

**Semanarios provinciales *Mayabeque* y *el artemiseño*.
Experiencias del proceso de diseño e implementación**

DI. Sandra Haug Morales
DI. María Margarita Rodríguez Hernández
MsC. DI. Yamilet Pino Nicó
DI. Lisandra Cuesta Vasallo
DI. Cristina María Suárez Ramos

Resumen

Procesos creativos de los semanarios provinciales impresos *el artemiseño* y *Mayabeque*, publicaciones que tienen la finalidad de satisfacer las necesidades de información y reflexionar sobre el acontecer económico, político y social de las provincias Artemisa y Mayabeque. Este proyecto de diseño es un pequeño aporte a la identidad de las nuevas provincias, así como a la actualización de códigos gráficos y periodísticos en la prensa escrita cubana que representa al Partido Comunista de Cuba. Se muestran las pautas gráficas definidas y son comentadas las experiencias obtenidas en la investigación inicial, la inserción de los diseñadores en un equipo multidisciplinario junto a periodistas, correctores y comunicadores.

Introducción

En enero del presente año 2011, las líneas demarcadoras del occidente cubano se transforman dando lugar a dos nuevas provincias: Artemisa y Mayabeque. Con el surgimiento de éstos territorios también lo hacen sus semanarios informativos impresos *el artemiseño* y *Mayabeque*.

La Oficina Nacional de Diseño (ONDi), elaboró un cronograma de trabajo para determinar y organizar el encargo – resultando muy reducido el tiempo-. De conjunto con la Editora Política, la Oficina acomete en un período de cuatro meses las tareas de elaboración del perfil editorial y diseño de ambas publicaciones. Posteriormente con un equipo multidisciplinario, realiza durante 6 meses, el perfil editorial, diseño y maquetación de los sitios web de cada provincia.

La cantidad total de especialistas y estudiantes que interactuaron con el proyecto fue numerosa. La cifra total fue de doce diseñadores, tres comunicadores sociales, dos ingenieros informáticos, dos arquitectas de información, alrededor de cuatro periodistas y la Dirección editorial de las publicaciones. A pesar de no intervenir de forma continua, los especialistas tuvieron una participación más activa en los momentos relacionados con su perfil profesional.

Posteriormente en el caso de la implementación de los medios impresos, aumentó el equipo de trabajo con el personal encargado de la fase productiva. En este proceso intervienen el personal que realiza los fotolitos, las planchas y operan las máquinas rotativas.

Desarrollo

Antes de comenzar a diseñar se realizó una evaluación especializada de las principales publicaciones impresas nacionales e internacionales, con la finalidad de: Conocer los aspectos comunes en cuanto al diseño del perfil editorial de los periódicos impresos a nivel nacional e internacional. En segundo lugar, para profundizar en el diseño de las publicaciones provinciales, y por último, valorar si era viable la compra de otras tintas de impresión para los periódicos.

En las publicaciones provinciales nacionales se detectaron los siguientes aspectos:

- No se atienen a un perfil editorial determinado. Ello le resta coherencia, orden y jerarquía a los contenidos de la publicación.
- Falta o incorrecta implementación del Manual de Estilos Gráficos.
- Se observa la ausencia de una identidad propia que permita diferenciar una publicación de otra.
- Inexistencia de una pauta definida para el uso de todos los elementos de cada página del periódico.

- Carencia de estilo definido para el uso de las tipografías, tamaño y tratamiento de las imágenes fotográficas, grises e ilustraciones.

El análisis a periódicos internacionales tuvo la finalidad de detectar las tendencias actuales en cuanto al diseño editorial de la prensa extranjera.

- De forma general, se aprecian elementos de identidad que los personalizan y diferencian de sus homólogos.
- Los ejemplares analizados son impresos a color, sobre un papel más blanco que el utilizado por la prensa nacional.
- Es perceptible el orden de lectura de las noticias y el nivel de importancia entre ellas.
- Emplean en mayor o menor grado la infografía para ilustrar mejor los contenidos.
- Se aprecia un buen uso de los espacios en blanco y recursos de apoyo mínimos como filetes y corondeles.
- Las fotografías buscan captar la atención del lector, son conmovedoras y de gran movimiento.
- Las primeras planas transmiten rápidamente la noticia más importante del día.
- Se utilizan grandes titulares -no en extensión de palabras-, para destacar las principales noticias de cada página.
- Emplean el formato tabloide y otros utilizan dimensiones más verticales (sábana).

Se establecieron aspectos generales determinantes para la generación de los contenidos y el diseño editorial de los periódicos. Se trazó el objetivo general para ambas publicaciones, que como órganos provinciales del mismo partido, compartían satisfacer necesidades de información y reflexionar sobre el acontecer económico, político y social particular de los territorios respectivos: Artemisa y Mayabeque.

Se trazaron a su vez, las siguientes premisas de trabajo con el objetivo de lanzar estas publicaciones no solo por primera vez, sino que constituyeran los representantes de una nueva vanguardia editorial en el país:

- 1^{era}: Aplicar las tendencias actuales en cuanto a la organización, tratamiento y diseño de contenidos presentes en destacadas referencias editoriales de la actualidad;
- 2^{da}: Contribuir a generar niveles de información como: Notas breves, principal y secundaria, despiece o recuadro y fotonoticias;
- 3^{era}: Considerar el empleo de elementos gráficos tales como infografía, el uso del blanco y fotografías de primeros planos, para realzar el interés visual de las noticias;
- 4^{ta}: Considerar la aplicación de otros recursos editoriales que faciliten la lectura y comprensión de los contenidos, tales como antetítulos o colgados, sumarios y valores agregados.

El trabajo aunado con especialistas de Comunicación Social, en el desarrollo de los perfiles editoriales de los medios impresos, constituyó una experiencia muy valiosa. Se constató la importancia de dejar plasmado en un documento rector la descripción de los contenidos por páginas y secciones fijas de los periódicos, ya que estas definiciones conceptuales son

la base de la visualización de los medios. En ambos perfiles se determinaron las funciones y la proyección de cada publicación. A continuación ampliaremos las funciones y proyección de ambos medios:

Funciones

- Ser portavoz del pensamiento y sentimiento de la población del territorio. Que reflejen a los habitantes en su realidad social, acorde a sus necesidades, idiosincrasia y aspiraciones.
- Contribuir a la construcción de identidad de la nueva provincia.

Proyección

- Los periódicos representarán al PCC de las provincias Artemisa y Mayabeque.
- El sello de distinción radicará en el ejercicio de un periodismo más activo, más reflexivo, más relacionado y apegado con la realidad de las nuevas provincias.
- Deberán pensar como un medio cuyo éxito radique en la efectividad de la retroalimentación con sus lectores.
- El periódico establecerá una ruptura visual y de tratamiento de sus contenidos con respecto al resto de su tipo en el país. Para ello: Lograr un periodismo de investigación de mayor calidad y profundidad.

Público Meta

Los medios estarían dirigidos a todo aquel interesado en el acontecer político, económico, cultural, deportivo y social de la provincia. Básicamente desde el ama de casa, obrero, enfermera, maestra, campesino al ingeniero. La población en Mayabeque es mayoritariamente urbana, siendo lo opuesto en Artemisa.

Al analizar los rangos etáreos se aprecia que ambas provincias poseen una población joven de inserción social heterogénea. Por ejemplo, en Artemisa la edad media de sus habitantes es de 37 años; por su parte, en Mayabeque predominan las edades entre 35 y 49 años. Los datos etarios de ambas provincias sirvieron de camino para crear un periódico de imagen fresca y moderna, donde se pudieran explotar los contrastes tipográficos, los puntajes elevados para titulares. Además, permitió reducir el tamaño de los caracteres para aumentar la masa de cuerpos de texto. Asimismo, estas cifras fueron utilizadas también por las comunicadoras para definir los géneros y estilos, temáticas, códigos, lenguajes y tonos con que se debían abordar los contenidos.

Otro aspecto de gran importancia para el diseño de los periódicos de Artemisa y Mayabeque, fue la caracterización de los rasgos identitarios de cada provincia. Estos fueron el sustento para elaborar el discurso de identidad de las publicaciones, es decir se definieron los atributos generales y específicos de cada región, para posteriormente generar los rasgos de estilos gráficos de los periódicos impresos y digitales. A continuación listamos los elementos identitarios y su traducción en discursos de identidad¹.

Identidad territorial

Provincia Artemisa

- La economía artemiseña se define como agroindustrial.
- La agricultura y la ganadería forman parte de un sector básico para la provincia.
- Principales producciones: viandas, hortalizas, granos, cítricos, frutas, leche, huevo, arroz, carne vacuna y de cerdo.
- Su núcleo industrial más importante es el Mariel, donde actualmente sobresalen las industrias electro-energéticas, de cemento y materiales de construcción.

Discurso de identidad de *El artemiseño*

Atributos específicos

- Naturaleza.
- Localismo, territoriales.
- Tradicionalismo.
- Festividad.
- Futuro económico
- Diálogo cultural de lo tradicional con lo contemporáneo.

Provincia Mayabeque

- La actividad socioeconómica fundamental de la provincia es la agroindustrial.
- Ocupa el segundo lugar en potencial científico de la Isla.
- Cuenta con importantes instalaciones de campismo
- Conserva fuerte presencia de los grupos originarios de la Isla. Existencia de sitios arqueológicos y de arte rupestre.
- Son agricultores, científicos, trabajadores del turismo, industriales y pescadores.

Discurso de identidad de *Mayabeque*

Atributos específicos

- Crecimiento, fertilidad.
- Industrial/Científico: Heterogeneidad
- Sincretismo.
- Raíces aborígenes.
- Laboriosidad.

Todos aspectos antes expuestos son de suma importancia para la realización no solo del proceso de diseño y de los que elaboran los contenidos, ya que no se logra correctamente la tarea si se cambia el periódico solamente desde el punto de vista formal. El perfil propone utilizar géneros periodísticos de opinión, que recojan el acontecer de las provincias.

Para los medios impresos, la principal condicionante tecnológica del proyecto fue la impresión de los semanarios, en el Combinado de Periódicos *Granma*. Es importante señalar que la "industria" de periódicos en Cuba es financiada por el Estado. El costo de producción de un ejemplar es muy superior al precio de compra del mismo, que es casi gratuito; por ende, no es rentable. Esto trae como consecuencia que el Poligráfico cuente con 18 máquinas de obsoleta tecnología, las cuales presentan, además, problemas con las piezas fijadoras de las planchas, papel tipo gaceta, formato tabloide y solamente dos tintas impresoras (negro y uno de los tres colores en existencia: rojo, azul o naranja).

Debido a estas causas, sumando la baja calificación e interés de algunos operarios, es impredecible asegurar la salida de buenos ejemplares en una misma tirada. Inicialmente, en los primeros números de las publicaciones, la calidad de los resultados de diseño se obtuvo a prueba y error, lo que obligó la modificación de muchos estilos gráficos en función de la impresión. Asimismo, el número de páginas de los periódicos (4 pliegos) y la frecuencia de circulación semanal de los mismos, redujo algunas libertades de diseño en cuanto al número y tamaño de los recursos figurativos a emplear.

El equipo de diseño precisó las pautas gráficas para cada medio. En los impresos se diseñaron desde los cabecales -cuyos nombres habían sido definidos con anterioridad por el cliente-, hasta las secciones fijas, infografías, entrevistas, recuadros, titulares según la temática de la página, etc. En el caso de los sitios web, pautas para la estructura de la organización de la información y páginas tipo según el nivel de navegación. Se diseñaron banners según la clasificación: corte político, vínculos internacionales y enlaces al interior del propio medio; así también se pautaron los blogs de los periodistas, comentarios de las noticias, imágenes, etc.

Los diarios en soporte digital

El equipo multidisciplinario durante el proceso de desarrollo realizaba varios encuentros evaluativos para ir venciendo las etapas del cronograma de trabajo inicial, que comprendía desde sus inicios hasta la maquetación. Para la conclusión de cada una de las etapas intervenía la dirección del periódico, que tomaban decisión conclusiva tanto en la imagen del proyecto como en la organización de los contenidos. El trabajo con los sitios se aprendía prácticamente en la marcha, aquí también participaron estudiantes de otras especialidades.

A partir de estas fases se comenzaron a mezclar algunas funciones. Por ejemplo: los periodistas brindaron propuestas de diagramación de los contenidos en dependencia de las páginas que atienden ellos en el periódico impreso (el que atiende deporte en el impreso trabajó para la página de deporte de la web)

Los sitios al ser un medio digital, con requisitos técnicos específicos, no se corresponden fielmente con las ediciones impresas. Por tanto se realizaron ajustes, con relación a la imagen (resolución) que influyen en la velocidad de carga del sitio, así como en el contenido que se redistribuyó en función del orden de búsqueda y utilizando las palabras claves que tiene uso más frecuente en el medio digital. Estos temas fueron determinantes para el etiquetado en el sitio.

En el caso de los sitios web, el proceso ha sido más complejo, si partimos de la perspectiva del dinamismo de los *cibermedios*. Según expertos, el periodismo digital no se realiza de la misma manera que la prensa escrita, se requieren nuevas técnicas periodísticas y exigencias propias de la red, es decir, se adopta un modelo nuevo y se rompen esquemas.

El antecedente de ambos medios digitales era *El habanero*, diario que se encontraba montado sobre la plataforma web 1.0, lo que se considera casi nulo en su grado de aprovechamiento a las posibilidades que ofrece un soporte en línea. Actualmente, la supervivencia en Internet de una publicación digital se debe en gran medida al número de prestaciones que posea. Los usuarios hoy en día van adquiriendo mayores conocimientos computacionales y las tecnologías digitales van en ascenso, por lo que se demanda un producto acorde con las nuevas tendencias tecnológicas y de diseño.

Precisamente, los nuevos diarios digitales se están construyendo con la misma plataforma de las referencias internacionales tales como el Clarín, El País o La Nación. Se han incorporado las posibilidades siguientes:

- Mayor frecuencia de actualización: que satisface las necesidades del usuario con respecto a la renovación e inmediatez en los contenidos.
- Hipertextualidad: asocia al modo en que el cibernauta personaliza la información y el modo de interacción usuario-emisor del contenido.
- La interactividad: presente a través de foros, blogs, promociones, las encuestas y el *webmail*, elementos enfocados a facilitar el diálogo entre quienes visitan una página informativa y los autores de la misma.
- Lenguaje multimedia: donde se enriquece el texto con imágenes, video y audio en entre las cuales se encuentran las infografías animadas y los *broadcast*².

Impacto del trabajo

Para la Dirección Editorial de los semanarios constituyó un reto porque la propuesta modificaba una rutina de trabajo de 20 años. Con las nuevas pautas se introducían las tendencias actuales de organización de información y los programas de edición de textos de mayores prestaciones y acorde con los tiempos.

Para la Dirección fue impactante conocer que se podían llevar a la práctica nuevas formas de representar la información, que hasta ese momento desconocían. Por ejemplo se mostró como el uso de la infografía permite ilustrar con mayor atractivo y claridad contenidos complejos y extensos. Además, que la fotografía podía ser tratada para mayor impacto, con un estilo definido desde el perfil editorial impreso: empleo del *close-up*, el recortado, mayor tamaño y mejor resolución.

La relación existente entre periodismo y diseño también fue modificada. La incorporación de nuevos elementos editoriales como antetítulos, sumarios, entre otros anteriormente citados, contribuyen a jerarquizar y ordenar la lectura de las páginas impresas. Además estos permiten mejorar la interpretación de los contenidos por el lector. Por otra parte el papel del diseñador tomó mayor importancia en la decisión de la longitud de las noticias, la fotografía idónea y la ubicación en página, ya que hasta ese momento se concebía prácticamente como maquetador.

Para conocer las opiniones de la población sobre los medios se realizaron encuestas, cuyos resultados evidenciaron una acogida favorable del diseño. En el contexto nacional,

con la salida de las publicaciones impresas se apreció el interés de otros medios provinciales y nacionales por mejorar el diseño editorial de sus periódicos.

Contribución a la formación profesional

El proyecto realizado constituyó el ejercicio final de docencia de varios de las integrantes del equipo como periodistas, arquitectas de información, periodistas y diseñadores.

En el caso de las profesionales graduadas del ISDi, fungieron como asesoras y tutoras de las tesis que dieron continuidad al trabajo realizado por la Oficina Nacional de Diseño. Los objetivos perseguidos fueron la realización de los Manuales de Estilos Gráficos y la implementación de los semanarios impresos. Fue un trabajo de diploma, que a pesar de su tipicidad, por la alteración de algunas de las etapas lógicas de un proceso de diseño, fue sumamente enriquecedor para las estudiantes. Tuvo la particularidad que, al mismo tiempo que desarrollaban como estudiantes su proyecto final de la carrera, funcionaban como profesionales implementando semanalmente los periódicos. No obstante a este ritmo de trabajo, profundizaron contenidos que enriquecieron su labor como diseñadoras, bebiendo de otras disciplinas. Desde el punto de vista docente, en todo momento se les exigió un alto rigor metodológico, realizando métodos y técnicas para medir la aceptación de la publicación en cuanto al diseño y contenidos e hicieron una reevaluación de los estilos gráficos existentes teniendo en cuenta la tecnología. Desde lo profesional, vivieron todo el proceso de producción e implementación de los frutos de su labor, adquirieron la capacidad de tomar decisiones y liderar con diversidad de opiniones y exigencias. Finalmente, los resultados del trabajo obtuvieron la máxima calificación.

Resultados

Actualmente los periódicos impresos están circulando en ambas provincias, con un alto grado de aceptación por la población, según encuestas realizadas. Sin embargo, no se ha logrado a plenitud que la Dirección Editorial se rija por el perfil editorial para la redacción de los contenidos definidos por las comunicadoras sociales. Consideramos también, que se han realizado muy pocas infografías debido al poco conocimiento de las posibilidades descriptivas e informativas que posee este recurso y el reducido personal que tiene para la realización de los Semanarios.

La salida de los nuevos diseños ha sido favorable, no sólo para las provincias sino, porque además ha servido de impulso a otras publicaciones similares en el entorno nacional, como es el caso de la aplicación del rediseño del *Granma* que estaba detenida. También en otras publicaciones de menor alcance se ha hecho perceptible el interés por introducir en sus páginas, recursos de diseño editorial no antes explotados.

En cuanto a diseño de los sitios de sus publicaciones, está en proceso de terminación la maqueta del sitio *Mayabeque* y se inicia el correspondiente a *el artemiseño*.

Conclusiones

El proyecto realizado constituyó un ejercicio de formación profesional, tanto para los estudiantes, como para los graduados de diseño y el resto de las especialidades involucradas en el proyecto.

Los periódicos *Mayabeque* y *el artemiseño*, favorecieron el interés por el logro de mejores resultados de diseño de ediciones homólogas nacionales.

Por otra parte, es necesario poner en práctica, la documentación que pauta el futuro desarrollo de las publicaciones. Es decir, el perfil editorial, los procedimientos de las rutinas productivas y los manuales de estilos gráficos.

Se evidencia que la inserción de diseñadores en equipos multidisciplinarios fortalece su formación profesional y a la vez se pueden alcanzar mejores resultados.

Por último, consideramos que en Cuba, el diseño profesional debe ganar mayor presencia, no solo en los periódicos nacionales sino también en los provinciales, así como en los sitios y portales web.

Recomendaciones

Solo será posible un periodismo más cercano a la realidad que describe dentro del contexto editorial actual, si existe

- Adecuada correspondencia entre perfil editorial y pautas de estilo gráfico propuestos.
- Personal capacitado, con especialistas en diseño, fotografía, gestión de información, entre otros.
- Rutinas productivas efectivas que implementen eficazmente lo pautado, desde la dirección y hasta la redacción del *Mayabeque* y *el artemiseño*.

Citas bibliográficas

¹ Tomado de los perfiles editoriales de los semanarios impresos: *el artemiseño* y *Mayabeque*.

² Salaverría, Ramón. "Cibermedios, el impacto de internet en los medios de comunicación en España". España: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones.2005

Bibliografía

Libros:

- Zappaterra, Yolanda. "Diseño editorial, periódicos y revistas". Editorial Gustavo Gili, SL. Barcelona. España. s/a.
- Elam, Kimberly. "Sistemas Reticulares, principios para organizar la tipografía". Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona. España. 2006.
- The Society for news design. "The best of newspaper design". Editorial Rockport. 25th Edition.2004.
- Encyclopædia Britannica, Inc. "Britanica Illustrated Science Library" Editorial Sol. 2008.
- Nielsen, Jacob. "Usabilidad, Diseño de Sitios Web". Editorial Pearson Educación, S.A. Barcelona. 2000.

Documentos digitales:

- Barn Hurst, Dr. Kevin G. “La diagramación de noticias”. Revista Latina de Comunicación Social, número 14, febrero de 1999. La Laguna (Tenerife). Dirección URL: <http://www.lazarillo.com/Latina/a1999c/136kevin.htm>.
- Fernando Rubio. “Infografía e Ilustración”. Encuentro Iberoamericano de Infografía. La Habana, Cuba. Mayo 2006.
- Guillermo Gómez-Hill. “Un diario regional de circulación nacional Voz del interior”. Encuentro Iberoamericano de Infografía. La Habana, Cuba. Mayo 2006.



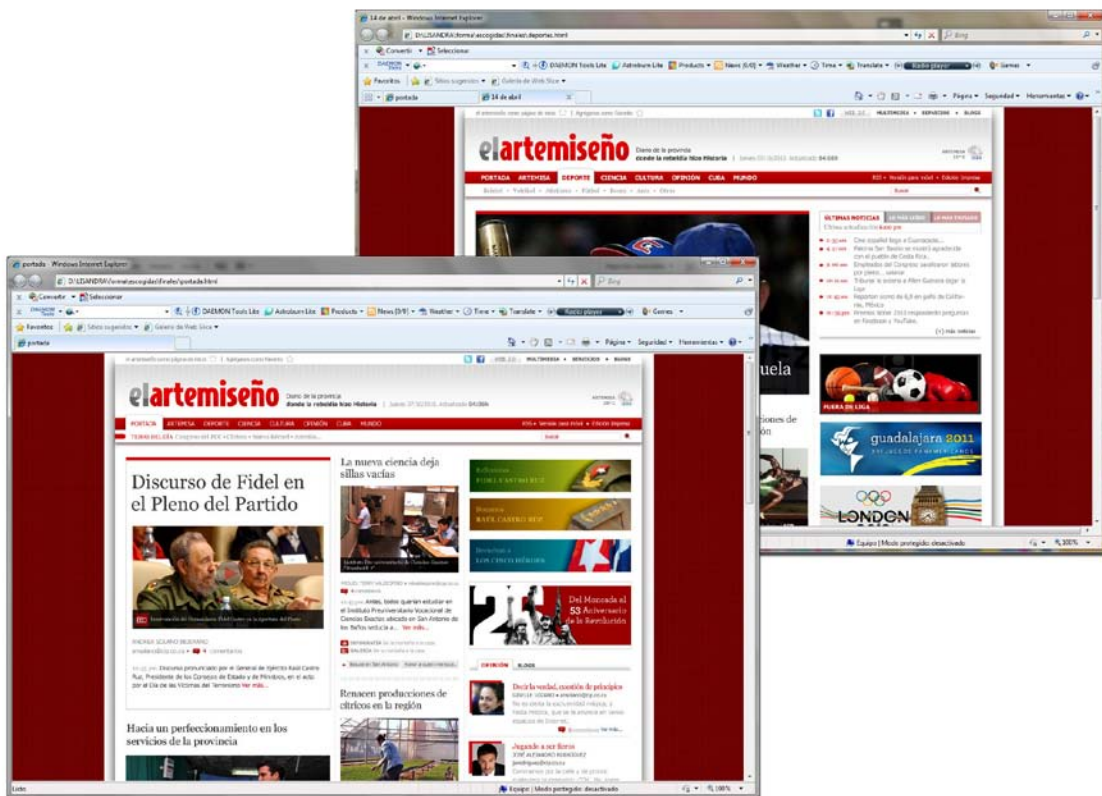
(Fig. 1) Convivencia de *Mayabeque* y *el artemiseño* con otros periódicos impresos que circulan simultáneamente en ambas provincias.



(Fig. 2) Cabezales de ambas publicaciones impresas.



(Fig. 3) De izquierda a derecha: primeras planas y páginas interiores de la edición número 1 de los semanarios *Mayabeque* y *el artemiseño*.



(Fig. 4) Portada y página interior del sitio web *el artemiseño*.



(Fig. 5) Portada y página interior del sitio web *Mayabeque*.

