicional, como ya ha quedado apuntado, permitirá evitar la enfermedad”.
- g) Cuando se haga un inciso en una cita, no se cerrarán comillas y el inciso irá entre comas. Ejemplo: “Al final de la década de los ochenta, dijo el conferenciante, había en el país...”
- h) Los títulos de libros, películas, obras de teatro, periódicos, canciones y, en general, las palabras no castellanas o los neologismos, no se entrecorillarán, **pero se resaltarán en cursiva.**) Ver también inciso 9ª).

Ejemplo: La telenovela *Al compás del son* es la propuesta del canal Cubavisión...

- i) Tampoco se entrecomillarán los nombres de animales, barcos, aviones, misiles o naves espaciales. Ahora bien, en estos casos hay que distinguir entre lo que es nombre propio, en cuyo caso va en redonda y con mayúscula inicial (SONY, INPUD...)
- j) Los nombres de organismos, entidades comerciales y formaciones políticas, nunca irán entrecomillados, puesto que llevan ya mayúscula en el inicio de la palabra o palabras que componen su título.
- k) Tampoco se subrayarán o entrecomillarán los nombres de las agencias de noticias, nacionales o extranjeras, y los de calles, plazas, edificios, entidades, organismos y partidos escritos en un idioma distinto al castellano. Es decir, aquellos nombres en los que una mayúscula inicial evita la repetición de otros signos tipográficos diferenciadores como la cursiva o las comillas. (Ejemplos: EFE, France Press, British Broadcasting Corporation, Kneset, Sinn Fein.)
- l) Los guiones se utilizan para señalar el cambio de interlocutores en una entrevista corta, en sustitución de los paréntesis en las oraciones intercaladas y para unir dos adjetivos. En este último caso, siempre que cada uno de los adjetivos conserve su identidad (acuerdo cubano-venezolano, es decir, entre los Gobiernos de Cuba y Venezuela). En cambio, se escribirán sin separación cuando esos dos adjetivos supongan una nueva identidad (comunidad cubano-americana; esto es, los norteamericanos de origen cubano).
- m) Las abreviaturas llevarán siempre punto. Ejemplo: "Cuba **vs.** Haití".

14. FOTOGRAFÍAS

- a) Las fotografías deben llevar pie. Los pies deben ser puramente informativos, y descriptivos, y su extensión no debe exceder las dos líneas.
- b) Es de uso obligatorio el atributo ALT.
- c) El pie de foto nunca debe ser una frase escogida del texto,
- d) **La foto de una persona muy conocida internacionalmente a la que se hace referencia en el texto no admite especificar el nombre.**
- e) Tanto el fotógrafo como el redactor pueden sugerir el pie de foto.

Anexo No 6 Directivos de la prensa en Radio Trinidad entrevistados como parte de la investigación

Isis Leidis Rodríguez Portelles, Directora de Radio Trinidad

Yinelis Castellano Rodríguez, subdirectora del Departamento Informativo de Radio Trinidad

José Rafael Gómez Reguera, Jefe de Grupo del Departamento Informativo de Radio Trinidad

Anexo No 7 Periodistas del Departamento Informativo de Radio Trinidad

Periodista	Especialidad	Años de ejercicio
Alipio Martínez Romero	Lic. en Estudios Socioculturales	15
Juan Carlos Naranjo Miranda	Lic. en Educación	12
Belkis Nieblas López	Lic. en Educación	13
Ana Martha Panadés Rodríguez	Lic. en Periodismo	16
Olver Castro Álvarez	Lic. en Periodismo	2
Karen Reyes Aróstica	Lic. en Periodismo	2
Darlén Chaviano Ruiz	Lic. en Periodismo	1
Osniel Alejandro Linares Aroche	Lic. en Periodismo	- 1

Anexo No 8 Relatoría de los grupos focales

Siendo el 12 de febrero de 2014 en la redacción de internet de Radio Trinidad nos reunimos con un grupo de periodistas, integrado por los profesionales más jóvenes, entre 1 y 4 años de ejercicio profesional.

Participan

Ana Martha Panadés Rodríguez (investigador)

Olver Castro Álvarez, periodista con más de 2 años de ejercicio profesional

Karen Reyes Aróstica, periodista con 2 años de ejercicio (en adiestramiento laboral)

Darlén Chaviano Ruiz, periodista con 1 año de ejercicio (en adiestramiento laboral)

Alejandro Linares Aroche, periodista recién graduado (en adiestramiento laboral)

La investigadora consideró pertinente valorar los criterios de los periodistas más jóvenes y egresados de las escuelas de periodismo, donde se acercaron a las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación a partir de programas de formación académica. Esto les permitió asimilar las nuevas rutinas productivas para la búsqueda y elaboración de los contenidos informativos.

Siendo el 26 de febrero de 2014 en la redacción informativa tradicional nos reunimos con un grupo de periodistas, compuesto por los profesionales que ejercen el periodismo desde hace más de 10 años.

Participan

Ana Martha Panadés Rodríguez (investigador)

Alipio Martínez Romero, 15 años de desempeño

Juan Carlos Naranjo Miranda, 12 años de desempeño

Belkis Nieblas López, 13 años de desempeño

El objetivo de este segundo grupo fue conocer las opiniones de los periodistas que no recibieron una preparación académica en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y que tuvieron que acceder a ellas de manera

espontánea; lo que hace más complejo el proceso de asimilación de las nuevas rutinas productivas asociadas a las herramientas informáticas.