



# **Metodología para la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico del Semanario Mayabeque**

Tesis para optar al grado de Máster en Gestión de Diseño

**Autor:** DI. Walter Díaz Moreno

**Tutora:** Dra. C. Modesta Moreno Iglesias

Instituto Superior de Diseño, Universidad de la Habana

**2019**

## Dedicatoria

### *A esos bellos ojos que le dan luz a cualquiera de mis caminos*

A mi mamá, sí, porque esa fuerza con la que te veo batallar en la vida es la que me inspira a seguir adelante.

A mi papá, por el talento que nació de ti.

A ti mi linda, porque llegaste justo a tiempo, cuando pensé que me perdía.

A mi hermano mayor que desde pequeño ya confiaba en mi futuro.

A mi abuela negra, que me sigue corrigiendo el paso desde algún lugar llamado cielo.

A mi abuela blanca, por siempre estar ahí.

A mis sobrinos, porque ese tío gritón trata de inspirarlos.

A mis amigos, sin ustedes poco habría logrado.

Y a mí, por qué no, que ha sido duro el camino de solo comenzar...

## Agradecimientos

A Andrés, el más "Macho" de todos los directores, por dejarme hacer mis locuras de diseñador atrevido.

Al periódico Mayabeque que me abrió las puertas y con él empecé a crecer. Por esa tribu que construimos.

Al profe Eduardo que aguantó todos mis destiempos.

A un padre, amigo y profesional todoterreno: Walón, por tu periodismo 360°.

A Gisela por las oportunidades.

A Boris por esa mirada tan completa, por ser líder y guiarme la marcha.

A Yamilet y Ojeda, por el camino evaluativo.

A Hilda Saladrigas, por esa "comunicación" relajante y aclarativa.

A Niebla, por dedicarme esos minutos cuando el tiempo se hace finito.

Al ISDI, por ese ir y venir que no cesa.

A todos esos profes que han hecho por mi tanto: Elisa, Roca, Maite, Emilio...

A mi hermano, que no me suelta la mano (te tocó ser el grande, pero yo soy el más lindo).

A Alipio, que no cejas en la virtud de apoyar desde lejos.

A esos amigos que llegan y otros que no pierden tiempo en demostrar que no se han ido: Karen, Dinoray, Braulio, Janelle, Iveet, Asiel.

A HNN, por la familia tan locamente profesional.

A mi familia, convulsa, revuelta, brutal, pero es la que quiero: Onelia, Adelina, Lisis, Liubys, Indira, Glenda, Chelsea, Olive, Yunior.

Contornear nombres es algo difícil, pero deja a ver si redondeo algunos: Pedroso, Arminda, Acelia, Mirtza, Rosa, Yunet, Adnaloy, Sofía, Carmen, Pillita, Lídice, Canovas, Cristian, Mariolys...

## Resumen

La evaluación de impacto como proceso es un fenómeno relativamente reciente, sobre todo en el campo de la actividad de Diseño. Desde un estudio facta-perceptual el autor de esta investigación pudo revelar una serie de debilidades en el marco de los análisis de impacto en el contexto periodístico ponderándose como causa esencial que el centro en las evaluaciones de Diseño periodístico se concentra en el propio producto y resultan escasos los análisis sobre los efectos que se producen en los usuarios.

Con los resultados del diagnóstico y la caracterización de la evaluación del Diseño Periodístico se corroboró la existencia real del problema en la evaluación de la calidad de esta tipología de productos en Cuba, entre muchos factores, por el mimetismo de la práctica que hoy abunda en la evaluación de productos editoriales y las constantes contraversiones subjetivas del valor y objetivos que posee la evaluación como proceso activo inherente a cualquier programa, constatado con la utilización de métodos empíricos, teóricos, entre otros.

Todo lo cual permitió proponer una metodología contentiva de un aparato cognitivo, con los conceptos, categorías, dimensiones y principios que fundamentan el aparato instrumental metodológico donde se brindan procedimientos, métodos y vías para evaluar el impacto.

Para valorar la pertinencia de dicha propuesta se utilizaron los mismos métodos que en el diagnóstico, a partir de las dimensiones propuestas por el autor desde la variable a transformar y se evidenció en su introducción de manera parcial que la finalidad para la cual fue creada se contrastó, existiendo elementos suficientes para futuras toma de decisiones en las acciones de evaluación de Diseño.

**Palabras clave:** diseño periodístico, evaluación, impacto, evaluación de Diseño, calidad.

## Índice

<b>1</b>	Introducción
<b>10</b>	CAPÍTULO I: REFERENTES TEÓRICOS METODOLÓGICOS ACERCA DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTO DEL DISEÑO PERIODÍSTICO
<b>10</b>	I.1 DISEÑO DE COMUNICACIÓN VISUAL; ACERCAMIENTO NECESARIO
<b>17</b>	I.2 DISEÑO DE INFORMACIÓN, DISEÑO EDITORIAL, Y DISEÑO PERIODÍSTICO
<b>23</b>	I.3. LA EVALUACIÓN. EVALUACIÓN DE IMPACTO
<b>32</b>	I.4 LA EVALUACIÓN EN DISEÑO. CALIDAD
<b>38</b>	I.5. DISEÑO PERIODÍSTICO EN EL CONTEXTO DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTO
<b>45</b>	CAPÍTULO II METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE IMPACTO DEL DISEÑO PERIODÍSTICO DEL SEMANARIO MAYABEQUE. DIAGNÓSTICO Y VALORACIÓN PARCIAL DE SU PERTINENCIA
<b>45</b>	II.1 PROCESO DE PARAMETRIZACIÓN DE LA VARIABLE A TRANSFORMAR
<b>45</b>	II.1.1 DEFINICIÓN DE LAS DIMENSIONES
<b>46</b>	II.2. DIAGNÓSTICO DEL ESTADO ACTUAL DE LA EVALUACIÓN DEL DISEÑO PERIODÍSTICO EN EL SEMANARIO MAYABEQUE
<b>57</b>	II.3 FUNDAMENTACIÓN DE LA EIDP
<b>58</b>	II.3.1 PRINCIPIOS DE LA METODOLOGÍA
<b>59</b>	II.3.1.1 FUNCIONES
<b>59</b>	II.3.1.2 ETAPAS
<b>60</b>	II.3.1.3 NIVELES
<b>61</b>	II.4 PROPUESTA METODOLÓGICA
<b>62</b>	II.4.1 ARGUMENTOS ESTRUCTURALES Y FUNCIONALES DE LA METODOLOGÍA.
<b>62</b>	II.4.1.1 OPERATIVIDAD DE LOS PRINCIPIOS EN LA PROPUESTA METODOLÓGICA
<b>67</b>	II.4.1.2 ACCIONES-OPERACIONES
<b>71</b>	II.4.1.3 ARGUMENTACIÓN DE LAS ACCIONES DE LA METODOLOGÍA
<b>76</b>	II.5 VALORACIÓN DE LA PERTINENCIA DE LA METODOLOGÍA EN SU INTRODUCCIÓN PARCIAL
<b>81</b>	CONCLUSIONES
<b>82</b>	RECOMENDACIONES
<b>83</b>	REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍAS
<b>93</b>	ANEXOS

## Introducción

Desde que el hombre tuvo urgencia de comunicarse y de manifestar sus necesidades primarias de supervivencia, puede decirse que el Diseño de Comunicación Visual estaba gestando su aparición y con el desarrollo mismo de la civilización este fue evolucionado y consolidándose para sus adentros hasta llegar a como se le conoce hoy.

Las discusiones continúan aún en cuanto ubicar la propia génesis del Diseño de la Comunicación Visual. Mientras algunos la identifican en las pinturas rupestres, a pesar de su marcada finalidad comunicacional primitiva, como ejemplos ancestrales de signos gráficos; otros, a modo de registrar ejemplos más intencionados, rastrean sus formas embrionarias en Egipto, Grecia, México y Roma. Son diversos los que trazan este origen a la par del desarrollo tecnológico, considerando su surgimiento al mismo tiempo que la imprenta o la confección de libros.

Se le une a ello un grupo de pensamiento que señala a las vanguardias artísticas del pasado siglo. Mientras otro diferente lo sigue como un fenómeno asociado al dinámico progreso industrial y de los medios de comunicación surgidos posterior a la Segunda Guerra Mundial. En cualquiera de los casos anteriores, se entiende que el Diseño Gráfico y la necesidad de comunicarse de la sociedad fueron fenómenos que crecieron de la mano. A pesar del extenso camino, el empuje de este imperativo lo ha llevado a potenciarse en la actualidad dentro de la Comunicación Visual.

En este espacio del lenguaje visual, el diseño de productos editoriales, en un análisis transversal y una mirada a saltos de su irrupción en Cuba, debe verse desde una perspectiva fundacional, sociocrítica y económica, para involucrar algunas de las posiciones ya mencionadas.

La llegada de la imprenta a la Isla en 1724 abriría el camino del Diseño Editorial, 155 años después de que se empezaron a publicar los primeros periódicos. Durante varias décadas sólo se utilizó para publicar el Almanaque Anual de la Isla y algunos otros trabajos autorizados por la Capitanía General de la colonia. Su definitivo despegue se sitúa en 1764, con el surgimiento de forma simultánea de varias publicaciones. Los años subsiguientes, siempre en paralelismo de la situación política que imperase, el panorama hemerográfico

iba a contemplar altas y bajas. Aun así, ya para el 1820 la Isla era reconocida como un cubil de periódicos y periodistas, llegando su eco incluso a España. Un hito importante fue el primer periódico definido de matiz político, **El Faro Industrial de La Habana** (1841), primer órgano de prensa que defendió los intereses criollos donde aparece el primer grabado fotográfico en Cuba.

A fines de los años 50 del siglo XIX los periódicos estabilizan sus formatos en tres tipos: liberales clásicos; sostenidos por familias (**Times** y **Diario de la Marina**), dominicales o domingueros; con mucho material gráfico (temáticas varias), y de penique; sacrifican calidad, formato, papel e impresión. Las tendencias reconocibles de la época fueron: fraccionamiento y homogenización del público, comercialismo, precio barato, trabajo de titulares, cambio de columnaje, lenguaje doctrinario.

La llegada de 1898 y la ocupación norteamericana hacen otro cambio de panorama en la prensa escrita. Los primeros años de la República; con la intervención de periódicos en lengua inglesa; de los cuales se registran más de 10 cabezales, no mostraron en general un avance significativo. La libertad de prensa y de expresión, proclamada en el artículo 25 de la Constitución de 1901, fue punto de partida para el cambio del periódico de ideas al periódico de empresa, basado en el modelo de la teoría informativa liberal.

Al Linotipo se le une la técnica del Fotograbado, que llega a la Isla en 1900, permitiendo acelerar la composición al posibilitar fundir automáticamente los tipos en líneas. Con el perfeccionamiento de las rotativas a 50 caballos de fuerza se triplican las tiradas con 48 mil ejemplares por hora. Nacen las agencias cablegráficas y la importación del sensacionalismo del norte será una de las características que marcaran la etapa, junto a la crónica roja, los anuncios a color y las páginas a ocho columnas.

Es de destacar la labor de **El mundo**, puntero en mucho de estos cambios que se introdujeron al país, llegando a consolidarse como la primera empresa periodística de la nación. También por estos tiempos se dieron los primeros pasos en la fundación de un organismo periodístico nacional. El 13 de abril de 1904 nació la Asociación de Prensa de Cuba. Para el primer cuarto del siglo XX la producción periodística era prolífera en la capital, en las demás regiones el horizonte era infructuoso.

La llegada de la Revolución al poder trajo una gran sacudida, al desaparecer muchas publicaciones solo en los primeros 18 meses. Apenas **Sierra Maestra, Combate**, la revista **Mella, Noticias de Hoy, La Calle, Revolución**, entre otras, mantuvieron su estancia. Con la institución del matancero **Girón**, 1961, comienzan a llegar otras publicaciones que representarían los restantes territorios como órganos provinciales del Partido Comunista de Cuba (PCC). En 1965 aparecen los diarios **Granma** y **Juventud Rebelde**, con cobertura nacional, que a pesar de su corte político redactaban noticias generales. Para diciembre de 1966 la prensa cubana conocería en las páginas del **Juventud Rebelde** las primeras imágenes completamente digitalizadas e impresas mediante láser para hacer el pase a plancha, desplegando con ello para Cuba un nuevo camino: la transmisión de los originales a las impresoras situadas en provincias (inicialmente a Villa Clara y después a Holguín).

El imperativo del Período Especial, 1990, fue otro duro golpe para la mayoría de estas publicaciones en el país que sufrieron varias vicisitudes; desde cambiar la cantidad de tiradas, reducir su periodicidad o simplemente cerrar por falta de recursos.

Desde septiembre de 1980, con cada provincia con su representante semanario, órgano en el territorio del PCC, las principales características de la prensa se concentrarían en: formato tabloide, impresión en papel gaceta, entre 8 y/o 16 páginas de extensión, tiradas a dos colores (negro más un color; rojo y azul en su mayoría), grandes masas de texto en proporción con imágenes pequeñas, titulares extensos, impresión off-set [Poligráfico Granma (Habana), Villa Clara y Holguín]. Las exigencias para la entrega a imprenta estarán dadas por utilizar formato pdf (solo compatible con versión 3.0), a escala real, colores separados por páginas, lineatura a 75 líneas por pulgada (punto máximo de impresión).

El panorama técnico-productivo de la prensa sea a comportado casi inmutable en los últimos años: continuo desacople de color, los planos de color deben oscilar en un rango entre 20 a 85 %, deficiente impresión de texto e imágenes, problemas en el tóner al imprimir en los fotolitos, inconvenientes en la estabilidad del líquido fijador del tóner en los fotolitos, dificultades en el pase y limpieza de las planchas, *Acrobat Distiller* (pdf) solo es compatible con la versión 3.0 hasta la 7.0, las fuentes en formato *True Type* presentan problemas con las cursivas, los gráficos con demasiados vectores no se visualizan (memoria), entre otros.

En el 2010, la nueva división político-administrativa de la provincia La Habana trae la necesidad de la creación de un medio impreso que representaría al PCC en el nuevo territorio: Mayabeque. Surgía así el Semanario con el mismo nombre que tendría la particularidad de todos los semanarios provinciales del país: representar una ideología política, al mismo tiempo de personificar los intereses de un público diverso (habitantes de la región), constituir un nuevo referente a la prensa cubana y hacerlo con un limitado monto de recursos tanto materiales como humanos.

El proyecto lo asumiría un grupo de trabajo de la Oficina Nacional de Diseño (ONDI), que llevó a cabo la realización de la Primera Edición o Edición Especial del que sería el actual **Mayabeque**, para ello contaban con tan solo un mes, incluyendo en ese período de tiempo la confección del Perfil Editorial, el diseño de la identidad y el resto de la realización de esta edición. Por este motivo fueron pautados solo los estilos necesarios para esta edición, sin prever el resto. Algunos de estos estilos se han mantenido y otros han variado. Se distingue variedad entre las páginas pues sería una edición diferente, donde la información estaría encaminada a dar a conocer las principales características de la provincia. En ese entonces no se contaba con un Manual de Estilos Gráficos que guiara las pautas definidas para el resto de las ediciones.

Los propósitos finales se continuarían con el Trabajo de Diploma Implementación del Semanario Mayabeque (2011) realizado casi paralelo a este proyecto, llevado a cabo en la facultad de Comunicación Visual del Instituto Superior de Diseño (ISDI).

Este último proyecto, desarrollado esta vez en ámbito y mirada académica, contentivo de un diagnóstico previo de diseño, desistía de servirse del recuento de los efectos que había tenido el Diseño Periodístico en la prensa cubana, situación que se evidencia en diversos trabajos realizados, poniendo por ejemplo el rediseño del **Juventud Rebelde** (2004), **La Jiribilla de papel** (2004), **Trabajadores** (2005), **Opciones** (2007), **Granma Internacional** (2007), **Granma** (2008), **El Caimán Barbudo** (2008), **el habanero** (2008), **el artemiseño** (2011), entre otros. En definitiva, estos escasean de análisis que referencien el efecto que, desde la profesión, o al menos desde el Periodismo, se ha producido en las personas, hogares e instituciones a los cuales se les presenta el producto. En otras palabras, es insuficiente la

estimación actualizada y contextualizada de la trascendencia de la utilización de los recursos visuales hasta ahora propuestos en los proyectos editoriales y que fueron estudiados a la hora de ofrecer y de prorrumpir desde un diagnóstico más efectivo por lo menos desde el ámbito docente. Por tanto, la intervención del Diseño en beneficios a los lectores (personas, hogares, instituciones) es tenue, al menos en estos ejemplos, en términos de un camino que refleje efecto, resultados en la práctica, a la postre, impacto.

Un estudio exploratorio a partir de la revisión de otros trabajos nacionales y foráneos, así como documentos y reglamentos arrojó que, en los diagnósticos institucionales al evaluar el Diseño Periodístico, escasean los criterios sobre los efectos en los aspectos donde este repercute, como los relacionados con las transformaciones en la práctica que se producen a partir de la actividad periodística, exigua identificación de los efectos comunicacionales y sociales. En tanto evidencia que el nivel de concientización de la evaluación de los efectos del Diseño, como proceso comunicativo, es débil; concentrándose ésta prácticamente en la evaluación de lo proyectual a partir de los propios criterios del diseñador. Lo que comprueba limitaciones en los fundamentos teóricos conceptuales en cuanto a la evaluación de la calidad de productos de Diseño.

Esto deja ver una arista colateral: la necesidad de profundizar en la preparación del diseñador, entre otros profesionales, por velar, desde una perspectiva comunicacional, las incidencias de la profesión en el marco de las acciones humanas. Detectar, más allá del valor económico, aquellos efectos o repercusiones que la actividad trae consigo y de aquellos factores necesarios para abordar la evaluación de los mismos, en esta tipología de producto editorial, revelando la contradicción que se explicita en esta situación problemática (realidad y necesidad) por lo que se ha formulado el siguiente diseño de investigación:

### **Problema científico**

¿Cómo evaluar el Impacto del Diseño Periodístico del Semanario **Mayabeque**?

### **Objeto**

Proceso de Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico (PEIDP)

### **Campo**

## La Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico del Semanario **Mayabeque** (EIDPSM)

### **Objetivo general**

- Proponer una Metodología de Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico del Semanario **Mayabeque** desde una visión objetiva a partir del contexto sociocultural de la región (realidad científica, sin sobredimensionamiento ni subestimación).

### **Preguntas científicas**

- ¿Cuáles son los referentes teóricos metodológicos que sustentan la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico en el entorno internacional y nacional?
- ¿Cuáles es el estado actual de la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico del Semanario **Mayabeque**?
- ¿Qué elementos estructurales y funcionales son contentivos de una Metodología de Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico del Semanario **Mayabeque**?
- ¿Cómo valorar la pertinencia teórico-práctica de una Metodología de Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico del Semanario **Mayabeque**?

Que se concretan en Tareas redimensionadas de los objetivos específicos, con las cuales se responde a:

- Sistematización de la teoría y metodología de la evaluación de impacto del Diseño Periodístico en el entorno nacional e internacional.
- Caracterización del estado actual de la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico del Semanario **Mayabeque**.
- Elaboración de los elementos estructurales y funcionales de una metodología para la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico del Semanario **Mayabeque**.
- Valoración de la pertinencia de la Metodología de Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico del Semanario **Mayabeque**.

Esta investigación de carácter teórico metodológico, parte de un enfoque general dialéctico materialista, desde las contradicciones, las leyes y categorías, como materialización de la unidad de la teoría y la práctica, a partir de un enfoque sistémico lo cual favorece el desarrollo creativo de las manifestaciones del pensamiento humano accediendo al conocimiento científico mediante el empleo de los siguientes métodos de investigación:

### **Empíricos y teóricos**

Con el empleo de los métodos empíricos se determinaron las características fundamentales y relaciones esenciales del objeto, a partir de recoger información sobre los niveles de manifestación del problema de la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico (EIDP) con énfasis en el Semanario **Mayabeque**. Para ello se realizaron: observaciones, encuestas y entrevistas, que, junto al análisis documental, permitió medir el estado de manifestación empírica del problema.

La observación se empleó en las actividades de la Editora para detectar las relaciones entre los diferentes autores del Proceso de Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico (PEIDP) y determinar su pertinencia. La entrevista se utilizó con los directivos en función de dilucidar las discrepancias que se detectaron en los instrumentos aplicados y su opinión en los modos de integración de la actividad del Diseño en la redacción periodística. La encuesta se utilizó para indagar y conocer información acerca de la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico tanto en funcionarios y diseñadores.

De la misma forma los métodos teóricos permitieron hacer valoraciones tendenciales acerca de la Evaluación de Impacto (EI) desde la óptica del diseño de comunicaciones visuales, en el devenir histórico de su surgimiento en Cuba, así como establecer hitos significativos desde instituciones que marcan los primeros pasos de la evaluación del Diseño. El Histórico-Lógico para la determinación de los antecedentes y tendencias del proceso de Evaluación del Impacto del Diseño Periodístico, así como para comprender los nexos e interrelaciones que han existido en todo su proceso de génesis y desarrollo.

El Análisis Documental se empleó para el estudio de los documentos, informes de diagnósticos evaluativos, trabajos de diplomas, informes de actividades de capacitación, así como los resultados de estas. La Sistematización se utilizará para descubrir u organizar la

lógica interna de los procesos de Evaluación de Impacto y del Diseño Periodístico, delimitando sus interrelaciones, etapas y los principales factores que han intervenido en los mismos. La Modelación para representación de manera abstracta de la estructura y funcionamiento de la Metodología.

Además, se evidenciará la utilización de los Proceso Lógicos de Pensamiento que se estarán usando, a partir del Análisis y Síntesis, Abstracción e Inducción-Deducción, según la Metodologías de las Maestrías en la Educación Superior cubana, elaborados, entre otros, por Ariel Ruíz Aguilera (2000). Finalmente, con el análisis de los especialistas, considerados como expertos en la materia, se valoró teóricamente la Metodología.

### **Matemáticos estadísticos**

Dentro de la estadística descriptiva se han utilizado gráficos, tablas y porcentos de los que se infiere la evolución del diagnóstico del problema inicial y final. Para la búsqueda de información se seleccionaron diferentes muestras a partir del procedimiento de muestreo intencional en correspondencia con los fines de la presente investigación. De la población total, ajustada en 25000 lectores, que se toma según la cantidad de ejemplares impresos en cada edición, se trabajó con una muestra probabilística intencionada de 2 860, para un 11,4%.

La novedad del tema consiste en concebir el PEIDP multidimensional y dinámico orientado desde el saber ser cómo hacia el resto de los saberes, de modo sistémico, integral y contextualizado, logrando la dinamización de sus componentes al promover, desde una realidad polidisciplinar, cambios en el actuar de la evaluación de productos de Diseño Periodístico y en la formación de los diseñadores, al curtirlos en la aprehensión de métodos para transformar de modo más integral, la construcción de mensajes visuales, contribuyendo al desarrollo de su desempeño profesional, social y personal. Se expresa en la posibilidad de estructurar la Evaluación del Impacto del Diseño Periodístico del Semanario Mayabeque, mediante una metodología científicamente argumentada que recoge dimensiones e indicadores que le confieren un valioso nivel de confiabilidad y viabilidad, del cual son escasos los precursores, al menos en el contexto nacional (Sistema Nacional de la Evaluación de la Calidad de Diseño, SNECD, de la ONDI).

La contribución práctica de la propuesta es la elaboración de una metodología con base objetiva, que se materializan en 2 acciones prácticas concretas:

1. Diagnóstico y valoración de la metodología por los especialistas de evaluación de la Oficina Nacional de Diseño.
2. Un taller debate a directivos y especialistas del Semanario **Mayabeque**.

La tesis está estructurada en dos capítulos: en el primero se aborda los referentes teóricos-metodológicos acerca de la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico. Y el segundo capítulo parte del diagnóstico sobre el objeto de investigación para adentrarse en la propuesta de la metodología y su valoración teórico-práctica. Se consuma con las conclusiones, recomendaciones, referentes bibliográficos, bibliografía y anexos.

## **CAPÍTULO I: REFERENTES TEÓRICOS METODOLÓGICOS ACERCA DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTO DEL DISEÑO PERIODÍSTICO**

En este Capítulo se realiza un análisis de las posiciones teóricas que priman en relación al Diseño, con énfasis en el Diseño Editorial, así como su evaluación, distintas formas de modelarla y cómo estos han influido en la Evaluación de Impacto, las bases teóricas sobre las cuales situarse para modelar el proceso de Evaluación de Impacto en el Semanario Mayabeque, así como su estado actual.

### **I.1 DISEÑO DE COMUNICACIÓN VISUAL; ACERCAMIENTO NECESARIO.**

En las páginas del libro **Diseño gráfico para la gente. Comunicación de masa y cambio social**, el profesor Frascara establece claramente un pensamiento:

El rol de las comunicaciones visuales no termina en su producción y distribución, sino en su efecto sobre la gente. La motivación para su creación y el cumplimiento de su propósito se centra en la intención de transformar una realidad existente en una realidad deseada. Esta realidad no está constituida por formas gráficas, sino por personas. (Frascara, 1997)

Al parecer ésta rotunda inclinación se comprende mejor si se hace una correlación de varios de los argumentos que atraviesan la actividad de Diseño de Comunicación Visual para determinar la factibilidad de lograr efectos, respuesta, impacto en los públicos.

De este modo, se identifica la indeterminación existente, "la palabra diseño es empleada para distinguir las más diversas actividades, en una gran pluralidad de contextos y acepciones profesionales de todo tipo". (Conferencias de teoría del Diseño, Maestría en Gestión de Diseño, ISDI, 2017).

Desde la etimología de la palabra, diseñar procede del latín **designare**, palabra ésta que ya tenía múltiples acepciones en su origen: marcar, diseñar, trazar, dibujar, representar, indicar, señalar, nombrar, elegir, designar, ordenar, arreglar, disponer. Además, el vocablo **designa** procedía a su vez del término **signa**, es decir, seña, signo. Se cree entonces que aquí está la esencia inicial del término. Todo diseño es una señal, un signo que busca la interacción con el usuario. Ahí las primeras pistas.

Así lo confirma por su parte el grafista suizo, Zimmermann (1998), que encuentra en la etimología de Diseño el concepto **designio**. Diseño es **designio**, signo con propósito o intención.

Sergio L. Peña, rector del ISDI, distingue entre las diferentes lecturas del Diseño: la acción de diseñar, el resultado proyectual, y las propiedades del objeto diseñado. Y concreta con una definición integradora: "Diseño es una actividad que tiene como objetivo la concepción de los productos, para que estos cumplan eficientemente su finalidad útil y puedan ser producidos garantizando su circulación y consumo" (Peña, 2017).

Entonces, diseñar se percibe como un proceso arduo de hibridación tecnológica y debate entre la emotividad y la racionalidad; en la parte emotiva, se requiere comprender por empatía las satisfacciones y pretensiones de los usuarios en su medio para considerarse en el proceso de Diseño. En esta actividad orientada racionalmente participan la antropología, la hermenéutica, la heurística, la narrativa, la estética, la ergonomía, la semiótica, la semántica, la investigación de mercado, la motivación, entre otras, revalidando así su interdisciplinariedad.

En lo concerniente a lo racional metódico, se actúa a partir de la definición de un problema que consiste en producir un bien material para satisfacer una necesidad o un deseo, ubicado en un contexto problemático, de un sector de población; luego, se efectúa desde su descripción el proceso de Diseño, seccionando el problema en sus requerimientos significativos, para luego analizarlos y sistematizar una propuesta coherente que se realice con la tecnología disponible o posible de generar.

Como parece lógico, la vaguedad del término "Diseño" cala también la idea más completa de Diseño aplicado en el entorno del Grafismo y la Comunicación. Es por ello interesante que el mismo autor, Frascara (2000), evidencie en la actualidad de la práctica, que la precisión no es solo cuestión lingüística, en torno a la definición de Diseño Gráfico:

(...) si bien el término «diseñador gráfico» es la denominación más aceptada para la profesión, el título más apropiado y descriptivo es «diseñador de comunicación visual». Fundamentado esta vez sobre la base de contener un método de trabajo (diseño), su objetivo (comunicación) y su campo de acción (visual).

La polisemia de conceptos va de la mano de su creador, su contexto y las condiciones intencionales de su argumentación. Así, entender el estudio del Diseño irrumpe en la necesidad de este adjetivo para contextualizar su significado, para adquirir un significado preciso. Resulta más fácil encontrar una definición de Diseño Industrial o Diseño Gráfico, ya que se concreta al especificar el área de actividad en la que se desarrolla. El presente estudio se centra en el Diseño de Comunicación Visual como actualidad de la realidad del paradigma del Diseño Gráfico. Arribando desde la interdisciplinariedad de la palabra Diseño, y recordando la existencia de un proceso antepuesto de pensamiento, de reflexión a la hora de concebir un producto.

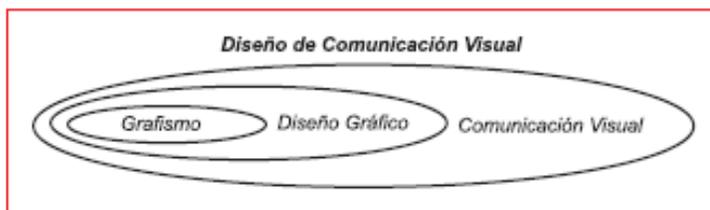


Figura 1: *Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma.* (Costa, 2014).

De ello se entiende que el paradigma comunicacional que discurre a lo largo de esta área de la profesión es cultural, es sociocrítico, es ético, y es además tecnológico, metodológico, integrativo. Es un salto social de pensamiento que ha evolucionado a la par de adelantos tecnológicos. Por ello la «comunicación visual» transgrede a lo «gráfico»; lo atraviesa, lo complementa, lo dimensiona, lo rebasa, al mismo tiempo que lo incluye, lo concibe, lo humaniza y lo clarifica.

Esta “finalidad útil” (Peña, 2017) en torno a la comunicación visual se responde en procurar o propiciar una comunicación eficiente entre remitente y destinatario, entre quien ofrece el mensaje y quien lo recibe, el factor comunicacional como determinante. Como parece obvio, si el acto de diseño de comunicación es en sí mismo parte de un proceso comunicacional, se entiende que las premisas para comprender y lograr toda comunicación efectiva sean aplicadas en el proceso de concebir soluciones de diseño.

Otro elemento de destacada relevancia es que, sí se entiende que para lograr una verdadera comunicación el estudio de la instancia del *feedback* sobre a quién se le dirige el mensaje

aparece como relevante, en paralelo, también lo será valorar la respuesta que se genera en los públicos que interactúan con la solución de diseño.

Este denominador común del diseño inmerso en la esfera comunicacional ya lo entendía desde los inicios Laswell (1948) al describir el propósito de toda acción comunicativa, definiéndola como aquel «(...) acto intencional de una persona de dirigir un mensaje a otra». Por tanto, el diseño en si es parte de ese mensaje intencionado, pensado y elaborado para producir un efecto, una respuesta. En tanto, se comunica un mensaje y se espera una respuesta, en correlación, se diseña con la intención de conseguir o motivar a una acción.

Donde las condiciones en que ocurre el acto de diseño, contexto y la selección de un lenguaje común se evidencian necesarios para propiciar una comunicación eficaz con los usuarios, tal como suscribe el escritor cubano Sergio Andricaín:

El diseño gráfico (...) a manera de medio de comunicación tiene en cuenta al receptor, con sus condiciones fisiológicas, sensoriales culturales e interculturales y establece ciertos códigos visuales para el uso adecuado de los elementos, el mensaje visual se puede dividir en dos partes, una es la información, y la otra es el soporte visual, estos elementos que hacen visible el mensaje. (Andricaín, 2001).

Estas definiciones buscan ponderar la realidad de la labor del diseño de comunicaciones visuales en la necesaria imbricación de los contextos a la hora de confeccionar cualquier mensaje, la importancia en el estudio del público receptor, la concreción de un lenguaje visual que compense los parámetros comunicacionales entre emisor y usuario y por ende la valoración de todo el proceso, incluyendo el análisis de los efectos.

La importancia de incluir los resultados para concebir nuevas propuestas de diseño está en la esencia del propio proceso comunicacional. El proceso de transmisión de información entre los seres orgánicos, la psicología lo expone como Estímulo–Organismo–Respuesta. Todos los seres vivos reaccionan ante la información de manera fisiológica, emocional o mental (consciente o inconsciente), pero hay una diferencia esencial con la comunicación: la intencionalidad. Todo proceso de comunicación es un proceso de transmisión de información, pero no toda transmisión de información es comunicativa, pues la comunicación requiere que en la emisión haya intencionalidad. Aquí el emisor no es una

fuente inconsciente de información como un árbol, una roca, o un objeto, sino un ser que desea comunicarse con otro. Costa (2003), lo muestra así:

La comunicación es un modo de acción. De interacción entre personas, grupos personalizados y colectividades sociales, que forman «comunidades». Las modalidades específicas de estas interacciones son la trama constitutiva de la sociedad actual. La acción de comunicar tiene su raíz primigenia en el hecho de compartir con otros, o de poner en común (...) en realidad deberíamos buscar el sentido del término Comunidad (...) en lo que «hacen en común». Que no es otra cosa que comunicarse, relacionarse, intercambiar información

Como pudiese resumir la *International Council of Graphic Design Associations*, el Diseño de la comunicación "es una actividad intelectual, técnica y creativa involucrada no solamente con la producción de imágenes sino con el análisis, la organización y los métodos de presentación de soluciones visuales a los problemas de comunicación". (ICOGRADA, 2011). Por tanto, en esencia diseñar es resolver un problema comunicacional, de convenio, de un hacer y entender común.

De acuerdo con la doctora García Jiménez (2007) "alcanzar el total entendimiento entre el emisor y el receptor es una cuestión poco probable; con más frecuencia el proceso comunicativo se desarrollará en un umbral de incertidumbre". Para que ese entendimiento, indispensable para la comunicación, se lleve a cabo, según Romano (1993) serán necesarias dos condiciones: la existencia de una realidad compartida por emisor y receptor y sobre la que se desarrollará la comunicación, y la existencia de un sistema de signos también compartido, mediante el cual podrán entenderse.

De la significación es pertinente registrar, que se puede acoplar de manera perpendicular a los procesos de información y comunicación. Haya o no intencionalidad de transmitir información, la significación es la función comprensiva que realiza un receptor sobre toda experiencia, porque la valora como representativa y reveladora de «algo más». Es vital en el proceso de inteligibilidad del ser humano y es la que permite la culturización, porque congrega las vivencias y las acopla en procesos de conceptualización.

Por tanto, para el Diseño se destaca la proyección como ese primer eje, por ende, de la Comunicación Visual. El gran énfasis que se debe hacer en el desarrollo previo a una configuración, tiene como propósito brindar mayores garantías en un resultado final que cumpla adecuadamente con las necesidades del remitente: alto impacto estético en el destinatario, adecuada comprensión del mensaje y una acción consecuente. Debido a la gran relevancia que tiene el proceso proyectual en un diseño, la semiótica es de gran utilidad metodológica en la indagación y el desarrollo requerido.

El segundo eje conceptual del Diseño es la función relacional del proceso con el resultado, o la coherencia entre medios y fines. Si el primer gran eje del Diseño de Comunicación Visual —que define su carácter con contundencia— es la planeación, lo proyectual, lo previsorio y las funciones de anticipación, el segundo es, como efecto, el puente teórico-práctico hacia la materialización de la solución visual.

Diseñar es una pregunta justamente manifestada con una respuesta consecutiva. Es la determinación de objetivos claros de comunicación visual y resultados ponderados. Parga (2004), lo ha retenido así: «Diseño es el dominio en donde se estructuran las relaciones entre usuario y artefacto para posibilitar acciones eficientes en un contexto determinado». Al parecer con base en las consideraciones empleadas por Bonsiepe (1993) en su libro «Las siete columnas del Diseño» y definitivamente muy cercana a la que se ha planteado el Departamento de Diseño de la Universidad del Valle (2000): «El estudio y la creación de interacciones significativas entre sujetos, objetos e información visual, en unas condiciones ambientales particulares».

Estas dos definiciones destacan en mayor medida el carácter relacional e interactivo de la disciplina. La primera relación, como se menciona, es la del proceso con el resultado, y a partir de allí surgen todo un entretejido de relaciones funcionales entre el vértice del remitente y el del usuario o destinatario.

Tanto el receptor como el destinatario son “usuarios” de un objeto portador de mensajes o un producto. La triada del Diseño está constituida por el sujeto, el objeto y la información visual, representando tres mundos unidos por la acción. Ahora, lo que logra articular las funciones estético-prácticas del diseño (impacto, usabilidad y comunicación) con el

receptor, es el criterio de efectividad (eficiencia + eficacia) y, por supuesto, el contexto o “las condiciones ambientales particulares” de uso.

Se enfatiza en lo que Bonsiepe (1993) acuñara como “acciones eficientes” y el Departamento de Diseño de la Universidad del Valle “interacciones significativas”. Nuevamente la consideración semiótica. La significación de la experiencia, en este caso, es implícitamente una máxima; es lo vinculado de la cultura de uso y la relevancia social que pueda tener el objeto-mensaje. Un gran impacto positivo que genere una experiencia lúdica, que se adecúe en forma eficiente a sus verdaderas necesidades y finalmente, que la comunicación permita una acción consecuente o motive un cambio actitudinal oportuno.

Las especialidades de la comunicación visual intervienen en la interacción social según los objetivos requeridos de información, identificación y persuasión del remitente. En una síntesis del contenido comunicativo del Diseño se detecta:

- La información, implica valores funcionales (entender para poder hacer).
- La identificación, valores neutrales (desarrollar la identidad y proyectarla para ser reconocido; racional-funcional y para ser recordado; racional-emocional).
- La persuasión, valores emocionales (impactar emocionalmente para atraer).

Si se observan todos los campos del diseño de comunicación visual, esta terna funcional es perfecta para comprender los niveles de comunicación que se manejan en todos los casos sin darle un orden jerárquico a ninguno sino viendo su real interdependencia y conexión.

En el gran componente de la información podríamos ubicar casi todo desarrollo gráfico. Todos los medios impresos, digitales o electrónicos contienen información, pero se refiere más concretamente a la información funcional, es decir la explicación del funcionamiento de un artefacto, un servicio, un proceso, un lugar o el esclarecimiento de un suceso. El diseño de información se especializa en transformar contenidos informativos rígidos y complicados en flexibles y sencillos, para su fácil comprensión.

El segundo componente es el de identificación o identidad. Implica valores neutros porque debe ser pregnante, pero no funcional. Se basa en uno de los principios básicos de percepción: el reconocimiento. La identidad es un concepto que necesariamente aparece

asociado con la imagen. Chaves (2005), coincide que la identidad es lo que define a alguien; son las características tangibles e intangibles que lo diferencian y designan (función sígnica). La imagen es la proyección de esa identidad. La identidad es interna, la imagen es externa. Identidad e imagen deben ser visibles y recordadas por las personas para que no se generen confusiones a través de la marca. No es funcional porque no explica cómo hacer o utilizar algo; es decir no es un recurso demostrativo sino mostrativo. La identidad visual expone visualmente características materiales e inmateriales de una manera objetiva. Cumple una función simbólica que depende de un aprendizaje (arbitrariedad) basado en las características denotativas y connotativas del signo visual. Es la relación coherente entre la percepción y la comprensión de los rasgos identificadores del sistema de signos que la constituyen.

Por último, el elemento persuasivo, que involucra la emotividad, es uno de los más enrevesados, atractivos y controvertibles. El Diseño es proyección, anticipación, proceso, pero ante todo es efecto. Así como la comunicación es considerada plena cuando existe retroalimentación (cualidad que realmente la define), el Diseño debe procurar el efecto esperado por el autor. Si es un producto, se espera que sea deseable, fácil de usar, eficiente y eficaz. Si es información, el efecto que se busca es que dicha información sea comprendida.

## **I.2 DISEÑO DE INFORMACIÓN, DISEÑO EDITORIAL Y DISEÑO PERIODÍSTICO**

La comunicación masiva tiene lugar a través de la institución de los medios, la cual comprende un conjunto inconfundible de actividades (enviar y recibir mensajes) que llevan a cabo personas que desempeñan roles específicos, de acuerdo a normas y leyes determinadas, códigos y usos profesionales, expectativas de audiencia.

El diseño editorial es una especialidad del Diseño de Comunicación Visual. Se entiende como aquella área del diseño de información centrada en la elaboración de libros, catálogos, revistas y, en general, publicaciones impresas. Comprende una serie de pasos previos a las labores propias de impresión y encuadernación, y que son: estudio del público al que va dirigida la publicación, elaboración de presupuestos para que la comercialización de dicho producto se ajuste a los requisitos de la editorial o institución que desea publicar dicho producto, diseño de todas las partes del libro, especificando materiales, número de páginas,

tipografías, maquetas de los diferentes tipos de páginas de la publicación, número aproximado de espacios tipográficos, estilo de documentación, gráficas (ilustraciones, fotografías, cartografía, datos estadísticos, entre otros) e imagen genérica de cubiertas, lomos, contracubiertas, portadas, portadillas y sobrecubiertas que podría presentar la publicación.

Estos procesos se realizan tanto para el diseño de libros como para el diseño de publicaciones periódicas (diarios, revistas, semanarios, y otros). Los mismos conceptos suelen utilizarse también para la confección de catálogos, trípticos o cualquier otro tipo de publicación impresa.

En interesante acercamiento Zapatero (2005) describe que: “Una publicación editorial, puede entretener, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar una combinación de todas estas acciones”, referenciando los múltiples acercamientos que puede lograr una publicación editorial, por ende, las múltiples miradas para su completa comprensión deben y pueden ser diversas.

La diferencia entre diseño editorial y diseño periodístico es de matiz. Cuando se habla de Diseño Periodístico, se refiere al Diseño de Comunicación Visual aplicado a la elaboración de publicaciones periódicas, con independencia de su contenido. Se puede hablar, por tanto, de diarios y revistas, pero también de boletines o catálogos de productos (híbridos entre el Diseño Publicitario y el Diseño Periodístico).

Al mismo tiempo, plantea una evolución histórica del problema donde se enlazan sucesos tecnológicos, géneros periodísticos e intereses de los medios. Y se aborda, de paso, un dilema terminológico que presentan los angloparlantes y los de habla hispana de entender la producción periodística.

Así, la hipótesis que se propone es que el diseño periodístico —o diseño de la información periodística— se sitúa en un nivel preferente al de los soportes a los que pueda remitirse y demuestra ser una estrategia de comunicación que se aprovecha de la simbiosis de puesta en página, tipografía, fotografía, color, etc., para convertirse en lenguaje y, como tal, comunicar de la mejor manera posible.

Cada vez se hace más complicado otorgar una definición a lo que es el diseño periodístico o el diseño de la información periodística. Se configura como una disciplina integradora que se sirve de muchas otras especialidades —tipografía, maquetación, fotografía, infografía, ilustración y narración— y aprovecha los principios de algunas ciencias —psicología de la percepción, colorimetría, óptica, etc.— para generar, por un lado, soportes e interfaces intuitivos y fáciles de usar y, por otro, que los mensajes alcancen al usuario final con un máximo de efectividad, lo cual implica criterios estéticos, económicos, sociales y, sobre todo, criterios valorativos de jerarquía de la información.

Cuando se refiere al término Diseño Periodístico se está absorbiendo las definiciones de autores como Morison (1932), Allen (1936), McMurtrie (1940), Jackson (1942) y Tarr (1945) quienes recurren a la idea de *newspaper design* (diseño de periódicos). Muñoz-Becares (2006), formula una evolución del término diseño en la producción de periódicos al hilo de autores de habla inglesa. De cualquier forma, en el siglo XXI, el término diseño periodístico (*journalistic design*), al contrario de lo que sucede entre los autores de habla hispana, es inusual en obras de autores norteamericanos relacionadas con la estructura de las informaciones. Pero tampoco es raro encontrarlo.

Juntamente, en la literatura en español, comienza a considerarse la idea del diseño de lo periodístico como objeto de estudio al margen del soporte y se rompen los esquemas que aludían a lo impreso. Martín-Aguado (1987, 1992), Canga (1994), Zorrilla (1997), Lallana (2000), Contreras y San Nicolás (2001) y Suárez (2008) siguen por momentos vinculados del diseño de diarios, pero conciben que sus axiomas sobre diseño periodístico no pueden aferrarse a tecnologías superadas.

González-Díez y Pérez-Cuadrado (2001) definen al respecto que el “Diseño periodístico es la interpretación formal del mensaje informativo (no el publicitario, no el propagandístico) bajo criterios funcionales (o sea, de utilidad) de legibilidad, proporción, periodicidad, estilo y economía del medio donde se desarrolle”.

Una “interpretación” en la que intervienen diferentes especialistas en comunicación y que a pesar de la aparente idea proyectada de afectación al “cómo” de la información (aún lo preservan ciertos autores), tiene franca correspondencia con el contenido (el “qué” de la

información y, muchas veces, con el “por qué”). Como el texto, como las imágenes, el diseño periodístico es información y también “la actitud del medio ante la noticia” (Martínez, 2008).

Se debe tener cuidado en confundir diseño de información con diseño periodístico o diseño de la información periodística. Uno y otro abordan un doble aspecto: se centran estrechamente en la propia información, pero contemplan aspectos del diseño de objetos y productos, lo que es la interfaz física del medio: papel y formato si es un medio impreso; luminosidad o resolución de la pantalla si lo es en línea. Tratan de conseguir el mejor resultado del contenido (con decisiones sobre tipografía, imágenes, etc.) sobre soportes que ahora son cada vez más diversos.

Pero responden a preguntas diferentes. Primero, porque no toda la información puede considerarse en el ámbito de lo periodístico y, del mismo modo, no cumplen con el interés general y la noticiabilidad requerida. Segundo, porque el diseño de la información se puede aplicar a una única obra (un libro, un mapa, una infografía), razón divergente a los criterios de repetitividad que demandan los medios de comunicación, donde la periodicidad es factor fundamental. Tercero, porque el concepto más abierto de diseño de la información en general podría conducirnos a disciplinas cuyo concepto, aun empleando criterios, herramientas y principios transversales y de uso común, quedan relativamente apartados del diseño periodístico: como el diseño de señalización, el diseño publicitario, el diseño de identidad visual, entre otros.

El diseño periodístico, como se nota, también es hacerse preguntas que ayuden a estructurar una historia, a confirmarla, a ampliarla, a cocinarla, y que resulte apetitosa al lector. La narrativa del papel es diferente de la de los medios digitales, pero no hay dilema, el diseño periodístico está ahí para resolver problemas de comunicación y el periodista lo utilizará en función del mensaje que quiera transmitir, mientras que el lector tendrá más opciones y podrá acudir a uno u otro medio en función de sus propios intereses. Ampliar y no limitar (Encajabaja, Prensa y diseño, 2017).

Pretendiendo una deducción ingenua de la idea de Costa (2014) sobre el diseño gráfico, podríamos, entonces, escribir que es por el hecho de ser “periodístico” (más que por ser diseño) y por ser “comunicación” (más que por ser visual) lo que hace del diseño periodístico

un lenguaje específico de transmisión de información. Y él es, por eso mismo, un “hecho sociocultural”.

Así lo vieron oportunamente quienes en 1979 establecieron la Sociedad de Diseñadores de Periódicos (*Society of Newspaper Designers*) que no tardaron en cambiar su denominación (1981) a *Society of Newspaper Design* (Sociedad de Diseño de Periódicos) y acabaron nombrándose en 1997 como *Society for News Design* (Sociedad para el Diseño de Noticias) que es como se la conoce hoy.

No obstante, Zorrilla (1997) recaba en el núcleo de los actuales problemas profesionales. “Hasta el momento se ha logrado «diseñar periódicos», pero ahora se trata de conseguir «diseñar la información»”. Con esta visión, este autor defiende el Diseño periodístico como parte esencial y congénita de la tarea periodística y aboga por un miramiento profesional de la figura del diseñador en las redacciones de periódicos.

Redundar hoy más que nunca en la idea de equipo y valer que, para realizar un buen diseño periodístico, es insuficiente buenos diseñadores, sino redactores capaces de pensar gráficamente, grafistas capaces de sugerir títulos, fotógrafos que disparen la cámara pensando la puesta en página, en definitiva, periodistas que trabajen en equipo indistintamente de su especialización.

El diseño de la información periodística debe aplicarse para todo el conjunto de la información y también para los clientes del medio. Y se deja constancia del plan establecido en un libro de estilo del propio medio, un documento que marca las soluciones de diseño adoptadas para cada planteamiento informativo diferenciado. De forma que, aunque el lector no conozca el esquema establecido, acabe acostumbrándose a él y sepa, en todo momento, qué género periodístico está leyendo, en qué parte de la publicación se encuentra y se sienta como en casa.

En la persuasión, la retórica visual es un recurso sumamente valioso. La retórica visual ayuda a contar historias más impactantes para el receptor, tanto racional como emocionalmente. Es obvio que su carácter persuasivo facilita mucho más la construcción de una historia más “completa”, pero en el Diseño Periodístico también es factible contar algo. La función del

diseñador es un desafío permanente a persuadir. Persuadir al destinatario, aquel a quien el remitente ha puesto en la mira para activarlo motivacionalmente.

Pero, ¿cómo actúa el Diseño Periodístico en la apropiación de la información? ¿Tiene el mismo impacto la noticia de portada o primera página que la de páginas interiores? ¿Aumenta o disminuye el interés del lector en función del tamaño de los titulares de una noticia? ¿Reciben mayor impacto las noticias con fotografías que las que no las tienen? Si un editorial que aparece en páginas interiores normalmente, apareciera en la primera página, ¿inmediatamente se interpreta por el lector como muy importante?

Se han llegado a desarrollar teorías acerca del papel del Diseño en el campo de la prensa escrita. Edmund C. Arnold, defiende que el Diseño Periodístico es un elemento más del proceso de Comunicación y afirma “tenemos a pensar que una vez que un hecho ha sido cubierto, escrito, editado, fotocompuesto e impreso ya hemos cumplido nuestro cometido” (Arnold, 1984, citado por Zorrilla, 1997). Lo que viene a decir que no hay comunicación cuando una persona habla o escribe. La comunicación sólo se produce cuando la palabra hablada es oída, la escrita leída y ambas son comprendidas.

En los diferentes compendios de Diseño Periodístico Canga (1994), Armentia (1994, 2003), Lallana (2000), Zorrilla (2002), Buen Unna (2008) lo que realmente caracteriza al diseño periodístico son sus objetivos:

- Garantizar la legibilidad y lecturabilidad de los textos
- Organizar los contenidos de forma clara, jerarquizarlos según su importancia en los casos que proceda y lograr composiciones armónicas y equilibradas
- Facilitar el acceso a los contenidos, proporcionar estándares visuales que permitan al lector generar hábitos de lectura, basados en un estilo reconocible y coherente con el que el lector logre identificarse.

El Diseño Periodístico, por tanto, no sólo distribuye formalmente las informaciones sobre una página, sino que sirve para jerarquizarla, colocarla según el orden de importancia y dejar constancia de cuáles son las prioridades de la redacción a la hora de valorar una determinada noticia.

En el siglo XXI el Diseño Periodístico ha revolucionado a la prensa y la ha dotado de un atractivo que ha fidelizado a los lectores y llamado la atención de otros. No es menos cierto el valor del Diseño Periodístico dentro del proceso de comunicación ayuda a que los contenidos se lean mejor, a que el lector pueda sumergirse en la realidad de manera más transparente. Ese es el verdadero valor del Diseño. El diseño necesita el contenido para cumplir su función y el contenido necesita el diseño para llegar en las mejores condiciones al lector. Pero el Diseño Periodístico está al servicio de la comunicación y ésta al servicio de la sociedad.

El Diseño, por ende, se realiza con objetivos. Busca algo, pretende algo. No se diseña por casualidad. Pero, además, eso que busca lo hace con una estética que debe estar en sintonía con cada época. Así, el Diseño Periodístico se basa en la prevención, en la planificación, no puede existir sólo con noticias, sino que expresa la actitud que se adopta ante ellas. "El diseño de un periódico no sólo cumple una función articuladora, mediadora, racionalizadora, sino que también aporta un lenguaje y una cultura que contribuyen de forma creativa y necesaria a la transformación de actitudes, valores, métodos y práctica de las organizaciones". (Gade, 2002)

De eso se trata en este estudio del arte, se tiene que pensar y actuar en correspondencia con el cambio que se quiere lograr y para ello hay que involucrarse en una evaluación de impacto.

### **I.3. LA EVALUACIÓN. EVALUACIÓN DE IMPACTO**

La conceptualización del proceso de evaluación es tan diversa como autores estudiosos del tema se encuentra en la literatura. Según Conner, Altman y Jackson (1984) la infancia de la evaluación se sitúa en torno a los años sesenta y su adolescencia sobre los ochenta, caminando en la actualidad hacia su adultez.

Todas las definiciones son la expresión de un contexto, de una filosofía, de un modelo de pensar y de entender la realidad y práctica evaluativa. Las ciencias de la psicología y la educación han sido fundamentales para determinar su objeto y características.

"Si se asumen las múltiples interpretaciones dadas al término evaluación, se caería en una especie de tela de araña conceptual, primera aproximación a la polisemia de este, donde

queda claro, que el mismo no tiene identidad disciplinaria" (Polón de Maté, M del C., 1998). De ahí su empleo en campos disímiles, cuyo origen se enmarca en procesos sociales e históricos particulares.

Durante décadas, la idea predominante era "evaluar es medir", dándole peso únicamente a las dimensiones e indicadores cuantitativos. Así, el significado de "evaluación" parece estar asociado a operaciones como apreciar, estimar o relacionadas con la medición, o sea, con la expresión de una cantidad precisa, cifrada, es decir, en el primero de los casos se involucra la evaluación con la emisión de un juicio valorativo, cualitativo sobre una realidad, en el segundo caso, se relaciona con la expresión de una medida cuantificada.

En la marea conceptual se presentan autores como Cronbach (1963), Scriven (1967), Artiles Armada y Álvarez Valdivia (1999), todos ellos destacan la relación de la evaluación con el control, la medición y calificación, que permiten ofrecer juicios de valor, por supuesto, desde el establecimiento de parámetros y/o requisitos que objetivicen el criterio de valor.

Se le suman autores como Klingberg (1978), Labarrere (1988), Villarroel (1998), Castro (1999) que coinciden en establecer una relación dinámica entre el significado de evaluación y sus funciones, donde parecen repetirse funciones como las de control, diagnóstico, comprobación, retroalimentación, educativa, formativa, pedagógica, entre otras.

"La evaluación permitirá consecuentemente reorientar el trabajo y decidir si es necesario volver a trabajar sobre los mismos objetivos o si ellos parcialmente conducen a la eficacia, si es necesario enfatizar en algunos de estos objetivos, si la dinámica de la trayectoria que se siguió fue adecuada o no" (Moreno, 2005). Así la ubica consecuentemente ésta autora, en su utilidad práctica.

Las tendencias más actuales intentan integrar posiciones anteriores, planteándose que la evaluación debe ser holística, o sea, tomar en consideración todos los componentes: contextos, insumos, procesos, resultados: Baker (2000); Escudero (2003); Lukas y Santiago (2009); Torres (2006); Añorga (1997, 2012), Borges (2014). Todas ellas focalizan indistintamente diferentes aspectos que pasan por el reconocimiento de la evaluación con un enfoque integral, como un proceso sistemático con carácter informativo, transparente,

para la emisión de juicios de valor, la mejora de la calidad del proceso, así como para posibilitar la toma de decisiones en un contexto determinado.

Aunque desde el campo educativo, la doctora Añorga bien compone los elementos que la identifican al definir la evaluación como un «proceso sistemático, integral, implicado, dirigido a perfeccionar el objeto evaluable por medio de la toma de decisiones, a partir de las informaciones recogidas, interpretadas y valoradas que hacen posibles reajustar, modificar y reformular todo el proceso». Añorga (2012). Este denominador común el cual sistematiza y enfatiza la autora, señala con total vitalidad la validez real de la evaluación cuando ofrece parámetros para evaluar un objeto, pero además poner en mejor terreno los criterios para una futura mejora o reestructuración.

Por su parte, el término Evaluación de Impacto (EI) ha sido utilizado, mayormente, para evaluaciones donde predominan enfoques ecologistas, es reciente respecto a otros tipos de evaluación. Es más frecuente encontrarla asociada a programas ambientales.

La misma comienza a realizarse con este propósito a finales de la década de los años 1960 en los países desarrollados, como un proceso de análisis y prevención de impactos ambientales, ante la presión de grupos ambientalistas y de la población en general. Más tarde, se incorpora la evaluación del impacto social de los proyectos como un concepto más amplio, que incluía no sólo el medio ambiente sino, también a la comunidad. Actualmente, el concepto de impacto social incluye no sólo los resultados previstos sino, también, aquellos que no se previeron. Igualmente, contempla los efectos, tanto positivos como negativos que se pudieran presentar luego de la implementación de un determinado programa o proyecto en un grupo social o una comunidad.

El término impacto, de acuerdo con el Diccionario de uso del español, proviene de la voz "*impactus*", del latín tardío y significa, en su tercera acepción, "impresión o efecto muy intensos dejados en alguien o en algo por cualquier acción o suceso". (Moliner, 1988), citado por Tejeda (2011).

La Evaluación de Impacto es un tipo particular de evaluación. "Trata de determinar si hubo cambios, la magnitud que tuvieron, a qué segmentos de la población objetivo afectaron, en qué medida y qué contribución realizaron los distintos componentes del proyecto al logro

de sus objetivos". (Cohen y Franco, 1992). Es la "medición de los cambios en el bienestar de los individuos, que pueden ser atribuidos a un programa o una política específica". (Gertler, P.; Martínez, S.; Premand, P.; Rawlings, L.; Vermeersch, Ch., 2011)

El Comité de Asistencia para el Desarrollo (CAD) de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), define los impactos como "(...) efectos de largo plazo positivos y negativos, primarios y secundarios, producidos directa o indirectamente por una intervención (...), intencionalmente o no", (CAD-OCDE, 2002). Mientras que para Crissien y Rodríguez (2014) son "(...) efectos sobre una población amplia".

Como se aprecia, el término es usado con bastante frecuencia asociado a disímiles cuestiones de la vida social, económica, política y ambiental de la sociedad, en cada una de estas aristas ha tenido significados muy similares, algunas como expresión del efecto de una acción determinada y otras como cambios o transformaciones generadas en las personas, organizaciones, procesos o productos. Para entender este término desde el punto de vista de su evaluación hay que partir de las posiciones sobre evaluación y su contextualización en las distintas áreas de la vida.

Autores como Pineda (2000), Couturejuzón (2004), Bonilla (2007), Berner (2009), Pérez-Brito (2013), Vanclay (2015) y Martínez, Godoy & Varela (2016) consideran al impacto como un cambio en los resultados. En este caso se refieren a la eficiencia, efectividad, eficacia que se logra con el desarrollo de una acción. Los resultados pueden tener que ver con la economía, rentabilidad, transferencia al puesto de trabajo, competencia adquirida y toma de decisiones.

En varios modelos los contenidos de la evaluación no podrán ser estáticos y prefijados, sino que se plantearán de forma abierta y flexible. En esta clasificación, pueden ser considerados gran parte de los modelos de evaluación utilizados en Cuba para la acreditación de los programas de maestría y las carreras de la Educación Superior. (Ver anexo 1)

Es importante registrar que sin conocer si hubo cambios y cuál fue la magnitud de ellos, es imposible saber si las acciones realizadas produjeron o no un impacto.

La otra posición identificada con relación al impacto, es la que lo considera como un efecto. Se refiere a la consecuencia lógica o respuesta a una acción, lo que se deriva de una causa o el fin por el que se hace algo. Se engloban los efectos negativos y positivos, previstos o no, esperados o inesperados, deseados o no, directos o indirectos, cualitativos y cuantitativos, efectos netos, perdurables en el tiempo, intensos, múltiples.

La consideración del impacto como un efecto producido por una acción, por lo general, está presente en los modelos subjetivistas, de transición, sociocríticos e integrales. Desde esta perspectiva Apodaca (1999) la ve como "efectos producidos por un programa", y reconoce que: "(...) no todos los cambios (...) son debidos a la propia intervención".

Alrededor de estos criterios se han establecido algunas consideraciones que son de gran valor para esta investigación. Este es el caso de Bello (2009) que plantea que:

(...) establecer impacto es esencialmente establecer causalidad. (...) El rol del investigador es identificar con precisión estas hipótesis e indagar sobre la existencia de las relaciones causa-efecto, así el hecho de introducir el concepto de impacto como (...) efectos a mediano y largo plazo (...) y considerar que (...) estos efectos pueden ser deseados (planificados) o no deseados.

Por tanto, independientemente de la consideración del impacto como efecto o como cambio, se coincide con Aedo (2005), Bello (2009) y Berner (2009) en que para entenderlo hay que asociarlo con la intensidad de las diferencias (positivas o negativas, previstos o no previstos, esperados o inesperados, deseados o no deseados, directos o indirectos, cualitativos y cuantitativos) de los resultados generados por acciones cuyos efectos se aprecian en la transformación de las nuevas cualidades del proceso sobre el cual se ha incidido.

Sobre la EI se dignifica la posición de Añorga (2000) cuando plantea que esta debe tener un enfoque integral, es por ello que esta autora la define como:

El proceso que mide el grado de trascendencia que tiene la implicación del objeto evaluable en el entorno socio-económico concreto, con el fin de valorar su efecto sobre los objetos aplicados y asegurar la selección mejorada de nuevos objetos de evaluación. Se necesita evaluar el proceso íntegro, global, evaluando no solo los

objetivos, sino también el «contexto», «resultado», «producto», hasta llegar al impacto.

Esta posición de considerar al impacto como “efectos producidos”, “positivos o negativos”, “previstos o no”, “atribuidos al programa” y como “relación causa-efecto”, también es compartida por Billorou (2011), Pacheco y Vargas (2011); Rogers (2012); Álvarez (2013); Fernández, Peláez y Figueredo (2014).

Los estudios de diferentes modelos de evaluación de impacto de programas educativos, precisa que dentro de los elementos que los distinguen se identifiquen los siguientes factores aplicables a esta investigación:

- Responden a las características de un contexto histórico y proyecto político profesional concreto.
- Todos poseen como sustentos enfoques filosóficos, sociológicos, psicológicos y pedagógicos y de la Educación Avanzada.
- Se estructuran a partir de los elementos básicos de los modelos tradicionales de evaluación: unidad de evaluación, finalidad, toma de decisión, contenido y proceso metodológico.
- Parten del supuesto de que toda evaluación de impacto tiene en consideración la valoración de los efectos esperados o no, positivos o no, directos o indirectos.
- Persiguen como fin la trascendencia que tiene el programa educativo en el estudiante y su mejoramiento.
- En ellos, se incluyen variables, dimensiones e indicadores que se relacionan con el hombre: su vida y educación
- Los objetos de evaluación forman parte del proceso pedagógico: programas, desarrollo de habilidades, competencias y preparación de los participantes.

En esta investigación se sigue el modelo dialéctico–materialista que contextualiza Añorga en el 2001 desde la teoría de la Educación Avanzada; la cual retoma los elementos positivos

de varios de los modelos antes analizados, pero con la peculiaridad de colocar al ser humano en el centro del proceso evaluativo.

En ellos se destaca el rol fundamental que juega el evaluador en la dinamización de la propia intervención. El ritmo del programa estará condicionado por las circunstancias sociales, vivenciales, políticas e históricas de los participantes, el proceso evaluativo será ágil en la medida que los participantes lleguen a consensos y posiciones conjuntas de acción.

El Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES) publicó un trabajo en el 2005, cuyo autor presenta un manual para la evaluación de impacto de proyectos y programas de lucha contra la pobreza, en él afirma "que la evaluación de impacto comprueba hasta qué punto han sido alcanzados los objetivos propuestos en la intervención e implica mejorar su ejecución para futuras intervenciones". Navarro, (2005).

En el caso cubano, la medición de impacto es una acción sostenida en la necesidad de conocer si las inversiones que se hacen en las distintas esferas regresan a la sociedad convertidas en valores, tanto económicos como sociales. El lineamiento 137 del VI Congreso del Partido Comunista de Cuba enfatiza en la medición de impacto de los resultados científicos.

Sin embargo, en la mayoría de los modelos y metodologías abordadas en tesis de maestrías, doctorados y proyectos de Diseño Periodístico en el plano nacional, se es evidente que los investigadores de manera intencionada eluden el aspecto de impacto.

Bajo la denominación de Evaluación de Impacto se está entendiendo el proceso evaluatorio orientado a medir los resultados de las intervenciones, en cantidad, calidad y extensión según las reglas preestablecidas. La medida de los resultados, característica principal de la evaluación de impacto, permite comparar el grado de realización alcanzado con el grado de realización deseado.

Se compara, de esta forma, la planeación con el resultado de la ejecución. La evaluación de impacto abarca todos los efectos secundarios a la planeación y a la ejecución: específicos y globales; buscados (según los objetivos) o no; positivos, negativos o neutros; directos o

indirectos (la puesta en marcha del programa puede generar por sí misma efectos sobre los directamente involucrados, hasta la sociedad toda).

Actualmente, la evaluación de impacto es valorada como un proceso amplio y global, en el que al abordaje cuantitativo se agregan técnicas cualitativas.

La evaluación de impacto, al medir los resultados permite: registrar y analizar todas las experiencias (positivas y negativas), mediante la comparación en el grupo control, sistematizándolas; evaluar el contexto socioeconómico y político en que se da la experiencia; identificar los actores involucrados y su peso específico en los resultados; estudiar la articulación interinstitucional y público-privado; ofrecer estudios de costo-beneficio; concertar aportes de los técnicos en gestión, mediante la difusión de la información proveniente de la evaluación y su posterior discusión entre todos los responsables de la gestión; informar de forma clara y objetiva a los responsables de la toma de decisiones sobre la marcha de los programas; esta retroalimentación promueve el reforzamiento institucional.

En síntesis, la evaluación de impacto trata de establecer cuáles son los posibles efectos-consecuencias del objeto evaluable en una población amplia (comunidad, país, organizaciones, personas asociadas al usuario, entre otros) y no sólo a los inmediatos propuestos y previstos, sino todo el espectro de consecuencias que resultan de la aplicación del objeto evaluable.

Al considerar la evaluación de cualquier proyecto, programa o política es necesario abordar ciertos conceptos clave tales como: el momento en que la evaluación se lleva a cabo; las preguntas que se espera que la evaluación responda y los criterios y dimensiones que orientan la evaluación.

En la evaluación de impacto es necesario destacar: la relación de causalidad: se trata de conocer los cambios que se producen tras un programa o política específica —a nivel social, de la empresa o en los participantes de las mismas— e identificar en qué medida estos cambios (efectos) son atribuibles al programa (causa); la variedad de impactos que puede tener una intervención: económicos, técnicos, socio-culturales, pueden ser previstos

(definidos en los objetivos de la actuación a evaluar) o no previstos; los distintos impactos en las personas, las empresas y en la sociedad.



Figura 2. Niveles de Impacto Fuente: Elaboración propia, Díaz (2018)

La evaluación de impacto se basa en el contraste entre la situación de partida y lo que ocurre una vez que el proceso ha tenido lugar. Ese contraste busca revelar los cambios que se pueden atribuir a la intervención que se evalúa.

Para la realización de este trabajo el autor ha seguido la concepción y los presupuestos teóricos de la Educación Avanzada presentada en el Modelo de Evaluación de Impacto, elaborado por la Dra.C. Julia Añorga y un equipo de profesores de la Universidad de Ciencias Pedagógicas “Enrique José Varona” y que fue aprobado por el Grupo de Expertos del Instituto Central de Ciencias Pedagógicas de Cuba en el 2001, por considerarla integradora, cualitativamente superior respecto a otros enfoques evaluativos y aplicable a la esfera del Diseño. En él se plantea:

Cuando nos referimos al impacto social de un objeto inserto dentro de la esfera de la educación, lo vemos como el efecto múltiple sobre el entorno social, mediato de un proceso, un conjunto de procesos docentes educativos o de determinadas políticas educacionales, territoriales, sectoriales o ramales (Añorga, 2001).

La evaluación de impacto se define, finalmente, como proceso y resultado que conduce a determinar la trascendencia de una influencia dada, en un entorno socioeconómico concreto, con el fin de valorar su efecto, asegurar su perfeccionamiento y determinar nuevos objetos de evaluación. Toda evaluación de impacto debe proponer variables que reflejen en

mayor medida la repercusión económico-social de la inserción en la práctica del objeto, así como la coordinación del efecto recíproco entre la esfera económica y la esfera social.

#### **I.4 LA EVALUACIÓN EN DISEÑO. CALIDAD**

La calidad es un concepto inherente a la misma esencia del ser humano. Desde los mismos orígenes del hombre, éste ha comprendido que el hacer las cosas bien y de la mejor forma posible le proporciona una ventaja competitiva sobre sus congéneres y sobre el entorno con el cual interactúa.

Por tanto, es una categoría social e históricamente expresa, cuya noción obedece a manifestaciones concretas de los distintos modos de formación económica social en el cual se incluye; expresa a las demandas de los sistemas sociales y el orden que ocupa en el modo de producción de dichas sociedades.

El término calidad deriva de la palabra latina *qualitas*, que indica cualidad, manera de ser (Centeno, 2005); su significado en castellano es propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie (Diccionario de la Lengua Española, 2005). Entendiéndose que la calidad es una herramienta básica para una propiedad característica de cualquier cosa que permite que la misma sea comparada con cualquier otra de su misma condición. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.

Hacer las cosas bien en Diseño es hablar de calidad, por ello el concepto de calidad ha estado tradicionalmente relacionado con la calidad del producto (se identifica ahora como aplicable a toda la actividad empresarial y a todo tipo de organización), de acuerdo con Moreno (2001) se encuentra en cuatro categorías fundamentales: calidad como conformidad, es decir conformidad con las especificaciones definidas en función a los requerimientos de los clientes; calidad como satisfacción de las expectativas del cliente; calidad como valor con relación al precio y calidad como excelencia, aplica en aquellos productos o servicios que reúnen los máximos estándares de calidad en sus diferentes características. Un producto o un servicio es de calidad excelente cuando se aplica en su realización los mejores componentes, la mejor gestión y realización de los procesos.

Las definiciones de esta categoría han sufrido un proceso evolutivo que recorre, desde aspectos cuantitativos, concernientes con la calidad técnica de un producto a través de procesos de manufactura, hasta enfoques acordes a la satisfacción de las necesidades de los clientes. A partir de la revisión histórica del concepto Camisón, C., Cruz S. y González, T. (2006) identificaron diez aproximaciones distintas que agruparon en tres enfoques (fig. I.1): técnico, humano y estratégico; en cada uno de ellos indicaron la ocurrencia de distintas etapas, algunas han sido históricamente consecuentes, pero otras se han producido durante el mismo espacio temporal.

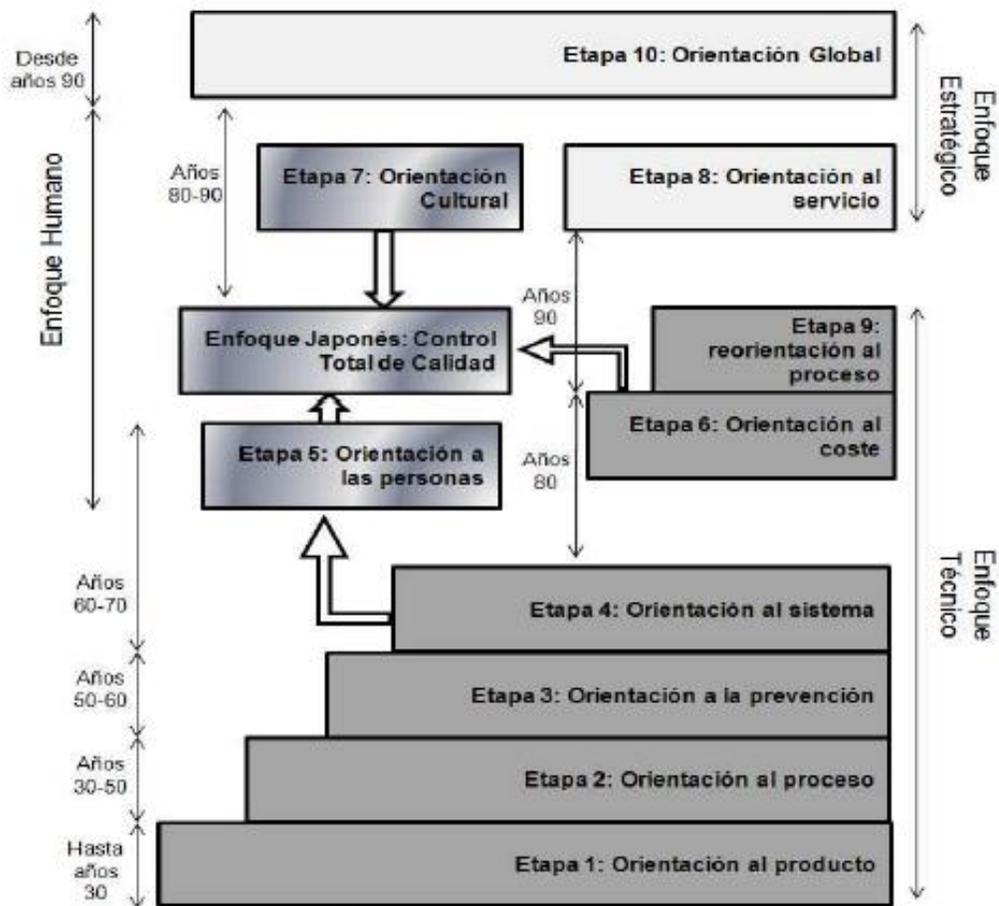


Figura 2 Evolución de la gestión de la calidad Fuente: Camisón, C., Cruz S., González, T. (2006).; en Santomá 2008.

No obstante, a esta diversidad de enfoques existe hoy una convención colectiva en el sentido de que es el cliente y no el productor quien en último término decide si un producto o servicio tiene calidad, por lo que la definición de calidad más aceptada en la actualidad es la que compara las expectativas de los clientes con su percepción del servicio (Santomá, 2008). De allí que el cliente, entendido como la persona quien usa o se beneficia de un producto o proceso (Montilla, 2003), juegue un rol clave en el mejoramiento de la calidad.

Desde otra arista, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que se esté considerando.

Un factor a meditar en torno a la relación de los términos de diseño y calidad con relación a la propia evolución del término Calidad Total (*TQ*, siglas en inglés), como se conoce hoy, suscribe que la calidad debe verse desde el diseño (*QbD*, siglas en inglés). Presentado por Juran en su libro *Juran on quality by design: the new steps for plannin quality into godos and services* (Juran, 1991), es un acercamiento sistemático al desarrollo de la industria, que parte de los objetivos predefinidos, haciendo énfasis en el conocimiento del producto y la comprensión y control de los procesos.

La calidad desde el propio diseño de un producto toma elementos desarrollados décadas atrás por diferentes expertos de la calidad y de la gestión del conocimiento y comparte principios con otras metodologías de desarrollo de producto y de gestión de la calidad. La figura muestra la visión holística que se ha conformado en torno a la calidad.

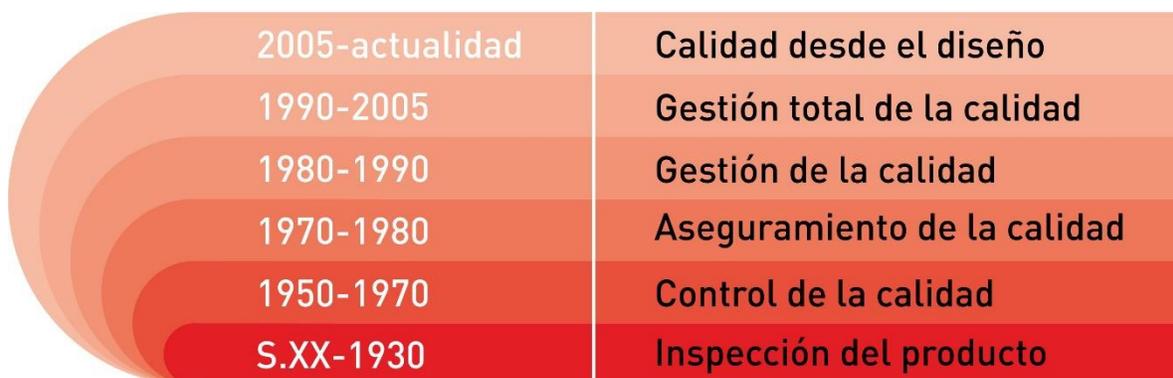


Figura 3. Evolución del pensamiento sobre calidad. Elaboración propia

El propio Juran (1991) plantea que las desviaciones están relacionadas con la forma como la calidad es concebida desde el principio, es decir desde el diseño, garantizándose y progresando al interior de la empresa gracias a estrategias de control adecuadas y a actividades de mejoramiento continuo. Por ello también es muy común que aparezcan términos como Gestión del conocimiento y Gestión del riesgo cuando se habla de Calidad Total ya que se evidencia la necesidad de trabajar desde la base del entendimiento y la experiencia asociada al producto y a su fabricación.

La calidad vista desde la óptica del diseño, evidencia como la calidad se construye en el desarrollo de un producto al responder las preguntas ¿qué se quiere alcanzar? y ¿cómo se puede alcanzar? que permean los cuatro dominios reconocidos de la teoría del diseño.

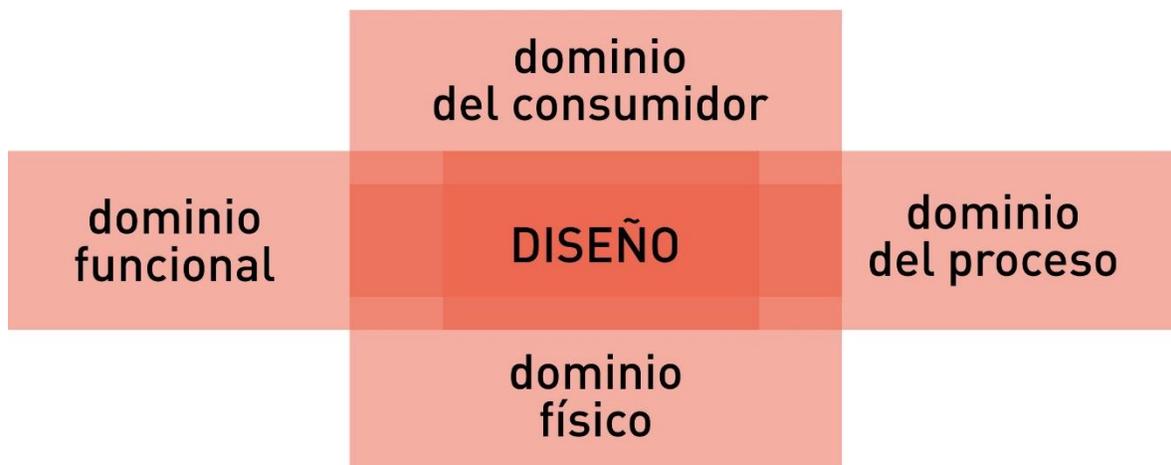


Fig. 4 Dominios del Diseño. Elaboración propia

Tener un consenso sobre la relación intrínseca existente entre Calidad y Evaluación de Diseño resulta evidente si se responde el por qué evaluar la calidad es el centro de la evaluación del diseño. Argumento que se concentra cuando se lee “Calidad de diseño: grado en el cual un producto o entidad satisface los requisitos de diseño establecidos”. (Instituto de Normalización, 2006)

Desde esta perspectiva, la evaluación de la calidad de diseño, para otros autores como Frascara (2000) consiste en “evaluar la eficacia de la solución desarrollada” viéndola sin dudas como una oportunidad de perfeccionamiento, de mejora en el logro de objetivos. Pero que “debe sustentarse —argumenta Chaves (2000)— en la información más objetiva y

completa posible; implica no sólo poner en duda todo el trabajo realizado sino hacerlo sin garantía alguna de que los resultados mejoren la decisión”.

Desde la esfera nacional, “La calidad del Diseño Industrial y de Comunicación Visual, está dada por el nivel de cumplimiento en un producto o servicio de objetivos y requisitos previstos, vinculados a las dimensiones: Uso, Función, Expresiva, Contexto, Mercado y Producción, que potencialmente garantizan una adecuada satisfacción de las necesidades del usuario”. (Pino, 2016)

En ésta visión la autora demuestra que la evaluación de la calidad es un espacio de convergencia tecnológica, económica, psicológica, sociológica y político, de ahí su carácter complejo, contradictorio y multifactorial. Es considerado como un proceso general, que se describe como la diferencia entre las expectativas y percepciones a través y en cada momento del proceso que compone el ciclo de servicio o producto. Mediante la aplicación del mismo se puede realizar un diagnóstico del desarrollo del producto, pero también facilita determinar las causas fundamentales que provocan los problemas encontrados y provee de algunas estrategias que contribuyen a la eliminación de esos problemas.

La propia autora (Pino, 2017) concibe que la evaluación de productos de Diseño podría entenderse desde cuatro axiomas relacionales:



Figura 5. Principios de la Evaluación de la calidad de Diseño. Fuente: Pino, Y (2018)

Interdisciplinar, pues como se ha visto no es un fenómeno que se atañe a una sola disciplina, sino que bebe constantemente de varias materias que apoyan, y favorecen los criterios de varios profesionales para el logro de un proyecto más integral. Iterativo ya que la propia evaluación supone una constante revisión a todo lo largo del ciclo del producto, y cada resultado puede utilizarse como punto de partida para la siguiente fase. Como parece obvio todo ello es posible a través de instrumentos, procedimientos, herramientas de evaluación que validen el acceso a los servicios de Diseño y como un proceso de toma de decisiones empíricas como generalmente impera. Por último y en ese caso el uso de herramientas que tanto cuantitativa como cualitativamente confirmen todo que ha mostrado ser integrativo y multifactorial.

Por otra parte, el panorama nacional presenta una peculiaridad ante la evaluación de Diseño. Este procedimiento encuentra sus antecedentes en 1984 desde la Oficina Nacional de Diseño (ONDI), encargada de regir la política del Estado Cubano en materia de Diseño Industrial y de Comunicación Visual, a partir de la certificación de la calidad de los productos. Desde el 2015 esta herramienta integra las especificaciones de la Normas ISO: 9001 de ese año y se concentra en el Sistema Nacional de la Evaluación de la Calidad del Diseño (SNECD), documento organizado y concebido que establece un conjunto de indicadores e instrumentos que se utilizan a modo de ofrecer principios generales y herramientas que faciliten el análisis, tanto desde el punto de vista teórico, como mediante la comparación práctica de casos similares.

Medir los patrones de seguimiento sobre los efectos de la actividad del Diseño no representa un objetivo directo de este documento. A pesar de ello, en consulta más abierta, se constató que, de alguna manera, este criterio es tenido en cuenta de manera más subjetiva sin llegar a acuerdos para abordarlo. En la práctica no existe reflejado la serie de procedimientos pertinentes a la hora de abordar el impacto del Diseño. Se dignifica en el SNECD que el acercamiento a las dimensiones sobre la evaluación a productos de Diseño de Comunicación Visual, lo aproxima a encontrar elementos que estructuralmente deben conformar una metodología sobre impacto, según las teorías de la metodología de la investigación, pues tiene el valor de hacerse desde un enfoque técnico-práctico sin alejarse de factores reales, contextuales y subjetivos.

Llegados a este punto, y tomando en cuenta la imbricación de los cometidos tratados se toma como referente que:

La evaluación del Diseño es un procedimiento técnico especializado que se emplea para determinar la eficacia de la gestión de diseño en las organizaciones, así como la calidad de diseño de los productos, los servicios y los espacios. En tales casos, las mediciones se realizan a través de factores asociados con atributos técnicos, funcionales, de uso, contextuales, expresivos y de mercado, entre otros. (ONDI, SNECD, 2015)

A menos que se pueda medir, evaluar lo que se hace ¿cómo saber si se está mejorando o cumpliendo los objetivos y hasta qué punto? Es necesario saber que se está operando un cambio en el ser para llegar al conocer, al saber hacer y al saber convivir como pilares básicos de una sociedad del siglo XXI. A esto propulsa la ONDI.

#### **I.5. DISEÑO PERIODÍSTICO EN EL CONTEXTO DE LA EVALUACIÓN DE IMPACTO.**

El estudio del Diseño periodístico como herramienta útil en el proceso comunicativo, ante todo en el marco de la apropiación cultural, parece tener diversos caminos que dificultan ver la verdadera y justa dimensión que representa esta disciplina a la hora de aplicarse en productos comunicacionales.

Se ha hecho difícil encontrar soluciones que, desde una perspectiva comprensible en términos de resultados significativos al desarrollo profesional y la apropiación cultural, insistan en prestar atención a las necesidades del usuario (lector), a los contenidos a transmitir y al contexto en que se relacionan estos elementos que forman parte del proceso comunicativo en el que se enmarca todo acto de transmisión de conocimientos y le den al Diseño Periodístico su justa dimensión.

Entonces el trabajo de un diseñador informacional debería siempre ser consecuencia de los problemas de la gente y aspirar a encontrar soluciones atractivas, sugerentes e inspiradoras. Y por consecuencia, los resultados de ese trabajo deberían ser siempre medibles con datos que se reflejen en el comportamiento de los usuarios.

Este estudio enfatizará en los aportes desde la Pedagogía, el Diseño y la Comunicación, interconectando la producción del Diseño Periodístico desde la interdisciplinariedad propia y necesaria de todo acto de diseño de información ya que adopta para la construcción de sus teorías y proyectos, ideas y conceptos de otras disciplinas como la psicología cognitiva, las teorías del aprendizaje, la semiótica y otras más específicas como la arquitectura de la información.

Pero no solo se vale de un carácter interdisciplinar, sino sumar (dialécticamente) otros parámetros propios de la cultura de la globalización en la que se mueve, que obliga a interpretar a sus elementos desde formas diferentes de conectarse, así como a tener una visión conceptual y capacidad técnica actualizables, permanentes y necesarias a la hora de abordar un conjunto diverso y amplio de conocimientos científicos.

Respecto a la investigación preliminar realizada en esta obra, los datos arrojan que muchos de los estudios de diagnóstico de Diseño Periodístico no van más allá de analizar y proponer elementos ya preexistentes de recursos de diseño sin llegar a medir el impacto real con que estos fueron establecidos, dejando de cuestionarse cómo y hasta dónde el diseño puede llegar a contribuir y construir un producto comunicacional.

Las tesis de diplomado que tienen como tema central el producto de Diseño Periodístico, arrojan que la exploración de elementos de impacto de los recursos gráficos ofrecidos en proyectos precedentes es un foco rojo a la hora de seleccionar y concebir una nueva propuesta. La calidad de Diseño de Comunicación Visual se sigue asumiendo desde la literatura existente, muchas veces desde otros contextos, sin llegar a un análisis crítico de las propuestas a seleccionar, muchas veces desde los criterios que el diseñador asume como válidos sin valerse de investigaciones que hayan medido el impacto de esa tipología de productos.

El impacto del Diseño en la Comunicación Visual solo es posible si se incluye la mirada desde los públicos. Asumir estos criterios es dotar al diseñador de procedimientos más integrales para lograr productos de mayor calidad.

Se reconoce entonces que en la práctica la labor del diseñador muchas veces se concentra en proponer su visión más que en construir un lenguaje contextualizado y concienciado, no

solo entre un equipo de trabajo sino con los criterios que el público lector espera. Proponer soluciones de Diseño no es solo la mirada al diseño de periódicos sino el resultado de un trabajo de selección, jerarquización, creatividad, de pensamiento integral e intradisciplinar propio de un proceso interdireccional entre personas.

La revisión teórica en los diferentes repositorios de revistas: Dialnet, Latindex y Plubindex, resulto un panorama complejo ya que la búsqueda por términos de "evaluación de impacto de Diseño", donde la palabra "diseño" e "impacto" se asume desde diferentes aristas, escaseando las investigaciones que la asumen desde la actividad profesional de Diseño. Así salen a relucir temas como Impacto Económico, Impacto ecológico, Impacto Visual (de paisajes), Impacto visto de los medios de comunicación, pero visto desde sus contenidos informativos, Impacto desde programas diversos, entre otros, constatándose la literatura poco cuantiosa sobre productos de Diseño.

En otra línea, diversas revistas electrónicas especializadas en registro digitales arrojaron escasos resultados de indicadores de evaluación y evaluación de impacto del Diseño Periodístico. Algunas de ellas Kepes, Icono, On Diseño, Grafica, Ekotemas, Escritos en la Facultad de la Universidad de Palermo (Centro de Estudios en Diseño y Comunicación), Diseño y Sociedad, por citar algunas, concentrándose el mayor volumen de revisiones en la evaluación en la docencia de la actividad de Diseño. A pesar de ello, muchos de los parámetros sin duda sirvieron para argumentar el contenido de esta investigación. Mientras, el tema "impacto" es tratado débilmente desde una óptica más noticiosa que desde investigaciones que validen los resultados, sobre todo en cuanto a detectar las particularidades del Diseño editorial y periodístico en diversas manifestaciones. La evaluación de los efectos de las comunicaciones visuales en el público receptor, o si se prefiere, de su desempeño comunicacional, debería ser una etapa ineludible de la Gestión de Diseño.

De este panorama del ciberespacio destacar el **Estudio del impacto económico de diseño en España 2005** de la DDI, sociedad estatal para el desarrollo del diseño y la innovación; **Diseño en la Argentina, estudio del impacto económico 2008**, del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (2009); **El impacto económico del diseño en**

**las empresas de Cataluña** de la BCDO, Observatorio Diseño y Empresa de España (2009); Sin embargo como sus nombres lo indican solo se trazan estudios de efectos económicos, principalmente en las empresas, sin embargo, útil si se tiene en cuenta para el bosquejo de indicadores de evaluación.

Por otra parte, *Design and Social Impact*, recoge los apuntes de la Cumbre sobre Impacto Social de Diseño, en 2012, convenida por la Smithsonian's Cooper-Hewitt, el Museo Nacional de Diseño, la Donación Nacional para las Artes, y la Fundación Lemelson en las oficinas de la Fundación Rockefeller en Nueva York. Líderes públicos, de la industria del Diseño, de la comunidad y de sectores privados plasmaron formas para avanzar en el campo del Diseño Socialmente Responsable y entre sus temas principales propone una cultura sobre la evaluación de los impactos de proyectos de Diseño y diferentes caminos para abordarlo.

Por lo que se evidencia la necesidad de:

- estudiar indicadores de la Evaluación de Impacto del Diseño desde lo comunicativo y proyectual.
- establecer para el diagnóstico de Diseño, patrones de indicadores de calidad del proceso de Diseño desde una perspectiva comunicativa.
- constituir determinadas acciones en la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico que en su realización proyectual lleven al crecimiento cultural tanto de los públicos a los cuales se presentan la información como a los propios profesionales de la prensa.
- establecer dimensiones e indicadores para evaluar el impacto del Diseño en el proceso comunicativo y periodístico.

Por eso, es válido plantear la necesidad de un salto cualitativo en el diseño de información y en la construcción de mensajes, para seguir contribuyendo a la formación de una profesional cualitativamente superior en un proceso complejo e interactivo. En este sentido Castro (1987) señala: "No veo otra forma de que se luche por la calidad sino se evalúa adecuadamente..."

Junto a las ciencias de la comunicación, la educación y las nuevas tecnologías, el diseño periodístico se perfila como una teoría de gran relevancia ante la hiperinformación y sus productos pueden ser de mucha ayuda para los usuarios a nivel social y cotidianos, siempre que acepte como una responsabilidad el desafío de conocer e identificar las necesidades del público.

Transcurridos más de 8 años de la creación del Semanario **Mayabeque**, y ante una avalancha de modernización que se avecina, se hace necesario ofrecer una información objetiva que dé respuesta a las siguientes preguntas (entre otras): ¿se contribuye a resolver el problema en el público meta del medio? ¿se producen o no los cambios esperados? ¿qué efectos o consecuencias se obtienen derivados del cumplimiento de los objetivos del periódico? ¿son estos positivos o negativos? ¿cuál fue el efecto del Diseño sobre los lectores? ¿se producen resultados no previstos? ¿fue necesaria la labor del Diseño? En caso de un mejoramiento en la situación de los lectores, ¿Es esto una consecuencia del Diseño o se hubiese obtenido de todas maneras?

Precisamente los cambios que demanda el periodismo cubano para desempeñar un papel efectivo en las transformaciones sociales, objeto colateral a esta investigación, entran sin duda a jugar su papel a la hora de hurgar en los ambientes en que el Diseño se presenta. Sobre todo, en Cuba que cuenta con una rica historia y tradición en materia periodística.

Paradójicamente, a la relevancia que el Diseño cobra en el campo profesional, su total legitimación científica y académica sigue sin encontrar acuerdos epistemológicos ni amplios consensos, haciendo de sus diversos trayectos teóricos e investigativos un constante debate.

Conocer los resultados, tanto positivos como negativos, posibilita establecer prioridades, tomar decisiones y previsiones en la planificación, así como definir parámetros de nuevas mediciones. De ahí que la búsqueda de metodologías que permitan evaluar el retorno de la comunicación (retroalimentación) se convierta en un desafío.

Este estudio va a incidir en cómo evaluar el impacto del Diseño Periodístico desde la perspectiva de los efectos comunicacionales como producto. Esto es, encontrar cuál es la relación con el usuario, qué piensan del producto a partir de su función, si se ha modificado

su comportamiento a partir de esta relación, si ha mejorado su percepción sobre la institución, si se va a convertir en un público activo o pasivo, si la información que se brinda se asume de manera funcional y cómo. Mostrar respuestas será esencial para aquellos profesionales y directivos que todavía desconocen cómo medir el impacto del Diseño en las organizaciones.

Entonces, cuando desde las relaciones con el usuario el diseñador se pone a la tarea de preguntar (porque investigar es exponer preguntas tanto al interior como a lo exterior) qué se ha hecho y cómo se ha hecho, se está avanzando de una manera agigantada en la mejora de la profesión del Diseño.

Tras este lapso de implementación, la evaluación de impacto constituye una vía para la elevación de la calidad de la actividad de Diseño Periodístico. Su medición, evaluación y su relación con los públicos necesita de una mejora cualitativa, la que sin duda va a aportar a los objetivos de la Oficina Nacional de Diseño (ONDI), como entidad encargada del cumplimiento de la política estatal en materia de Diseño, contenidos en su Sistema Nacional de Evaluación.

A pesar de la profusión de material gráfico producido en distintos campos de aplicación, son dispersos y restringidos acerca de la calidad del Diseño en cuanto a su impacto funcional, operativo, cultural, socioeconómico y ecológico en determinado contexto, y sus efectos en la gente.

Es claro que la Comunicación Visual como quehacer está centrada en las acciones humanas, más que en las soluciones formales. No obstante, si no se pone énfasis en los procesos de evaluación de los efectos que provoca, no se puede hablar de verdadera comunicación.

Esta reflexión deja al descubierto un flanco vulnerable del ejercicio profesional que debe ser atendido de inmediato, ahondando en temáticas de investigación humanísticas-sociales que otorguen mayor sustento científico a la tarea del diseñador de comunicaciones visuales.

Teniendo como referente los conceptos abordados por el autor en este Capítulo I relacionados con: evaluación, calidad, evaluación de impacto y diseño periodístico se está entendiendo la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico como:

Un proceso de comprobación, observación, reflexión, valoración desde la proyección y el control en la concreción de los objetivos funcionales en el que se distinguen los efectos comunicacionales en la actitudes y relaciones de los usuarios desde sus motivaciones a partir de la percepción de los rasgos gráficos identificativos, donde se confronta el carácter sistémico de la conformación de contenidos periodísticos; manifestación de la unidad técnico-productiva-comunicacional y su relevancia con el contexto (Díaz, 2018)

### **A modo de conclusiones**

El diseño es un facilitador de interacción entre personas, entre personas y objetos, y entre personas y signos. Las interacciones (acciones correspondientes) tienen como fluido vital la significación. El Diseño, cuando es comunicación, procura la comprensión de contenidos de información en varios niveles, es decir, la significación va desde la lectura denotativa del mensaje hasta la expresión de altos niveles de percepción simbólica del mensaje, tanto en propósitos informativos como de identidad o persuasión o motivación.

La evaluación de impacto va a posibilitar evaluar el proceso íntegro, global, evaluando no solo los objetivos, sino también el contexto, proceso, resultado, producto, hasta llegar al "impacto".

La sistematización de los referentes teóricos relacionados con la evaluación, la evaluación de impacto y el diseño periodístico abre la posibilidad a distintas opiniones y discusiones; sin embargo, se puede derivar fundamentos válidos para descubrir la forma de hacer más comprensible la relación hombre-información y convertirla en soporte sobre el cual construir nuevos conocimientos, lo que dará pautas necesarias en el abordaje de la problemática del desarrollo de productos periodísticos.

## **CAPÍTULO II METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE IMPACTO DEL DISEÑO PERIODÍSTICO DEL SEMANARIO MAYABEQUE. DIAGNÓSTICO Y VALORACIÓN PARCIAL DE SU PERTINENCIA**

En el capítulo se declaran los métodos y procedimientos seguidos para caracterizar el estado inicial de la evaluación del semanario **Mayabeque**. Se presenta la caracterización a partir de un proceso de diagnóstico. Para la parametrización de la variable, las dimensiones, e indicadores, así como la identificación de los métodos a aplicar en el contexto de la investigación fue utilizado el camino propuesto por la tecnología de la Educación Avanzada.

Se parte del diagnóstico del estado actual de la Evaluación del Impacto del Diseño Periodístico del semanario Mayabeque para llegar a concretizar una metodología con carácter objetivo que desde los criterios del autor y los referentes teóricos sistematizados en el capítulo I permiten este abordaje

### **II.1 Proceso de parametrización de la variable a transformar**

Para desarrollar la parametrización de la variable, el autor tuvo en cuenta los criterios de Añorga, J. y colaboradores en el 2007, los cuales refieren que el proceso de parametrización permite “derivar el análisis del objeto y/o campo de estudio en la investigación con elementos medibles u observables que permitan la valoración o emisión de juicios de valor acerca del estado, nivel o desarrollo del fenómeno o proceso investigado” y posibilita la determinación de la variable, las dimensiones, indicadores y los instrumentos.

#### **II.1.1 Definición de las dimensiones**

A partir de la variable: Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico del Semanario Mayabeque definida como: la secuencia de acciones de comprobación, observación, reflexión, valoración desde la proyección y el control en la concreción de los objetivos funcionales en el que se distinguen los efectos comunicacionales en la actitudes y relaciones de los usuarios desde sus motivaciones a partir de la percepción de los rasgos gráficos identificativos, donde se confronta el carácter sistémico de la conformación de contenidos periodísticos; manifestación de la unidad técnico-productiva-comunicacional y su relevancia con el contexto, en ella se explicita las dimensiones a definir.

La dimensión Propósito Funcional, brinda los fundamentos comunicacionales del Diseño y contribuye al fortalecimiento acciones morfológicas que le dan cuerpo a la información. Esta dimensión reviste gran importancia al encaminarse en los aspectos funcionales que implican una interpretación inicial de la información por parte del diseñador y su correcta traducción en recursos gráficos que faciliten y favorezcan la decodificación y comprensión de la lectura.

La segunda, dimensión Estilo Identificativo, se incluye precisamente porque a través de ella se dota a la información presentada de los elementos necesarios para propiciar caracterización y personalización de los recursos gráficos. Esto implica que no solo las representaciones gráficas van a entenderse y decodificarse bien, sino que estarán dotadas de un significado y comprensión por parte de los usuarios que las haga atemperadas y contextualizadas a su imagen e intereses intrínsecos.

En el caso de la dimensión Motivacional, es más abarcadora e integral al incluir un conjunto de temáticas que propician la diferenciación y potencien un estímulo para impulsar la conducta social y conseguir un efecto causal (acciones costumbristas, emocionales, de arreglo a los valores o acciones con un fin racional). Esta dimensión apela más allá de la forma en sí y va al contenido mental que se les da a los signos por tanto se está apelando a un componente subjetivo que depende de cada persona, pero por convención este significado debe lograr ser igual para alcanzar una comunicación óptima. Esta dimensión marca el carácter sistémico y multifactorial de todo el proceso.

Se muestra (anexo 2) la parametrización de la variable con sus dimensiones e indicadores todo lo cual permitió realizar un proceso de diagnóstico objetivo y certero a partir de los métodos e instrumentos utilizados para el caso.

## **II.2. DIAGNÓSTICO DEL ESTADO ACTUAL DE LA EVALUACIÓN DEL DISEÑO PERIODÍSTICO EN EL SEMANARIO MAYABEQUE**

Para la determinación de las principales problemáticas que inciden en la Evaluación de Impacto del Semanario Mayabeque, se aplicaron un grupo de instrumentos que permitieron diagnosticar el estado actual de la Evaluación impacto del rotativo seleccionado, los cuales se describen a continuación.

En la realización de las indagaciones teóricas y empíricas, se utilizaron los procedimientos lógicos del pensamiento, como: análisis y síntesis, inducción y deducción, entre otros, para analizar el estado real de la Evaluación de Impacto del Diseño.

Se emplearon los métodos del nivel empírico siguientes: observación, encuesta y entrevista. Este grupo de métodos e instrumentos que fueron diseñados a partir de las dimensiones e indicadores identificados en la parametrización elaborada, los cuales se describen a continuación:

- La observación a la gestión: para caracterizar la posición que ocupa el Diseño en la práctica periodística, evaluar sus modos de actuación y las principales decisiones en su gestión, de modo de poder constatar el estado actual tanto de lo que saben y lo que saben hacer, observando los prácticas periodísticas en la redacción para distinguir las acciones que se acometen desde la entrada de la información hasta la salida del impreso, así como la toma de decisiones en cuanto a detectar, propiciar y elevar la calidad final del producto. Se aplicó la guía de observación durante 36 ediciones.
- La entrevista a directivos y jefes inmediatos (Director, Jefe de Información, Jefe de Redacción y Funcionario del departamento ideológico del PCC de la provincia): con la intención de conocer los criterios de los regentes y subordinados y sus jefes inmediatos en cuanto al desempeño.
- La entrevista (grupal) a la población: constatar, de manera sintética, su participación en procesos evaluativos sobre el producto de Diseño en cuestión.
- La encuesta a diseñadores especializados (11): determinar las principales dificultades que se presentan en su desempeño profesional, los niveles de conocimiento de la evaluación de impacto del Diseño, estado del tema y valorar sugerencias para su implementación.
- Encuesta a especialistas-expertos (5): constatar el estado de conocimiento sobre evaluación y evaluación de impacto en productos de diseño. Así como para ayudar a definir estrategias a seguir para la implementación de la evaluación de impacto.

- Observación a partir de guía a los documentos: verificar cómo se recoge en la literatura planes, acciones, enunciaciones, parámetros, resultados sobre temas de evaluación de Diseño periodístico.

El siguiente cuadro muestra de manera resumida los diferentes instrumentos empleados por el autor durante el trabajo de campo en la presente investigación, para obtener una caracterización del estado actual de la evaluación de impacto del diseño periodístico en el Mayabeque.

MÉTODOS	INSTRUMENTOS	OBJETIVOS
<b>Análisis de documentos</b>	Guía de observación	Constatar en los documentos recopilados como aparece reflejada la evaluación de impacto del Diseño periodístico.
<b>Entrevista a directivos y jefes inmediatos.</b>	Guía de entrevista.	Valorar el nivel de preparación para el desempeño de los directivos en correspondencia con las exigencias actuales en los indicadores seleccionados.
<b>Encuesta a diseñadores especializados.</b>	Cuestionario de encuesta.	Indagar sobre el nivel de conocimientos en materia de evaluación de impacto del Diseño periodístico.
<b>Encuesta a diseñadores especializados (del Semanario Mayabeque).</b>	Cuestionario de encuesta.	Recoger información sobre el proceso de evaluación de impacto del Diseño periodístico y consideraciones con respecto al propio proceso evaluativo en el Semanario.

<b>Observación a la gestión del personal periodístico (periodistas, diseñadores, directivos).</b>	Guía de observación a la gestión.	Mediante la observación constatar el estado actual del desempeño de la labor de Diseño y el papel que realiza en el trabajo periodístico.
<b>Entrevista (grupal) a la población.</b>	Guía de entrevista.	Valorar las opiniones, criterios y puntos de vista como agente participativo de un proceso evaluativo de su territorio.

Tabla 1. Parametrización

Para cotejar este estado real de la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico del Semanario Mayabeque, es decir, en qué estado estaba, se realizó un análisis documental de los principales documentos que hablan del tema. (Anexo 3)

Entre los criterios a controlar en la EIDP en el análisis a documentos fue relevante: el cumplimiento de los objetivos de la actividad, nivel de actualización científica de los contenidos, adecuado tratamiento conceptual o filosófico, motivación adecuada durante el desarrollo de la actividad, vinculación con los públicos, hábitos y habilidades de los diseñadores, empleo de métodos propios del trabajo y su interiorización por el colectivo, y la necesaria retroalimentación de los contenidos, o sea, cómo se utiliza la evaluación sistemática por el personal de la editora.

En la revisión de documentos vinculados a las evaluaciones por parte de la Redacción del Semanario con apoyo del departamento ideológico del Partido, se compilaron los resultados de las evaluaciones de 2014 y 2016 (se efectúa cada dos años) constatándose que:

2014	2016
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizadas 6 preguntas</li> <li>• Se consulta por la calidad</li> <li>• Se priorizan los temas periodísticos y sus contenidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizan 7 preguntas</li> <li>• Se adiciona el tema de la distribución del periódico</li> <li>• Se cuestiona sobre el equilibrio en la páginas (fotos y texto)</li> </ul>

**Tabla 2: Resultado de las encuestas para medir el impacto del periódico Mayabeque en la población.**

El procedimiento empleado por la Editora solo ofrece este instrumento: la encuesta, lo que revela la importancia de contar con más acciones que reflejen los efectos en los usuarios. El instrumento presentado hasta el momento resulta muy práctico para su uso, pero podría armarse con más demandas que ahonden en el tema periodístico. También es evidente, contando su evolución en el 2016, que rastrear el tema del Diseño Editorial es una necesidad en aumento en el Semanario. Por tanto, se distingue un momento idóneo para abordar el tema de la Evaluación de Impacto ciñendo el diseño periodístico.

Fueron analizadas diferentes tesis de diploma con eje común, el Diseño editorial y periodístico en proyectos; **Juventud Rebelde** (2004), **La Jiribilla de Papel** (2004), **Trabajadores** (2005), **Granma Internacional** (2007), **Opciones** (2007), **Granma** (2008), **Caimán Barbudo** (2008), **El artemiseño** (2011), **Mayabeque** (2011), **Pensar Cuba** (2014), **Revista Tablas** (2015), **Bohemia** (2016), **Premio Abril** (2016) **Centro de Investigación y Desarrollo de la Música Cubana** (2016), entre otras, donde se comprobó que la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico sigue siendo tema pendiente en estudios académicos sobre productos comunicacionales en pos de analizar los efectos obtenidos sobre los usuarios y utilizar esos datos en aras lograr soluciones razonadas en efectos contextualizados.

Entre las tesis de maestría consultadas señalar: *El Diseño de Comunicación Visual en la producción de software educativos. Gestión de su calidad* (Pino, Y., 2008); *Propuesta de requisitos técnicos para elevar la calidad de los productos de Diseño de Comunicación Visual con salida impresa* (Baceiro, O., 2010); *Estrategia de comunicación política para la juventud*

*cubana* (García, P., 2011), *Propuesta de competencias profesionales específicas relacionadas con el dominio de los recursos formales para el Diseño* (Valle, A., 2011) pues contribuyeron directamente al cuerpo consultivo de la investigación. En ellas se consultaron temas en aspectos propios de la calidad en productos de Diseño, estudiar la utilización de los recursos formales desde el Diseño, así como acercarnos a estrategias de comunicación política para razonar los modos de actuar de las principales instituciones de productos periodísticos del país.

Algunas preguntas subyacen una vez estudiados los resultados acopiados en los instrumentos aplicados: ¿Cómo saber si realmente las hipótesis o propuestas realizadas desde el diagnóstico inicial de los proyectos de Diseño Editorial resultaron válidas o aceptadas? ¿De dónde parten los proyectos actuales si a escala nacional el seguimiento a la calidad del Diseño Periodístico se polariza en evaluar el producto en sí? ¿Qué parámetros se distinguen para elaborar los indicadores que cuenta el diseñador para proponer los rasgos visuales que caracterizaran un producto de Diseño Periodístico? ¿Cómo se debe fundamentar que un producto comunicacional tiene calidad? ¿La calidad de un producto comunicacional no tiene relación con los efectos en los públicos? ¿Cuáles son los indicadores de evaluación tenidos en cuenta para considerar un producto editorial de calidad? En este sentido la propuesta de esta investigación pretende contribuir a la Evaluación de Impacto en el plano de los productos de Diseño Periodístico.

En programas de entrenamiento sobre evaluación de Diseño, dígame cursos de capacitación, talleres, programas de certificación, postgrados, diplomados y otros, son limitados los indicadores que miden efectos en los públicos. Desde la ONDI los programas se concentran, para bien final, en comprobar y entender el proceso de la evaluación y ajustar parámetros (indicadores) para valorar la calidad de las piezas de Diseño. En tanto se pierde un buen marco para aunar criterios de diferentes especialistas a la hora de concebir un proceso multifactorial y complejo. Este panorama se sigue apreciando desde otras instituciones u organizaciones afines a la actividad del Diseño como la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales (ACCS) y la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC).

Por su parte el Instituto Superior de Diseño (ISDI), desde el plano metodológico evidencia fortalezas en cuanto a mostrar en sus programas de docencia, en pregrado y postgrado, el acercamiento a metodologías de evaluación. Sin embargo, en cuanto a la particularidad de medir el impacto de los productos de Diseño editorial los resultados resultan insuficientes.

En este caso se lamenta el autor de esta tesis la limitada existencia de artículos que reflejen autores cubanos que refieran el tema de la evaluación de Diseño. En este punto cabe señalar los artículos sobre el tema en la revista la Tiza, de la Oficina Nacional de Diseño (ONDI) y A3manos, publicación del Instituto Superior de Diseño (ISDI) de la Universidad de la Habana, por autores como la MsC. Yamilet Pino Nicó, Directora de la dirección de Evaluación del Diseño de la ONDI y el MsC. Ing. Alejandro A. Ojeda Hernández, Especialista en Evaluación y Diagnóstico del Diseño de dicha dirección.

En las entrevistas a la población, (anexo 4) un elemento que resalta es el limitado acercamiento real que se logra a sus criterios, amén de sus insuficientes conocimientos teórico-técnicos sobre Diseño Periodístico, sobre todo por encontrar un lenguaje engorroso de entender sobre el tema a evaluar, cuestión que se agudiza en zonas más alejadas. Criterios como color, uso de gráficos, tamaño de fuentes, calidad de imágenes, disposición de contenidos, son planteados como importantes para ofrecerles un producto de calidad. Evidencia que se constata al comprobar que todos declaran que facilitan la comprensión de los textos. Otro aspecto a destacar es que más de la mitad de los encuestados marcan que solo encuentran “algunos” de estos elementos son utilizados en el periódico Mayabeque para distinguirlo como producto. Además, se sigue constatando la presencia mayoritaria de texto sobre grafico e imágenes.

Los instrumentos aplicados a diseñadores (Anexos 5 y 6) apuntan la necesidad una metodología que facilite o viabilice a comprender mejor el proceso de Evaluación de Impacto, como un proceso multifactorial, transdisciplinar y correlacional, por consiguiente, integrador. A pesar de que la totalidad los encuestados señaló la importancia de la EI, se evidencia la diversidad en los términos con cuales se le asocia: calidad del producto, efecto en las personas, la importancia del Diseño, certificación del producto, entre otros, fueron algunos de las expresiones referenciadas. Aunque existe un consenso en su particularidad

integrativa, los resultados se comportan menos polarizados en señalar el origen del organismo encargado para ejercerla. Se destaca que la definición de indicadores y el momento idóneo para realizarla, la selección del equipo evaluador y la dificultad de evaluar el fenómeno comunicativo entre las mayores dificultades para efectuar la EIDP. Un aspecto a enfatizar es que solo 5 de los 16 encuestados (31,25 %) señalaran que la EIDP propicia la mejora tanto de la calidad del producto final, así como de diseñadores, periodistas, personal del periódico en general sin dejar de incidir en el público y hasta el cliente, lo que evidencia la necesidad de aunar aún más en la utilidad de la EI.

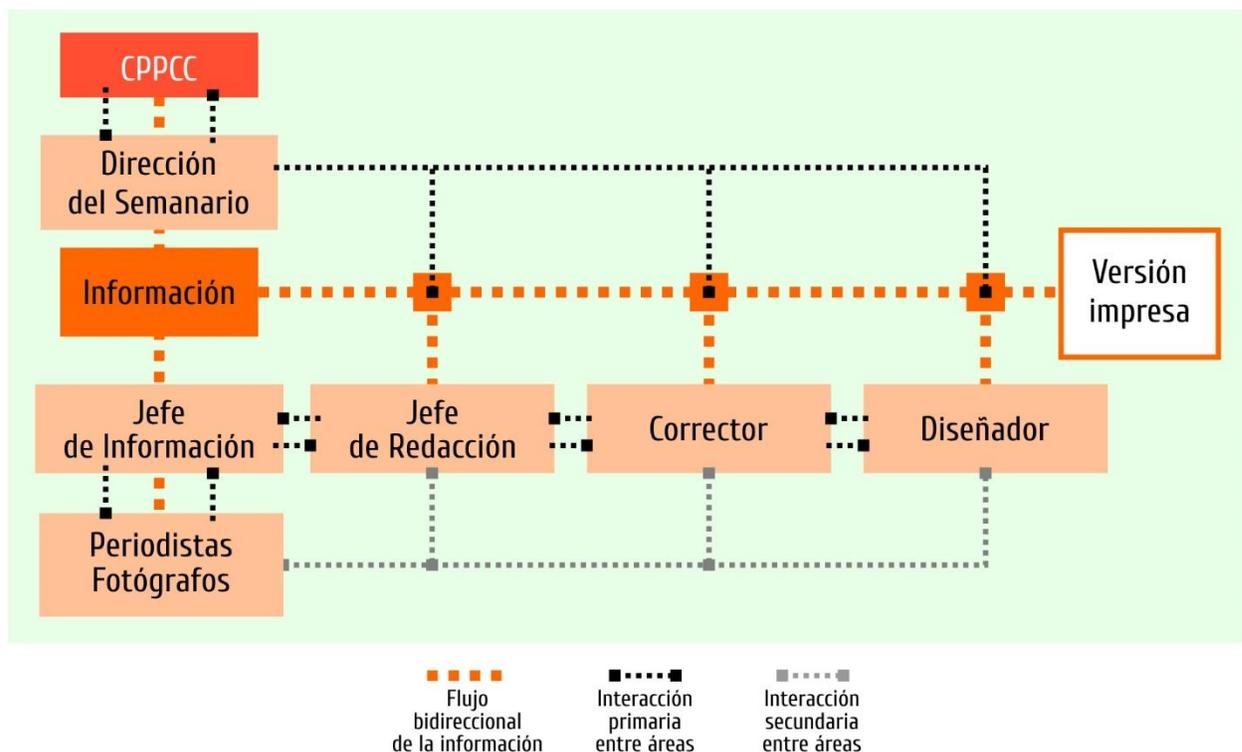
Paradójicamente el cuestionario a directivos (anexo 7) despierta un foco rojo al señalar que se asumen criterios encontrados de la población para optimar la calidad del producto final. Esto contrasta con los planteamientos recogidos de la población en esta investigación cuando más de la mitad de los entrevistados solo encuentran algunos atributos para sentirse identificados con el periódico. El triangular los datos presenta que la cifra de encuestados por el periódico (2014 y 2016) resulta limitada estadísticamente pues representan menos del 1%. Si se le suma que las cuestiones manejadas contaron con escasos criterios que tributen al Diseño Editorial se tiene una panorámica de cuan poco se considera relevante las acciones del diseñador. Comparado con el número de encuestas de esta investigación (más de 2 800) los criterios subjetivos y psicológicos atribuidos sin una investigación más confiable. También se sigue evidenciando la importancia de la capacitación constante en estos temas.



Figura 6: Encuestas periódico Mayabeque

Las tres dimensiones que propone esta investigación, concienciadas siempre desde su carácter de sistema, el cual debe ser analizado en conjunto y no solo a través de las partes que lo componen, distingue que la dimensión Identificativa manifiesta como la concepción del mensaje periodístico debe pasar por un proceso constructivo que individualice los signos que maneja, dotándolos de un significado singular capaz de conformar junto al texto una causa, una posición, una idea, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que se ponga en obra la necesidad inicial de lectura o se tome acción ante determinado patrón.

Esta realidad se constata con la observación a la gestión (anexo 8), la cual corroboró la alta inclusión de la labor de Diseño en la concepción del producto final. No solo visto desde la influencia técnica o estética de la disciplina sino como saber interconectado a las demás áreas como parte de una cultura organizacional lograda, erigida sobre esas bases. La aplicación de este instrumento detectó que la mayor dificultad para asumir las acciones de Diseño está dada en la dinámica productiva propia del Semanario al estar expuesta a acciones de toma de decisión que influyen directamente en el flujo de la información, limitando en tiempo la concepción de soluciones por parte del equipo de Diseño, último eslabón de la cadena productiva. Esta dinámica se explica mejor en la figura siguiente.



**Figura 7: Dinámica organizacional del Semanario a través del flujo de la información noticiosa. Elaboración propia)**

Por cuanto se necesitan valoraciones transversales que atraviesen todo el proceso, correlacionar indicadores para poder desbordar en resultados. La necesidad de la exigencia de una preparación teórico-metodológica que sustente la práctica profesional. El paradigma comunicacional se impone sobre los tecnicismos empíricos. Visto así queda claro que la evaluación que se venía efectuando, ni en su concepción, ni en su ejecución responde a estos intereses. Se evidencia, por tanto, que en la actividad periodística la valoración de los aspectos significativos que recoge esta investigación para considerar la calidad del Diseño periodístico, no están concientizados.

Si se le añade a la temática de Evaluación de Impacto los factores subjetivos que adornan o mal califican el proceso evaluativo, visto este como calificativo, acción correctiva, de control o exponente de errores, se comprueba la predisposición que los evaluados sienten al enfrentarse a cualquier proceso de evaluación. Esto argumenta uno de los factores de la existencia de una falsa imagen sobre el proceso evaluativo, que lleva a replantear y enfatizar con más pujanza la propia clarificación del término evaluación a la hora de asumir cualquier programa. En este trabajo se parte del análisis de su definición y significación para la actividad de Diseño.

Estos resultados permiten constatar la necesidad de que para lograr soluciones más eficientes e integrales en un producto comunicacional se debe valer del análisis desde los efectos que ocurre en el usuario final, centro de atención del Diseño de Comunicación Visual, que contenga indicadores que reflejen estas acciones, este interactuar, para propiciar verdaderos cambios. Mientras no se tengan en cuenta otros momentos de las evaluaciones, para constatar resultados en la práctica se está sacrificando y se dejan al margen parámetros que al final contienen aquellas medidas necesarias para lograr un diseño de mayor calidad.

Se realizó un estudio de los proyectos periodísticos de impresos provinciales como órganos de los comités provinciales del PCC: **Guerrillero**, Pinar Del Río; **Tribuna de La Habana**, La Habana; **Girón**, Matanzas; **Victoria**, Isla De La Juventud; **Cinco De Septiembre**, Cienfuegos; **Invasor**. Ciego De Ávila; **Escambray**, Sancti Spíritus; **Vanguardia**, Santa Clara; **Adelante**, Camagüey; **¡Ahora!**, Holguín. **Semanario 26**, Las Tunas; **Sierra Maestra**,

Santiago De Cuba; **Venceremos**, Guantánamo. Para observar las principales características gráficas que los distinguen. Como resultado de este análisis realizado se puede concluir que hay falta de integración con el perfil editorial en varias publicaciones. Lo que denota falta de coherencia, orden y jerarquía a los contenidos de la publicación. Incorrecta implementación o debilidades en el manual de estilos gráficos que organice y pauté la visualidad de estas publicaciones. Se observa la ausencia de una identidad propia que permita diferenciar aún más una publicación de otra, pues la calidad tecnológica impone una visualidad casi pareja para con todos. Se comprueban las carencias de las pautas definidas para el uso de todos los elementos de cada página del periódico. Se percibe la escasa variedad de un estilo más diverso para el uso de las tipografías, tamaño, tratamiento de las imágenes fotográficas, grises e ilustraciones. (ver Anexo 9).

En la misma línea se valoraron las tendencias internacionales tomándose algunos ejemplos principales: Clarín, Usa Today, ADN, LA Nación, D Gratis, Marca, The Guardian, New York Times, El Tiempo, entre otros. 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 cubana. Emplean en mayor o menor grado la infografía para ilustrar mejor los contenidos. Se observa, entre los periódicos de diferentes provincias de un mismo país, rasgos visuales que los personalizan y distinguen, como suceden en los periódicos españoles. 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 utiliza un gran titular para destacarla. Emplean el formato tabloide y otros utilizan dimensiones más verticales (sábana).

La evaluación de impacto de programas, visto desde una estrategia nacional, puede servir como filtro unificador de los criterios que se promueven desde la ONDI, como organismo rector de la actividad en el país y con ello una concentración de saberes congenerados que posibiliten un mejor acercamiento a la parametrización de la Evaluación de Impacto del Diseño Editorial en periódicos provinciales. En buena medida esta centralización debe lograr

su operacionalización por las demás instituciones y organismos donde el rigor científico teórico y metodológico dependerá de cada una de estas.

Considerar, en esencia, todo el contenido para la evaluación es posible si ésta se ha tenido en cuenta como objeto de aprendizaje, pues “La evaluación integral del contenido y no sólo de algunos de sus componentes es esencial”. (Castro, 1999)

Por ello en la tesis se opera con el máximo nivel de calidad a que se puede aspirar y se entiende por Calidad del Diseño Periodístico la correspondencia entre los objetivos que la editorial establecen en la estructuración integral de su estilo y las acciones que se ejecutan tanto por diseñadores, especialistas y lectores, en función de los intereses funcionales en un proceso de comunicación (socialización e individualización) donde se cumplimenten los rasgos que el autor determina en las diferentes fases del proceso de evaluación de impacto.

A partir de la sistematización de los referentes teóricos abordados en el capítulo I se propuso abordar una Metodología para Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico, que ofrece como estructura un aparato cognitivo y un aparato instrumental metodológico.

### **II.3 FUNDAMENTACIÓN DE LA EIDP.**

Desde los rasgos que caracterizan un Diseño Periodístico de calidad (considerado este el mayor nivel de calidad) y teniendo como referente los conceptos abordados por el autor en el Capítulo I relacionados con: evaluación, calidad, evaluación de impacto y diseño periodístico se está entendiendo la EIDP como:

- un proceso de comprobación, observación, reflexión, valoración desde la proyección hasta el desempeño en la ejecución y el control en la concreción de los objetivos.
- donde se distinguen los efectos comunicacionales en las actitudes y relaciones de los usuarios a partir del cumplimiento de los fines funcionales de los rasgos gráficos.
- se confronta el carácter sistémico de la conformación de contenidos periodísticos, manifestación de la unidad tecnológico-productivo-comunicacional, la relevancia del contexto, la evaluación en función de la co-evaluación (evaluador-evaluador), la heteroevaluación (evaluador-población-ONDI) hasta la autoevaluación.

Este proceso lo sustenta un conjunto de principios que fundamentan las acciones de la metodología que parten de la sistematización de concepciones desde la Psicología, La Comunicación, la Narrativa, el Periodismo, la Semiótica, la Percepción Visual, entre otras, y considerando las preferencias personales, habilidades intelectuales y el sistema de valores culturales del público al que se dirigen. Los mismos recorren dimensiones e indicadores que lo contemplan, explicados todos en su accionar.

### **II.3.1 PRINCIPIOS DE LA METODOLOGÍA**

Se enfatizan en el trabajo para la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico, fundamentalmente, los siguientes lineamientos:

- Carácter integrador.
- La funcionalidad como base de lo comunicacional.
- Ponderación de la selección de la intencionalidad del mensaje en función de los objetivos editoriales.
- Carácter contextual del proceso.

Estos parten desde la Gnoseología, la Comunicación, la Filosofía, la Sociología, la Psicología, la Narrativa, la Semiótica, y el propio Diseño redimensionado en el contexto periodístico. Se parte de las circunstancias históricas, psicológicas y sociológicas que llevan a la obtención del conocimiento, de buscar la objetividad, realidad o justificación en la relación entre el sujeto y producto de Diseño. Al abordar estos problemas acerca de cuestiones del conocimiento, la estética, la mente y el lenguaje, entre otros, poniendo énfasis en los argumentos racionales por sobre los argumentos de autoridad, y de la ciencia llevando adelante investigaciones de una manera no empírica, mediante el análisis conceptual u otros métodos a priori, aunque sin desconocer la importancia de los datos empíricos. Es establecer relaciones de calidad entre las instituciones y los públicos a los que se dirige, en un proceso de intercambio social que permita transmitir o recibir significados. Siempre desde el argumento de la actividad colectiva, dentro del contexto histórico-cultural en el que se encuentran inmersos. Procesos que se explican desde la conducta y los procesos mentales

de los individuos, sistematizados desde la propia la experiencia humana, a la hora de interpretar y producir sentidos en la vida social.

La metodología para la EIDP se inserta en un proceso de comprobación (como parte del asesoramiento) a diseñadores, instituciones involucradas en la evaluación, la cual debe cumplir diferentes funciones:

### **II.3.1.1 FUNCIONES**

Se pretende en la metodología el realce de dos funciones básicas en la evaluación de impacto de la calidad de Diseño: la integradora y la desarrolladora.

La función integradora se concreta en la manifestación de la unidad práctica de lo informativo-cognitivo-vivencial. En tanto se plantea la búsqueda de la manifestación de la unidad cognitivo valorativo como un todo en un proceso dialéctico donde las acciones del evaluador y el evaluado constituyen el eje de las relaciones interpersonales de la comunicación desde lo proyectivo, hasta el desempeño y la retroalimentación.

Esta función deja planteada el carácter desarrollador al tomar la Evaluación de Impacto como verificación y medición para la reflexión y valoración de las acciones que permitan llegar a niveles más altos de calidad. En el mismo, evaluadores y evaluados a partir de reflexiones teórico-prácticas sobre beneficios e insuficiencias llegarán a la mejora y la auto-corrección considerándose partícipe de estas reflexiones a ambos sujetos llegando a la resiliencia y al crecimiento personal de los mismos.

Para que ambos sujetos evaluadores y evaluados puedan lograr el crecimiento personal y cumplir la EIDP con su función desarrolladora, es necesario caracterizar la variable, dimensiones e indicadores que como guía se utilizan. Se parte de la propia definición de EIDP, de lo que se entiende por calidad en este proceso y se plantean los siguientes aspectos a evaluar.

### **II.3.1.2 ETAPAS**

A tenor con la definición de Diseño Periodístico y los elementos que lo constituyen, a partir de las propias dificultades detectadas en el diagnóstico, el autor consideró necesario considerar tres etapas en la EIDP.

Las etapas a establecer para la evaluación de impacto de la calidad del DP tienen en cuenta los momentos más significativos de abordaje del proceso:

Primera etapa: Estructuración y proyección

Segunda etapa: Cumplimiento

Tercera etapa: Retroalimentación y registro

La primera etapa requiere la conciliación completa de una primera acción de la metodología donde evaluadores y evaluados establecen el para qué y el qué se va evaluar, además se proyectan acciones que respondan al cómo evaluar, dónde, quiénes, con qué; con un carácter sistémico y sistemático. Esta etapa debe incluir un aspecto fundamental que es la preparación del equipo de evaluación a fin de homogenizar criterios, prácticas e ideas a seguir para realizar la evaluación.

En la segunda etapa se pone a funcionar todos los procedimientos, herramientas que desde la proyección se conciben, atendiendo siempre a la flexibilidad que interviene en un proceso que es multifactorial y contextual.

La tercera etapa constituye el nivel de apertura al proceso macro (Comunicación) en tanto se valora y se retroalimenta el cumplimiento de los objetivos para la Editorial en los aspectos a evaluar (dimensiones) traducidas en indicadores de impacto (calidad).

Esta etapa permite tomar decisiones, enfatizar en logros y deficiencias, y llegar a analizar los índices de tendencia para cualquiera de las dimensiones, si su valor es menor o mayor y los indicadores que más han incidido y finalmente encauzar objetivos, planificar estrategias, dimensionar aspectos.

Si la EIDP pretende operar con el máximo nivel de calidad (lo que es entendido en la tesis por ECDP), entonces es necesario parametrizar cuándo este proceso alcanzará este nivel.

### **II.3.1.3 NIVELES**

Se toman tres niveles de desarrollo de la calidad:

Un primer nivel, considerado el máximo, cuyo peso (3) o valor significa, que en él se presentan todos los rasgos de calidad constitutivos de las tres dimensiones.

Un segundo nivel, considerado nivel medio (peso 2), el cual se evalúa atendiendo a que se cumplan la dimensión Propósito Funcional y la dimensión Estilo Identificativo a su máximo nivel y ocurran falencias en la dimensión Motivacional o se dé el máximo nivel en las dimensiones Estilo Identificativo y Motivacional y el nivel bajo se dé en la dimensión Propósito Funcional.

Un tercer nivel, que tendrá el valor mínimo (peso 1). Este se evaluará cuando las dimensiones Propósito Funcional y Estilo Identificativo o las dimensiones Propósito Funcional y motivacional tengan el mismo valor (peso 1).

Visto como totalizador, en el Diseño periodístico se imbrican los procesos perceptivos utilizando como vía la comunicación. Estos procesos deben atender a exigencias esenciales que permitan su funcionabilidad: carácter de sistema, proceso comunicativo, interacción información-lector, entre otros. Su calidad está dada en la medida en que, en el cumplimiento de los objetivos, se manifieste el accionar del personal periodístico y el lector, la unidad de lo cognitivo-afectivo-valorativo, el usuario como centro del proceso, la concepción visual en su carácter sociofuncional y la utilización de la evaluación en función de la coevaluación, la heteroevaluación y la autoevaluación.

Una propuesta metodológica para evaluar el impacto del Diseño Periodístico, su calidad fundamentada en los efectos o resultados que ha suscitado en los lectores, debe partir de fundamentos teóricos, filosóficos, epistemológicos, psicológicos, didácticos, semánticos y comunicacionales que le permitan su operatividad en la práctica, como elemento contentivo de su caracterización desde una concepción que aspira ser desarrolladora, donde se imbriquen su definición, funciones y principios que la sustentan.

#### **II.4 PROPUESTA METODOLÓGICA**

A partir de presupuestos teóricos, filosóficos, epistemológicos, psicológicos, didácticos, semánticos y comunicacionales revisados, se presenta el diseño o estructura de la Metodología teniendo en cuenta un sistema de acciones y operaciones para rastrear el

Diseño Periodístico con las dimensiones e indicadores explicitadas para determinar el impacto de este proceso.

#### **II.4.1 ARGUMENTOS ESTRUCTURALES Y FUNCIONALES DE LA METODOLOGÍA.**

La propuesta metodológica presenta una estructura que parte de los fundamentos teóricos, los principios, funciones que sustentan la evaluación de impacto (capítulo I) lo que constituye su aparato cognitivo.

Otro elemento de la estructura lo constituye el aparato instrumental metodológico que en este caso lo componen las técnicas e instrumentos para explorar las dimensiones e indicadores presentes en un DP de calidad.

Se toma como estructura para la propuesta metodológica los criterios de Rogelio Bermúdez y Maricela Rodríguez (2003), así como otros actores más actuales como Valles Lima, Nerelys de Armas los cuales coinciden en que toda metodología está conformado por estos elementos, en el que se define un aparato teórico cognitivo conformado, en este caso, por los conceptos, principios y requerimientos que se han establecido para evaluar el impacto del Diseño Periodístico, o sea, su objeto de estudio (EIDP).

El aparato cognitivo ha estado contemplado a partir de los conceptos del capítulo I, conformado por conceptos como Comunicación, Evaluación de Impacto, Calidad, Diseño, entre otros. Serie de categorías teóricas con las que se pretende aportar a la teoría. No son más que las leyes y principios que regulan esta metodología.

El aparato instrumental metodológico compuesto por todos los métodos, vías e instrumentos que se utilizan para contrastar la operatividad de la metodología, entre ellos entrevistas, observación, encuestas y otros.

##### **II.4.1.1 OPERATIVIDAD DE LOS PRINCIPIOS EN LA PROPUESTA METODOLÓGICA**

El individuo, desde la lógica informacional, se refleja en la propuesta metodológica en la concepción del accionar de sus pasos, al entender a los usuarios en función del desarrollo y aportación personal sobre la dimensión comunicacional, el área afectivo motivacional como la cognitiva intelectual, en tanto la metodología aporta conocimientos, flexibilidad,

atendiendo a lo individual, a las necesidades e intereses de los lectores, cuestión manifiesta en los indicadores que caracterizan un DP de calidad.

El condicionamiento multifactorial del proceso rige toda la proposición al plantear un sistema de acciones que parte de la determinación de los márgenes y aspectos del DP, buscando precisar las dimensiones e indicadores que en el contexto cultural de la región pudieran influir de una manera más directa en la evaluación de impacto de esta actividad. Permite desarrollar el cumplimiento de los objetivos que para la publicación se han trazado sin minimizar los intereses, necesidades de los sujetos que interactúan en el mismo.

Atender al carácter cultural concreto de este proceso constituye una premisa de la propuesta, toda vez que se está evaluando una actividad en las condiciones concretas de la provincia de Mayabeque, territorio en referencia y con resultados en indicadores de eficiencia atribuibles a una norma nacional.

Al contemplar la actividad comunicación como base de este DP se asume que la metodología tiende a centrar el acto de comprobación y evaluación como una actividad de comunicación y no de influencia, en tanto el evaluado es incluido desde el acto de concepción de la evaluación, las dimensiones e indicadores que serán rastreados y se posibilita un intercambio constante donde la utilización de diferentes métodos científicos y su posterior tabulación e integración permitan una autovaloración del proceso evaluativo por los agentes participantes: evaluadores, diseñadores, periodistas, directivos, etc.

Al tratar lo instructivo como base de lo educativo en la evaluación de la calidad gráfica, se parte de los fines que determina el qué, para ello se establece la necesidad de determinar los procesos del DP y los indicadores de impacto que lo caracterizan desde el propio momento de la proyección de la evaluación. Esto indica que para que el acto evaluativo constituya un proceso comunicativo se debe partir del conocimiento del evaluador quien integrará en su accionar cualidades válidas para hacer viable esta propuesta, entre otras: honestidad, responsabilidad, flexibilidad y humanismo.

Concebir la evaluación de la calidad del DP con un carácter integrador significa atender a los diferentes momentos en que se evalúa el proceso por las diferentes instancias,

estableciendo nexos y relaciones de subordinación biunívoca o lineal que a la postre permitirá una mayor justeza en el acto evaluativo.

Asumir las diferentes fases del proceso de Diseño periodístico en función de los objetivos comunicacionales implica que el acto de evaluación de su calidad debe partir de precisar los fines para las cuales se orientan las mismas.

Atendiendo a que la prioridad en esta calidad estará en el accionar del diseñador y población en cualquiera de sus fases o momentos (antes, durante o después).

Se toma como Evaluación de Impacto: aquel proceso en el que se examina, se estima, se compara y se valora efectos y resultados en el tiempo de una variable, luego una buena evaluación de impacto implica: hacer las cosas que haya que hacer en correspondencia con los objetivos (calidad), es decir, potenciando lograr valores óptimos. Un buen proceso de evaluación será aquel capaz de ser imparcial, creíble, útil, participativo, retroalimentador y eficaz en cuanto a su costo (Curso de evaluación. Castro, 2016)

En resumen, una buena evaluación involucra evaluar de manera integral desarrollando todos los agentes participantes, con carácter sistémico, sistemático y contextualizadamente, y esto es asumido en la secuencia de pasos o acciones que presenta la Metodología.

Se trata de evaluar de forma integral y desarrolladora un proceso que es multifactorial y estructuralmente diverso: el Diseño periodístico; por eso se asume una de sus aristas menos abordadas en la literatura, el impacto de esa actividad, o sea, adentrarse en las derivaciones de esa actividad y no en su procedimiento, en todos sus momentos y en su conexión a partir de los objetivos que para un usuario se esperan, como presupuestos teóricos o metas en esta actividad.

Luego, la calidad en el proceso de evaluación de impacto debe ser entendida para obtener datos fiables, confiables, proyectivos, perfeccionables, como un proceso estimulador, resorte potenciador, motivador, que posibilite el desarrollo social de los usuarios y el propio evaluador.

La calidad se logrará en tanto se cumpla un grupo de acciones válidas como pasos de una metodología elaborada a partir del análisis teórico y empírico del objeto de la investigación

y del objeto a evaluar, que permite hacer una evaluación penetrando en lo interno del proceso.

Se toma de la evaluación del Diseño periodístico:

- Su concepción y diseño.
- Su calidad.
- Su interrelación con otros agentes evaluadores.
- Su evaluación.
- Su impacto.

Entendiéndose la calidad del Diseño Periodístico como se aborda en el Capítulo I, la correspondencia relativa desde el momento de la planificación (con los propósitos que como meta se plantean, para el proceso de Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico) hasta la ejecución y control de los niveles productivos que pudieran alcanzar en el proceso de interacción con los agentes consultores, destacándose los siguientes rasgos:

- Relaciones comunicativas entre sus participantes
- Centrado en la solución de problemas
- Reflexión y regulación metacognitiva
- Que propicie la asimilación socio funcional del Diseño
- El usuario como centro del proceso
- El diseño y ejecución del proceso sobre la base del paradigma desarrollador
- Un proceso de evaluación sustentado en la coevaluación, cuyo fin último sea la autoevaluación.

Lo anterior queda reflejado en el esquema que se presenta a continuación.



Elaboración propia Díaz, 2018.

Se asumen los principios para cumplir las funciones desarrolladoras e integradoras de la evaluación y que regulan el proceso de aplicación de la metodología y el aparato instrumental conformado por los métodos teóricos y empíricos, técnicas, procedimientos y medios para intervenir en la práctica y transformar el objeto de estudio.

Esta metodología parte de la estructura funcional de la actividad a saber sin desconocer que solo para un estudio comprensible del mismo opera la división en sus facetas. Sin embargo, como el objeto de estudio tiene un carácter procesal, secuencial, se reafirma que estos momentos se interconectan y por tal motivo las acciones no son puras (indicadores de uno u otro factor), sino que en el plano subjetivo se instalan o diseñan para una evaluación más objetiva en uno u otro momento, a partir de variables que sí representan del objeto de estudio el elemento más puntual en cada momento.

Se resalta que en la metodología se toma a un mismo nivel de relevancia los actores de la comunicación periodística (personal periodístico-lector), sujetos interactuantes que reflejan los elementos personales del mismo.

En tal sentido los indicadores expuestos en cada dimensión son rastreados por los actores de comunicación periodística, considerando el carácter protagónico, dinámico y activo que hoy demanda un Diseño Periodístico de calidad.

Por otra parte, se asume el DP y a partir de sus características y condiciones, se tratan de reflejar en las dimensiones según la representación que de él se posee.

En la configuración de indicadores en el plano teórico se reflexionó desde el objetivo de este proceso o fin máximo (la interpretación y presentación de información periodística sobre la base de una concepción comunicativa) y tomando como referente teórico los aspectos de esa información significativa (novedosa, sugerente, lógica, útil, funcional, sugestiva, orientativa, movilizadora) para la operacionalización de los mismos.

En el plano empírico se tomó el resultado de entrevistas, encuestas, realizadas a posibles agentes que ejecutarán la propuesta, con el fin de precisar las acciones contentivas de una metodología para evaluar el impacto, así como de las dimensiones e indicadores que caracterizan a un DP.

Desde el punto de vista teórico se partió de las investigaciones realizadas tanto en el plano nacional como internacional con relación a la calidad en diseños de periódicos, además de la experiencia en la práctica productiva en la temática donde el autor laboró en el Semanario Mayabeque por más de 3 años e impartir temas de Diseño Editorial desde la docencia de pregrado.

Sobre la base de los fundamentos del proceso de Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico del Mayabeque se diseñó una propuesta metodológica que orienta a evaluadores y evaluados en la planificación, ejecución y control de este proceso en el contexto de la evaluación del diseño periodístico.

#### **II.4.1.2 ACCIONES-OPERACIONES**

Las acciones que como pasos de una metodología se tienen en cuenta para evaluar el impacto del Diseño periodístico que se describen y explican a continuación, actuarán como un cierto ordenamiento estructural que insertadas en el entrenamiento podrán potenciar la evaluación de la calidad de este proceso.

Acciones y operaciones metodológicas para evaluar el impacto del DP.

ACCIÓN 1. Determinar los fines, fases, dimensiones, indicadores y formas en que se evaluará el Impacto del DP.

### **Operaciones**

1(a). Precisar las variables, dimensiones e indicadores de calidad del momento antes, durante y después de la evaluación para la integración y valoración.

1(b) Establecer diferentes formas de cómo evaluar atendiendo a lo establecido anteriormente.

1(c) Priorizar las actividades que realiza el evaluador y el evaluado en los tres momentos.

1(d) Determinar la correspondencia de los tres momentos de la evaluación del DP.

ACCIÓN 2. Utilizar vías de la investigación científica para evaluar el Impacto del DP (carácter científico)

### **Operaciones**

2(a). Comprender el objeto a evaluar.

2(b). Precisar las dimensiones e indicadores del objeto a evaluar.

2(c). Concebir y elaborar los métodos e instrumentos a aplicar.

2(d). Aplicar y tabular los instrumentos elaborados o reelaborados.

2(e). Aprovechar las posibilidades que brindan los métodos científicos de investigación, separados o combinados.

2(f). Arribar a conclusiones y valoraciones.

ACCIÓN 3. Estudiar y adecuar criterios del contexto en que se va a evaluar el IDP. (contextualización)

### **Operaciones**

3(a). Valorar las características del territorio, institución, equipo de redacción y diseñador(s), públicos que serán evaluados.

3(b). Adecuar la concepción y práctica evaluativa inicial general a las características particulares valoradas.

3(c). Prever espacios abiertos para incorporar, de ser necesario, contingencias imprevisibles en el acto de planificación (de tipo contextual).

ACCIÓN 4. Reducir al máximo la incidencia de factores subjetivos - sociopersonales en la EIDP (carácter multifactorial).

### **Operaciones**

4(a). Determinar los factores.

- Preparación del evaluador
- Flexibilidad
- Persuasión
- Rapport
- Dominio del contenido
- Poder de convencimiento

4(b). Precisar los momentos en que se evalúa la calidad de diseño:

- Mes, año, horario, número de usuarios a encuestar, tradición en sus resultados evaluativos, dosificación del contenido, etc.
- Aceptación o rechazo
- Disposición o no del evaluado, para que se consuma el acto de evaluación.

4(c). Tener en cuenta el efecto de la evaluación para el evaluado, el equipo de redacción, la institución en ese momento.

- Implicaciones para su prestigio profesional
- Realización profesional
- Economía familiar y personal
- Para el equipo de redacción
- Expectativas del equipo de redacción
- Para la institución
- Implicaciones para la obtención de estímulos

ACCIÓN 5. Establecer los nexos de las EIDP realizada por las diferentes instancias (carácter de sistema).

### **Operaciones**

5(a). Atender la periodicidad o frecuencias de las evaluaciones.

5(b). Identificar las relaciones que se dan entre las formas de evaluación a realizar (oral, escrita, práctica, corporal o combinadas).

- Subordinación
- Lineal
- Biunívocas

5(c). Establecer relaciones entre los tipos de evaluación realizados (provincial, municipal, institucional o por el organismo rector)

- Evaluaciones externas
- Evaluaciones internas
- Asesorías
- Autoevaluaciones
- Encuestas a la población

ACCIÓN 6. Valoración de la correspondencia entre las fases de Estructuración y proyección, Cumplimiento y Retroalimentación y registro de la EIDP.

### **Operaciones**

6(a). Valoración del comportamiento de la EIDP en cada una de las fases por separado.

6(b). Comparar la concepción de la Evaluación del Impacto del Diseño Periodístico en su Estructuración y Cumplimiento para determinar su perfeccionamiento.

6(c). Evaluar y/o autoevaluar el proceso de la EIDP por agencias y agentes.

### **II.4.1.3 ARGUMENTACIÓN DE LAS ACCIONES DE LA METODOLOGÍA**

La estructura de esta propuesta obedece a las 6 preguntas más importantes que se le pueden hacer a cualquier proceso, ¿para qué?, ¿qué?, ¿cómo?, ¿quiénes?, ¿con qué? y ¿cuándo?

El para qué está dado en el primer paso al establecer los fines de la evaluación de la calidad del impacto, en el que resulta imprescindible que se tengan en cuenta no sólo los objetivos sociales y normativos plasmados en los diferentes documentos de carácter estatal, sino los objetivos individuales (personal periodístico como reflejo de los usuarios) a partir del diagnóstico de ambos y del proceso objeto de evaluación.

Se busca un acercamiento entre las necesidades sociales y personales en su doble dirección atendiendo tanto al desarrollo social como a los sujetos que participan en el acto de EIDP: evaluador – evaluado.

En el momento en que los evaluadores y evaluados tienen claridad del fin (para qué) se hará el acto de evaluar el impacto, el cual debe darse a conocer con anterioridad a los evaluados. Estos fines pueden tener un carácter más general (DP en su totalidad) o más específico y particular dirigido a un aspecto como por ejemplo la calidad de las acciones comunicacionales o la calidad de los medios técnicos en la comprensión de los usuarios.

Se sugiere que independientemente de la determinación del fin general sería provechoso que se precisaran objetivos por etapas del proceso de evaluación de impacto, ya que cada una de ellas tiene una dinámica diferente, que aunque es cierto que en la primera (etapa

organizativa) se proveen las demás, es indispensable que haya una correspondencia entre los objetivos de las tres etapas propuestas, así como la habilidad que expresa estos objetivos en función de su contenido, sin perder de vista el seguimiento que se le debe dar al objetivo general con carácter abarcador de las tres fases.

La valoración del impacto es una demanda social y contextualizada lo que permitirá:

- Obtener información válida y confiable de los efectos de la EDP en el semanario Mayabeque (de manera sistémica y sistemática).
- Identificar los factores que explican con mayor proporción la varianza de los logros significativos (calidad, comprensión) que alcanzan los procesos comunicativos.
- Capacitar a especialistas y diseñadores en el propio proceso de evaluación.

¿Qué se evaluará? Se determina desde la primera acción al precisar las fases de la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico, sus dimensiones e indicadores. Se propone una fase organizativa, entendiéndose esta como la fase en que evaluador y evaluado planifican y prevén las acciones a desarrollar por ambos para que se produzca la EIDP antes, durante y después en estrecha correspondencia con los fines propuestos anteriormente.

La determinación de las dimensiones e indicadores precisos en cada una de las etapas constituye un paso esencial de esta metodología. Si bien es cierto que a veces, dado por el carácter dinámico y dialéctico de la funcionabilidad de estas fases, acciones de una pueden ser también de otras, aunque cada una de ellas tiene su propia identidad con indicadores concretos.

Se determinó una fase de Cumplimiento que consiste en el despliegue de las acciones previstas en la fase Organizativa a partir del interaccionar de las jerarquías funcionales en un proceso de interrelación de los elementos personales, la cual está caracterizada por un grupo de indicadores.

Una fase de control que se establece a partir de valorar lo proyectado y lo ejecutado en función del perfeccionamiento del proceso y del autocrecimiento de los sujetos intervinientes en la evaluación.

La segunda acción utilizará vías de la investigación científica para evaluar la EIDP y responde al ¿cómo?, lo cual constituye el centro de esta investigación, pero sería asistemática y fragmentada sino se partiera del para qué y el qué para llegar al cómo y posteriormente redundar el sistema con quiénes y cuándo.

Si se quiere evaluar el IDP centrado en la interacción del usuario con la información, como lo indica "el qué" (contenido en dimensiones e indicadores), donde se integran todos los componentes del mismo que se proyectan desde el objetivo, las vías, formas y técnicas deben ser abarcadoras, flexibles en términos de adecuación.

Hasta ahora controles estatales, cursos, talleres, evaluaciones a productos y procesos son viables para la aplicación de la metodología. Utilizar vías de la investigación científica para evaluar el IDP determinando problemas reales de la evaluación, planteando hipótesis y diferentes alternativas que lleven a la solución de los mismos.

El uso de métodos científicos (por su rigurosidad y precisión), la reflexión y la criticidad como cualidades del pensamiento del evaluador y el evaluado, respeto, flexibilidad, uso de la lógica del pensamiento científico, son elementos esenciales en cualquier accionar para evaluar el impacto.

Dentro de las técnicas o instrumentos pueden utilizarse:

- Coloquios, paneles, fórums, mesas redondas, debates y seminarios
- Dinámica grupal (análisis crítico de dicha participación)
- Actividades prácticas
- Cuestionarios
- Entrevistas
- Pruebas mixtas (preguntas cerradas y abiertas)

Para evaluar estado de las emociones, motivaciones, satisfacción personal, proyecciones ideopolíticas.

- Realización de concursos

- Realización de periódicos (elaborados por los lectores bajo la dirección y ayuda de los diseñadores)
- Entrevistas grupales

De esta manera se estarán potenciando las fases menos evaluadas del Diseño Periodístico (antes y después).

La tercera acción, estudiar y adecuar criterios del contexto en que se va a evaluar el impacto del Diseño periodístico (contextualización) responde a la pregunta "dónde".

Resulta significativo en cualquier contexto el estudio de las particularidades donde se va a someter a valoración el estado de algo, máxime si estamos acotando el Impacto del Diseño Periodístico de un territorio con su historia, su cultura y en especial sin cultura de la evaluación de impacto de Diseño.

El diagnóstico institucional del equipo de redacción, de los diseñadores, será un elemento importante que permitirá una adecuación de los criterios para evaluar el Impacto del Diseño Periodístico.

El acto de planificación de la evaluación de impacto debe prever espacios abiertos que permitan incorporar nuevas variantes o alternativas en la evaluación de impacto de la calidad gráfica.

La cuarta acción, reducir al máximo la incidencia de factores subjetivos – socio-personales en la evaluación de impacto del Diseño Periodístico (carácter multifactorial), responde a la pregunta quiénes y tiene que ver con las características de evaluadores y evaluados, es importante conocer en qué momento se evalúa el impacto de la calidad, el grado de aceptación o rechazo, la disposición o no para consumir el acto de evaluación.

Las implicaciones para el evaluado, para la obtención de estímulos o correctivos son elementos esenciales que exigen una preparación del evaluador, poder de convencimiento, flexibilidad, persuasión, humanismo, intransigencia y todos ellos combinados de manera tal que se reduzca al máximo la incidencia de factores subjetivos socio-personales en la

evaluación del impacto de la calidad, ayudado por la acción rectora esta propuesta (la utilización de vías científicas).

La quinta acción, establecer los nexos de las evaluaciones de impacto del Diseño Periodístico realizada por las diferentes instancias (carácter de sistema) responde a la pregunta "cuándo" y tiene que ver con la periodicidad o frecuencia de las evaluaciones realizadas por diferentes instancias (municipales, provinciales, institucionales, equipo de trabajo) y los tipos de control realizados.

El determinar las principales fortalezas o debilidades de las evaluaciones realizadas con anterioridad al Diseño Periodístico para diseñar la evaluación actual de este proceso, constatar el seguimiento dado, descubrir los tipos de relaciones, entre las variadas evaluaciones del Diseño Periodístico realizadas y las que se dan entre las formas de evaluación a realizar (orales, escritas, prácticas o combinadas).

La sexta acción, valoración de la correspondencia entre las fases de Organización, Cumplimiento y Retroalimentación de la evaluación de Impacto del Diseño Periodístico, permite la retroalimentación del proceso en tanto se valora el comportamiento de la evaluación en cada una de las fases y de manera integral. Compara lo ejecutado con lo proyectado y determina el sistema de medidas correctivas.

La acción conclusiva de evaluar y autoevaluar el proceso de evaluación es el resorte impulsor de una evaluación integradora, integral, funcional y situacional contextual, sistémica y participativa. La representación gráfica de la propuesta metodológica se muestra a continuación:



Elaboración propia

## II.5 VALORACIÓN DE LA PERTINENCIA DE LA METODOLOGÍA EN SU INTRODUCCIÓN PARCIAL

El propósito de este epígrafe es constatar el grado de pertinencia, entendido como la aproximación a la confirmación práctica o teórica de la solución propuesta. En este caso se trató de un acercamiento solo desde el punto de vista valorativo, con la finalidad de comprobar la pertinencia y las posibilidades de éxito de la modalidad para desarrollar la EI en las condiciones del semanario Mayabeque, es decir, si la metodología es utilizable de manera efectiva en la práctica editorial para evaluar el proceso.

En esta etapa se desarrollaron dos acciones fundamentales:

1. Diagnóstico y validación de la metodología por los especialistas (expertos) de evaluación de la Oficina Nacional de Diseño y seleccionados.
2. Taller de capacitación a directivos, y personal periodístico del semanario Mayabeque.

### **Acción 1:**

#### **Resultados del diagnóstico y validación de la metodología por los expertos**

Para presentar la metodología y su valoración teórica en esta investigación, se parte de los criterios para la selección de los especialistas (expertos). (anexo 10)

Al emitir un juicio sobre la metodología y los elementos que se le cuestionan acerca de la misma es significativo señalar como de manera general todos coinciden en que se garantizan los recursos metodológicos y las acciones de búsqueda y procesamiento para que la EI sea un proceso preciso y factible, se pauta que el proceder metodológico, en general, es realizable, aunque existen acciones como las relacionadas con la interpretación de las valoraciones que dependen del entrenamiento del equipo evaluador. En este aspecto, sugieren presentar alternativas para que en la práctica el equipo evaluador, entienda cuáles debían ser esas valoraciones y cómo se interpretan.

Relacionado con el proceso de participación masiva la sugerencia realizada por los expertos-especialistas refieren la necesidad de que en las alternativas en la práctica se prevea la participación masiva no solo por la cantidad sino con las fuentes de información que se utilicen.

En cuanto a las etapas, niveles y acciones previstas en la metodología, los cinco expertos consideran que tienen logicidad y estructuración coherente lo que permitirá desde sus fundamentos, un accionar objetivo y factible para su implementación.

En general se aprecia que no existen señalamientos referidos a las cuestiones metodológicas y a la imposibilidad de desarrollar tal proceso, siguiendo las ideas de la metodología propuesta.

Tales sugerencias fueron tenidas en cuenta para la reestructuración de la metodología, por lo que fue necesario una segunda vuelta con el objetivo de valorar las alternativas en la práctica incluyendo diversas fuentes de información, en las que valoran de positivo la integración de diferentes instrumentos a tener en cuenta, lo que evidencia la pertinencia teórica de las acciones.

## **Acción 2:**

El Taller de capacitación se realizó con el objetivo de preparar teórico-metodológicamente a directivos y personal periodístico del semanario Mayabeque, con relación a la evaluación

de impacto del diseño periodístico. Esta es una acción que se concibe como espacio de aprendizaje y de reflexión grupal, que permite sistematizar modos de actuación y al mismo tiempo, complementar su preparación para enfrentar un proceso de Evaluación de Impacto objetivo, integrador y participativo. (Anexo 11).

Este taller de capacitación, se desarrolló en cuatro sesiones, cada una de cuatro horas. En las primeras dos sesiones, se analizarán etapas, niveles, los criterios a seguir por el equipo evaluador, las dimensiones e indicadores de la EI, los instrumentos que se proponen, su empleo y su significado dentro de la metodología y en las restantes, se realizarán análisis crítico de los elementos que se proponen y los instrumentos necesarios para un diagnóstico objetivo sobre la base de la contextualización de los mismos en el periódico.

De los directivos y personal periodístico del Semanario Mayabeque, así como especialistas del departamento ideológico del Comité Provincial del Partido de la provincia, fueron escogidos: cuatro directivos dentro de ellos (Director general, Jefe de Información, Jefe de Redacción y Administración), así como 6 periodistas, 2 fotógrafos, 2 diseñadores, 1 webmaster.

En el debate, aunque se consensuó la necesidad de la EI, hubo resistencia en cuanto a la comprensión del lugar que ocupa la metodología propuesta con respecto al procedimiento y el cuestionario que se realiza actualmente a la población. En este sentido, surgieron preocupaciones tales como "qué diferencia una de la otra", sin embargo, esta metodología lo complementa ya que tienen finalidades distintas; el anterior es un instrumento que evalúa el impacto del periódico en la población y el actual, evalúa éste aspecto integrando el diseño periodístico.

Con esta propuesta, el monitoreo intencional de ciertos indicadores y el entrenamiento en cómo abordar futuras evaluaciones con una mirada hacia el interior de su proceso, hace que el mismo tenga un carácter de retroalimentación y perfeccione la elaboración de este producto comunicacional.

Se expresaron criterios sobre la objetividad de la metodología, debido a que en la editora no existe una visión real sobre lo que es EI del diseño periodístico y su finalidad. Sobre este tema, se obtuvieron planteamientos tales como "de carácter íntegro, parece muy adecuado

evaluar el impacto de la actividad que hacemos, o parte de ella, aunque hasta el momento se entendía de manera aislada” y ahora se ofrece una visión más integradora y otros como que “El sistema parece lo suficientemente flexible para adaptarse a las condiciones y el contexto que se vive en la provincia, al mismo tiempo que sustenta varias de los saberes que hoy en día se trataban empíricamente”, aspecto que se aprovechó en la elaboración de la propuesta.

En relación con las etapas definidas para desarrollar la EIDP en el período determinado, la mayoría coincidió en que son necesarias para organizar el proceso. En el caso del contenido de la evaluación fue considerado como adecuado por los participantes en el debate. Aquí se enfatizó en la relación que este tiene con las variables de desarrollo, de superación y de las posibilidades que ofrece, no solo para la mejora de la calidad del periódico sino para los propios evaluadores a partir del empleo de dichos indicadores.

En la creación del equipo evaluador, la principal dificultad estaba dada en que los miembros del equipo fueran los que entrevistaran a sus propios lectores y esto pudiera conducir a una contradicción. Desde esta mirada, se argumentó que esta acción no implicaba un problema, mientras que se apliquen de manera objetiva la técnicas e instrumentos pensados para funcionar. Si ésta realidad condujese a una dificultad, aun así, se bosquejó que siempre existe la alternativa de contactar a equipos externos para realizar las acciones de evaluación.

Finalmente se comprobó que, aunque la metodología se implementó parcialmente, se puede afirmar, según las informaciones contenidas, que hay elementos suficientes para tomar decisiones en torno al perfeccionamiento de las acciones del Diseño periodístico lo que significa que la metodología responde a la finalidad para la que fue concebida.

### **A modo de conclusiones**

La construcción de una metodología para la Evaluación de Impacto del seminario Mayabeque se justifica a partir del vacío teórico y operacional existente en esta área, se basa en un sistema de principios que atienden a la unidad de las variables de comunicación y la evaluación de impacto, de lo sistémico y lo sistemático, la unidad de la precisión y factibilidad de las acciones y de los recursos metodológicos usados en la evaluación, la participación masiva de los actores, que sirven para explicar, organizar o fundamentar la

búsqueda de conocimientos, actuando como elementos reguladores y normativos, y orientan y fundamentan cómo se debe realizar la EI.

La metodología tiene como componentes el marco contextual (Justificación, Fin y Objetivos), bases teóricas de la metodología (conceptos fundamentales, fundamentos y principios que rigen el proceso de evaluación), estructura del proceso evaluativo y Proceder metodológico (métodos, instrumentos, secuencia, aplicación, toma de decisiones) y como etapas del proceso la de planificación y preparación del proceso evaluativo, la de desarrollo del proceso evaluativo y la de sistematización y toma de decisiones para la mejora.

La validación de la metodología expresó su futura viabilidad para el desarrollo de la EI, aunque se apreciaron ciertas complejidades debido a la falta de entrenamiento de los posibles usuarios que pueden ser resueltas mediante procesos de capacitación.

## CONCLUSIONES

El estudio de los antecedentes permitió determinar que existen posiciones que caracterizan a la evaluación, el impacto y la evaluación del impacto, según las condiciones histórico-concretas en que tiene lugar el hecho evaluado, siempre en función de su mejora. Desde el Diseño y a la comunicación como bases teóricas de la investigación la Evaluación de Impacto debe ser vista como un proceso de interacción social apoyado en la comunicación entre evaluados y evaluadores, dirigido a la valoración integral de los efectos producidos por las acciones de comunicación, basado en los recursos metodológicos de la investigación social.

La caracterización del estado actual del proceso de Evaluación de Impacto en el semanario Mayabeque mostró diversidad de criterios de los especialistas sobre qué es Impacto y cómo se evalúa, reduciéndolo a la aplicación de encuestas, además de limitaciones en los recursos teórico-metodológicos para determinar los tipos de impacto, su magnitud e intensidad, falta de una definición operacional que particularice en las acciones que la distinguen, así como escasa presencia en los planes estratégicos y de comunicación, lo que demuestra la necesidad de modelar este proceso en correspondencia con el contexto de desarrollo que ella encausa.

El estudio de la viabilidad de la metodología mediante su valoración parcial demostró su posibilidad para evaluar el impacto del Diseño Periodístico en el semanario Mayabeque, que con un entrenamiento efectivo de los posibles usuarios-actores, permitirá a las estructuras de dirección y especialista de Diseño contar con informaciones válidas y confiables para la toma de decisión en función de la mejora continua de este proceso.

## RECOMENDACIONES

Toda metodología teórica está compuesta por un engranaje de componentes y relaciones que carecerían de sentido si no son acompañadas por un conjunto de recursos que le permiten establecer el vínculo con las condiciones reales del contexto para el que fue diseñado. En este sentido es que se proponen las formas de implementación de la metodología. En este caso se proponen dos formas fundamentales de implementación:

- 1) La incorporación de la metodología mediante las estrategias comunicativa de la Editora.
- 2) La incorporación de la metodología como un proceso independiente manejado desde el colectivo de dirección del semanario.

Una vez implementado la metodología es fundamental conocer, en cada una de sus repeticiones, si los resultados generados por su uso responden a los intereses para los que fue creado. La metodología se considerará efectiva si ha cumplido con la finalidad para la que fue diseñada, aunque es importante llegar a saber si cada uno de sus elementos distintivos funcionó en las nuevas condiciones en que fue aplicado.

Se recomienda estudiar la posibilidad de extender este estudio hacia las demás provincias desde el Sistema Nacional de la Evaluación de Diseño, contextualizándolo en la realidad de los territorios y sus rotativos.

La introducción de estos saberes a la práctica formativas sin dudas va a potenciar la adquisición de competencias y habilidades a la hora de enfocar la calidad de los productos de Diseño, desde la óptica de potenciar el acercamiento a conocimientos que integren y complementen el pensamiento más holístico capaz de enfocarse en los usuarios desde la disciplina y la propia experiencia comunicativa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aedo, C. (2005). *Evaluación del impacto*. Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- Álvarez, J. J. (2013). *Evaluación del impacto del microcrédito en la cooperativa de ahorro y crédito Colanta*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Andricaín, S. (2001). *El libro infantil: un camino a la apreciación de las artes visuales*. Cuatrogatos.
- Añorga, J. (1997). *Diseño Teórico-Práctico de Modelo de Evaluación de Impacto*. Material Impreso Instituto Superior Pedagógico "Enrique José Varona". La Habana, Cuba.
- Añorga, J. (2000). *Evolución de los modelos de evaluación para la modelación de la evaluación de impacto de la Educación Avanzada*. Universidad de Ciencias Pedagógicas Enrique José Varona. La Habana, Cuba.
- Añorga, J. (2001). *Resultados del proyecto de investigación sobre Evaluación de Impacto*. Cátedra Educación Avanzada. Centro de Posgrado, ISPEJV. La Habana, Cuba.
- Añorga, J. (2012). *La educación avanzada y el mejoramiento profesional y humano*. (Tesis doctoral). Instituto Superior Pedagógico "Enrique José Varona. La Habana, Cuba.
- Apodaca, P. M. (1999). *Evaluación de los resultados y del impacto*. Revista de Investigación Educativa.
- Allen, J. E. (1936). *Newspaper makeup*. Nueva York: Harper & Brothers

- Armentia, J. I. (1994). *Las nuevas tendencias en el diseño de la prensa española a finales de los 80*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Armentia Vizuetete, J. I. y Caminos Marcel, J. M. (2003): *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel.
- Artiles Armada, K y Alvarez Valdivia, I, M. (1999). *La evaluación en la universidad: estudio preliminar*. Centro de Estudio de Educación, Universidad Central de las Villas, Santa Clara; Villa Clara, Cuba.
- Baker, J. L. (2000). *Evaluación del impacto de los proyectos de desarrollo en la pobreza: manual para profesionales*. Washington: Banco Mundial.
- BCDO (2009). *El impacto económico del diseño en las empresas de Cataluña.*, Observatorio Diseño y Empresa de España.
- Berner, H. H. Darville, P., Guzmán, N., Montoya, A. M. y Izquierdo, S. (2009). *Metodología de la evaluación del impacto*. División de Control de Gestión. Santiago de Chile, CHILE.
- Bello, R. (2009). Curso/ taller. Módulo 3. Evaluación de impacto. [cepal.org/ilpes](http://cepal.org/ilpes)
- Billoru, N., Pacheco, M. y Vargas, F. (2011). *Guía para la evaluación de impacto de la formación*. OIT/Cinterfor.
- Bonilla, I. C. (2007). *Impacto, impacto social y evaluación del impacto*. Acimed
- Bonsiepe, G. (1993) *Las siete columnas del Diseño*. Oficina Nacional de Diseño Industrial. La Habana, Cuba.

- Borges, L. C. (2014). *Modelo de Evaluación de Impacto del posgrado académico en los docentes de la Facultad de Ciencias Médicas "General Calixto García"*. (Tesis doctoral).
- Buen Unna, J. (2008). *Manual de diseño editorial*. ediciones Trea, SL, España.
- Camisón, C., Cruz, S., y González, T. (2006). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson-Prentice Hall.
- Canga Larequi, J. (1994): *El diseño periodístico en prensa diaria. Normas básicas*. Barcelona: Bosch.
- Castro, O. (1999). *Evaluación integral del paradigma a la práctica*. La Habana: Ed Pueblo y Educación.
- Castro, O (2016). Curso de evaluación. Maestría en Gestión de diseño, Instituto Superior de Diseño, La Habana, Cuba.
- Castro Ruz, F. (1987). Clausura del XI Seminario Nacional de Educación Media 5 de Febrero. En Indicaciones Metodológicas para la evaluación de los alumnos de la Educación Media. Resolución 615/87. MINED. Cuba.
- Centeno Gil, E. A. (2005). *Metodologías estadísticas en el contexto del ciclo DMAMC de Seis Sigma para la mejora de la calidad en los procesos de servicio*. (Tesis en opción al título de Licenciado. Universidad de Las Américas, Puebla, México.
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Bolivia: Grupo editorial, Design, 2da edición.
- Costa, J. (2014). *Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma*. Revista Gráfica
- Cohen, E y Franco, R (1992). *Evaluación de proyectos sociales*. Editores, S.A. de C.V. México.

- Conner, RF., Altaman, DG & Jackson, C., (1984). *Evaluation Studies Review Annual*. Londres, Sage, Vol. 9.
- Contreras, F. R. y San Nicolás, C. (2001). *Diseño gráfico, creatividad y comunicación*. Madrid: Blur.
- Couturejuzón González, L. (2004). *Impacto de la Maestría en Informática en salud*. Instituto Superior de Ciencias Médicas de La Habana, Cuba.
- Chaves, N. (2000). *Diseño de imagen corporativa*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Chaves, N. (2005). *El Diseño Invisible, siete lecciones sobre la intervención culta en el hábitat humano* (1a. Edición) Argentina: Gráfica MPS.
- Crissien, E. y Rodríguez, N. (2014). *Impacto social y competencias de los graduados del programa de contaduría pública en la CUL*. (Tesis de maestría). UNIVERSIDAD DE LA COSTA-CUC, Barranquilla, Colombia.
- Cronbach, L. (1963). *Educational Pshychology*. 2<sup>nd</sup> Edition. Harcourt, New York.
- Díaz, W. (2018). *La evaluación de la calidad: el camino científico del diseño*. 1era Bienal de Diseño. Diseño y Prosperidad. CD de Memorias. Palacio de Convenciones. La Habana.
- Escudero, T. (2003). *Desde los test hasta la investigación evaluativo actual. Un siglo, el XX, de intenso desarrollo de la evaluación en Educación*. Evaluación Educativa. Vol. 1 No. 1.
- Fernández, A., Peláez, A. y Figueredo, J. M. (2014). *Indicadores sociales para evaluar el impacto del proyecto. Ligas Deportivas Comunitarias*. Revista Digital. Buenos Aires, Año 19, N° 195.

Frascara, J. (1997). *Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social.*

Ediciones Infinito. Buenos Aires.

Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico y comunicación.* Buenos Aires: Ediciones Infinito.

González Díez, L. & Pérez Cuadrado, P. (2001): *Principios básicos sobre diseño periodístico.*

Madrid: Universitas.

Gade, R. (2002). *Diseño de periódicos. Sistema y método.* Barcelona, Gustavo Gili.

García Jiménez, L (2007). *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el*

*territorio de nuestra investigación (1980-2006).* Madrid, España: Tecnos

Gertler, P.; Martínez, S.; Premand, P.; Rawlings, L.; Vermeersch, Ch. (2011). *La evaluación de*

*impacto en la práctica.* Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco

Mundial. España.

Grupo de trabajo sobre evaluación de la Ayuda (2002). *Glosario de los principales términos*

*sobre Evaluación y Gestión basada en resultados.* Comité de asistencia para el

desarrollo (CAD). Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE).

ICOGRADA (2011). *Manifiesto Educación para la Enseñanza del Diseño.* Asamblea General.

Taipei, China.

\_Instituto de Normalización. Oficina de Nacional, Cuba. 2006.

Instituto Nacional de Tecnología Industrial (2008) *Diseño en la Argentina, estudio del*

*impacto económico.* Programa de Diseño. Buenos Aires, Argentina

- Jackson, H. E. (1942). *Newspaper typography: A textbook for journalism clases*. Stanford: Stanford University Press.
- Juran, J.M. (1991), *Juran on Quality by Design, The New Steps for Planning Quality into Goods and Services: Planning, Setting and Reaching Quality Goals*. Simon & Schuster Inc., New York, NY, USA.
- Klingberg, L. (1978). *Introducción a la Didáctica General*. La Habana: Ed Pueblo y Educación.
- Labarrere, G. y Valdivia, G. (1988). *Pedagogía*. Ciudad de La Habana: Pueblo y Educacion.
- Lallana, F. (2000). *Tipografía y diseño*. Madrid: Síntesis.
- Laswell H. D. (1948) *Estructura y función de la comunicación en la sociedad*. Lyman Bryson (ed), *the communication de ideas*, Institute for Religious and Social Studies, Nueva York. (edición original) Reditado en B.B. Berelson/M. Janowitz (1955)
- Lukas, J. F. y Santiago, K. (2009). *Evaluación Educativa (Segunda Edición)*. Madrid: Alianza Editorial.
- Martín-Aguado, J. A. (1987). *Lectura estética y técnica de un diario*. Madrid: Alhambra Universidad.
- Martín-Aguado, J. A. (1992). *La maqueta de un diario: evolución, diseño e informatización*. En Estudios sobre tecnología de la información 2. Madrid: Dykinson.
- Martínez, H. (2008). *El diseño periodístico, clave en la lectura crítica de la prensa*. Comunicar, 15(30), 179-184. DOI:10.3916/c30-2008-02-012

- Martínez, L., Godoy, M. y Varela, N. (2016). *Medir los efectos de las auditorías, tarea primordial*. Revista Universidad y Sociedad [seriada en línea], 8 (2).
- Martín, F.J.; Martínez, MM; Ferrándiz, S.J.; Tejada, J.; Ferrándiz, E. (2007). *La evaluación del impacto de la formación como estrategia de mejora en las organizaciones*. Revista Electrónica de Investigación Educativa.
- McMurtrie, D. C. (1940). *Modern design for modern newspapers*. Washington: American Society of Newspapers Editors.
- Montilla Barreto, I. (2003). *La calidad de la enseñanza universitaria*. (Tesis doctoral). Departamento de pedagogía, Universidad de los Andes, Trujillo, Venezuela.
- Moreno, M. (2005). *Propuesta metodológica para evaluar la eficacia del proceso pedagógico áulico en secundaria básica*. (Tesis doctoral). Instituto Central de Ciencias Pedagógicas, La Habana, Cuba.
- Moreno-Luzón, D., Peris, F. y González, T. (2001). *Gestión de la calidad y diseño de organizaciones: teoría y diseño de casos*. España: Editorial Prentice Hall.
- Morison, S. (1932). *The english newspaper: Some account of the phisical development of journals printed in London between 1622 and the present day*. Cambridge: The University Press.
- Navarro, H. (2005). *Manual para la evaluación de impacto de proyectos y programas de lucha contra la pobreza*. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES) Área de Proyectos y programación de inversiones. Publicación Naciones Unidas, Santiago de Chile.

Oficina Nacional de Diseño, Sistema Nacional de Evaluación de la Calidad del Diseño (2018).  
Ediciones Forma, La Habana, Cuba.

NI ISO 9000:2005. Sistemas de gestión de la calidad-Fundamentos y vocabulario.

Parga M. (2004). *Seminario de investigación en diseño*. Universidad Autónoma de Occidente,  
Cali.

PCC (2017). *Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución para el  
período 2016-2021*.

Peña, S. ( 2017) Conferencias de teoría del Diseño, Maestría en Gestión de Diseño, ISDI,  
2017.

Pérez-Brito, C. (2013). *Análisis de Impacto Social en Proyectos de Infraestructura*. Cartagena  
de Indias, Colombia: Unidad de Salvaguardias Ambientales y Sociales (VPS/ESG).

Pineda, P. (2000). *Evaluación del impacto de la formación en las organizaciones*. Educar.

\_\_\_ (2000) *Plan de desarrollo*. Departamento de Diseño. Universidad del Valle. Departamento  
de Diseño, Facultad de Artes Integradas, Universidad del Valle. Cali.

Pino, Y. & Ojeda, A. (2014). *La evaluación del diseño. Rigor y necesidad*. Revista A3manos.  
Editorial ISDI, La Habana.

Pino, Y. (2016). Conferencia: *La Evaluación de la Calidad del Diseño*. Módulo: Evaluación del  
Diseño. Maestría: Gestión del Diseño. Instituto Superior de Diseño, La Habana,  
Cuba.

- Pino, Y. (2018). Conferencia: *La Evaluación de la Calidad del Diseño*. SNECD. Módulo: Evaluación del Diseño. Maestría: Gestión del Diseño. Instituto Superior de Diseño, La Habana, Cuba.
- Polón de Maté, Ma del C. (1998). *La evaluación de la práctica docente y la autoevaluación. En la evaluación de los aprendizajes en el debate didáctico contemporáneo*. Argentina, Buenos Aires..
- Rogers, P. J. (2012). *Introducción a la evaluación de impacto*. Universidad RMIT (Australia) y Better Evaluation.
- Santomá Vicens, R. (2008). *Aspectos de gestión en la calidad de servicio. Una aplicación del concepto Mapping al caso de las cadenas hoteleras*. Universidad Ramon Llull, Barcelona, España.
- Smithsonian Institution Cooper-Hewitt, National Design Museum Smithsonian Institution (2013). *The Social Impact Design Summit and Design and Social Impact*. Publicado por The Smithsonian's Cooper-Hewitt, National Design Museum, en conjunto con la National Endowment for the Arts and The Lemelson Foundation. NY, USA.
- Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación (2006). *Estudio del impacto económico de diseño en España 2005*. DDI. Julio Soto Impresor, S.A. Madrid.
- Scriven, M. (1967). *The methodology of evaluation* en Tyler, R. w., Gagne, R. M. y Scriven, M. *Perspective of curriculum evaluation* AERA Monograph Series on Curriculum núm. 1, Chicago: Rand McNally.

- Suárez, F. (2008). *Fundamentos del diseño periodístico: claves para interpretar el lenguaje visual del diario*. Pamplona: EUNSA
- Tarr, J. C. (1945). *Printing to-day*. Londres: Oxford University Press
- Tejeda, R. (2011). *La evaluación del impacto formativo en contextos educativos universitarios*. Centro de Estudios sobre Ciencias de la Educación Superior (CECES). Holguín, Cuba.
- Torres, P. (2006). *Algunas consideraciones acerca del estado actual de las investigaciones sobre evaluación educativa en Cuba*. Ciencias Pedagógicas. La Habana, Cuba: Ministerio de Educación.
- Vanclay, F, Estevez, A. M., Aucamp, I. y Franks D. M. (2015). *La evaluación de impacto social: lineamientos para la evaluación y gestión de impactos sociales de proyectos*. IAIA Asociación Internacional para la Evaluación de Impactos.
- Villarroel, C. (1998). *La Importancia de la Autorregulación en el Proceso de Evaluación. Reflexiones para el caso Venezuela*. En cuadernos del CENDES.
- Zapaterra, Y. (2005). *Diseño Editorial*. (1a. ed.). Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Zimmerman Y, (1994) *Del Diseño*, Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Zorrilla Ruiz, J. (1997): *Introducción al diseño periodístico*. Navarra: Eunsa
- Zorrilla Ruiz, J (2002): *Introducción al diseño periodístico*. Barañain, Eunsa.

# ANEXOS

## ANEXO 1

Modelos de evaluación de impacto (2000-2013) a partir de los presupuestos de la Educación Avanzada y el modelo original de Añorga (2000):

- *El modelo de evaluación del desarrollo de las habilidades pedagógico-profesionales de los maestros primarios.* (Madrado, 2002). Este modelo se basa en el estudio histórico-lógico del proceso de evaluación y de los modelos de evaluación y centra su atención en el programa de Formación Emergente de Maestros Primarios.
- *El modelo de evaluación de impacto de programas educativos.* (Morales (2004). Este modelo está sustentado en la teoría de la Educación Avanzada y asume sus principales categorías: mejoramiento humano, mejoramiento profesional, mejoramiento laboral y pertinencia social y se centra en la evaluación de impacto del posgrado. Posee validez universal al poder ser aplicado a otros objetos evaluables.
- *El modelo de evaluación de impacto de la alfabetización* (González, 2006). Centra su atención en los programas de alfabetización y la unidad de evaluación son los alfabetizados por ser ellos los beneficiarios directos del programa, pero se incluye además la familia y a la comunidad. Como característica esencial precisa que la toma de decisiones les corresponde a las instituciones implicadas en la ejecución de los programas de alfabetización.
- *El modelo de evaluación de impacto social del proceso de habilitación pedagógica intensiva en el mejoramiento profesional y humano de los maestros primarios.* (Pérez, 2007). Su fundamento es el proceso de habilitación pedagógica intensiva de la formación de maestros primarios cuya finalidad consiste es constatar la trascendencia que ha tenido este proceso en los maestros habilitados. En este modelo, se destaca que el papel de los evaluadores consiste en la selección adecuada de los participantes en la evaluación.
- *El modelo de evaluación del impacto pedagógico del software educativo en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la Secundaria Básica.* (Rodríguez, 2009). Su fin consiste en evaluar de forma coherente y organizada el impacto que produce el software educativo en estudiantes, profesores y directivos. La flexibilidad de este modelo permite que sea aplicado en una diversidad de contextos educativos que implemente el uso del software educativo como medio informático para la enseñanza y aprendizaje.

- *El modelo de evaluación de impacto del programa formativo televisivo en el mejoramiento profesional y humano del estudiante de la Educación Técnica y Profesional.* (Guerra, 2010). Persigue como fin valorar los cambios observados que se operan en el estudiante de la Educación y Profesional a partir del programa formativo televisivo, lo que permitirá a su vez el perfeccionamiento del programa. La toma de decisiones le corresponde a la Dirección Nacional de Televisión Educativa y se sugiere para los evaluadores la creación de equipos multidisciplinarios para constatar y enriquecer la confiabilidad y objetividad de los datos que se obtengan.
- *El modelo pedagógico de actividades físicas que contribuye al mejoramiento profesional y humano.* (Higinio, 2013) evidencia su contribución a las transformaciones positivas en el orden físico, en el mejoramiento profesional y humano de las personas que participan.
- El modelo de evaluación de impacto del posgrado académico en los docentes de la Facultad de Ciencias Médicas "General Calixto García" (Borges, 2014) está dirigido a evaluar los efectos del posgrado académico en el comportamiento profesional y humano de los docentes de la Facultad de Ciencias Médicas "General Calixto García".

## ANEXO 2

### PARAMETRIZACIÓN DE LA VARIABLE

Parametrización de la variable			
Indicadores	Instrumentos		
	Guía de observación a la gestión	Guía de entrevista a directivos. Cuestionario de entrevista a especialistas.	Guía de entrevista a lectores.
<b>1. Dimensión Propósito Funcional</b>			
<b>1.1. Grado de concordancia al perfil editorial</b>	X	X	
<b>1.2 Nivel de calidad gráfica</b>	X		X
<b>1.3. Grado de adecuación tipológica</b>	X		X
<b>1.4. Nivel de legibilidad y comprensibilidad</b>	X		X
<b>1.5. Nivel de jerarquización y composición de los mensajes</b>	X		X
<b>2. Dimensión Identificativa</b>			
<b>2.1. Nivel de reconocimiento de los signos</b>			X
<b>2.2. Grado de contextualización de los recursos gráficos</b>		X	X
<b>2.3 Grado de adecuación a la identidad visual</b>		X	X
<b>2.4 Grado de asimilación de los valores culturales</b>		X	X

<b>2.5 Nivel de individualización de la gráfica</b>	X	X	
<b>3. Dimensión Motivacional</b>			
<b>3.1. Grado de representación de los conceptos</b>		X	X
<b>3.2. Grado adopción de significado de los recursos gráficos.</b>		X	X
<b>3.3. Nivel de adecuación del lenguaje visual al contexto informativo</b>	X	X	X
<b>3.4. Nivel de singularidad de la proposición visual</b>	X	X	X
<b>3.5. Nivel de satisfacción de los públicos</b>	X	X	X
<b>3.6. Grado de novedad compositiva</b>	X	X	X
<b>3.7. Grado de satisfacción del empleo de los recursos</b>	X	X	X

### ANEXO 3

#### GUÍA DE OBSERVACIÓN A DOCUMENTOS

Objetivo: Constatar en los documentos recopilados como aparece reflejada la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico.

Guía para el análisis del Plan de Estudio:

Objetivo: Valorar las posibilidades que brinda el Plan de Estudio D, desde la distribución de las asignaturas por años, para la concepción de un PECDPE que contribuya al proceso formativo de los profesores en formación.

#### INSTRUCCIONES

Documentos que deben ser objeto de revisión en la institución.

Estrategias de Evaluación de Impacto de productos de Diseño Periodístico

Estrategias de Evaluación de la calidad del Periódico Mayabeque

Proyectos de investigaciones relacionados con el tema.

Informes de proyectos relacionados con el tema.

#### DESARROLLO DEL REGISTRO DE CADA DOCUMENTO

- Estrategias.

		SI	NO
1.1	Se conciben acciones a corto, mediano y largo plazo para la evaluación del impacto.		
1.2	Se precisan las finalidades de la evaluación de cada etapa.		
1.3	Se relacionan los objetivos de la instancia y las acciones declaradas con los objetivos de la medición de impacto.		
1.4	Se incluyen variadas formas de evaluación del impacto		
1.5	Se planifican actividades para preparar al personal para la evaluación del impacto.		
1.6	Existe correspondencia entre las áreas de impacto con los fines de la de las competencias de los diseñadores.		
1.7	Cronograma de trabajo elaborado según los momentos óptimos de obtención de los resultados		

1.8	Dentro de las acciones para la evaluación del impacto se implica a la familia, a los factores de la comunidad y a los directivos supervisores.		
1.9	Acciones de preparación para el proceso de evaluación de impacto		

Descripción: \_\_\_\_\_

- Actas de reuniones.

		SI	NO
2.1	En el orden día se prevé la discusión del proceso de evaluación del impacto		
2.2	Los análisis van dirigidos a perfeccionar el proceso de evaluación del impacto		
2.3	Se incluye la evaluación del impacto como parte de los análisis de la actividad del área.		
2.4	Se realizan análisis de los resultados de las acciones dirigidas a evaluar el proceso de evaluación del impacto.		
2.5	Se valora el cumplimiento de las etapas de desarrollo del proceso de evaluación del impacto.		

Descripción: \_\_\_\_\_

- Diseño de proyectos e investigaciones relacionados con el tema.

		SI	NO
3.1	En los impactos esperados se espera contribuir al perfeccionamiento del proceso de evaluación del impacto.		
3.2	En sus objetivos se aprecia la intención de evaluar el proceso de evaluación del impacto.		
3.3	Entre los resultados previstos se conciben los del proceso de evaluación del impacto.		
3.4	Se adecuan los métodos y procedimientos de búsqueda de información a los procesos de evaluación del impacto.		
3.5	Los instrumentos empleados se ajuntan a los usados para evaluar el impacto.		
3.6	Se contemplan los momentos de la evaluación del impacto.		
3.7	Se tienen en cuenta las áreas para la evaluación del impacto.		
3.8	Se precisan las etapas para la evaluación del impacto.		

Descripción: \_\_\_\_\_

- Informes de Proyectos de investigación relacionados con el tema.

		SI	NO
4.1	Se aprecia calidad en el procesamiento de la información.		
4.2	Se perciben las áreas de impacto.		
4.3	Se aprecia el uso de métodos y procedimientos de búsqueda de información del proceso de evaluación del impacto.		
4.4	Se consideran instrumentos usados para evaluar el impacto.		
4.5	Se contemplan los momentos de la evaluación del impacto.		
4.6	Se advierten las relaciones que se establecen entre las áreas de impacto.		
4.7	Se contemplan las etapas para la evaluación del impacto		

Descripción: \_\_\_\_\_

#### ANEXO 4.

### ENTREVISTA GRUPAL A LA POBLACIÓN

**Objetivo:** Valorar las opiniones, criterios y puntos de vista como agente participativo de un proceso evaluativo de su territorio.

Rapport: **Estimados lectores:** Esta entrevista tiene como objetivo recoger sus apreciaciones como agentes participativos en la evaluación de elementos gráficos que contiene el Diseño del periódico **Mayabeque**, en aras de lograr un mejor producto. Se realizará de manera anónima, por lo que le pedimos que responda las interrogantes con total libertad y veracidad en sus opiniones. De antemano le agradecemos su colaboración.

Guía de entrevista

1. ¿Alguna vez le han pedido su opinión sobre los elementos gráficos del Periódico **Mayabeque**?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_ No me acuerdo \_\_\_\_

2. ¿Considera importante valorar el efecto que sobre la población mayabequense puedan ejercer estos elementos?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_ No sé \_\_\_\_

3. ¿Cuál de estos aspectos considera usted que contribuyen a la calidad de un periódico?

Color \_\_\_\_ Gráficos \_\_\_\_ Tablas \_\_\_\_ Tamaño de las letras \_\_\_\_ Uso y Calidad de imágenes \_\_\_\_

Ubicación de los contenidos \_\_\_\_ Ilustraciones \_\_\_\_ Ninguno \_\_\_\_

4. Estos elementos gráficos le ayudan a entender mejor la información? ¿Por qué?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_ porque

---

---

5. ¿Cree oportuno que estos datos sean utilizados para mejorar el periódico?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ No sé \_\_\_\_\_

6. ¿Encuentra en los elementos gráficos del periódico **Mayabeque** rasgos que lo identifiquen a usted y a los pobladores como provincia?

Muy Pocos \_\_\_\_\_ Algunos \_\_\_\_\_ Bastantes \_\_\_\_\_

7. ¿Qué cree en cuanto al equilibrio en que se presentan los textos y los elementos gráficos en el periódico Mayabeque?

Mucho texto \_\_\_\_\_ Muchas imágenes y gráficos \_\_\_\_\_ Equilibrado \_\_\_\_\_

## ANEXO 5

### ENCUESTA A ESPECIALISTAS DE DISEÑO

#### Objetivo:

Estimados compañeros(as): esta encuesta tiene como objetivo recoger sus apreciaciones sobre la Evaluación de Impacto en el campo del Diseño Periodístico. Le pedimos, por favor, que responda las interrogantes con la mayor fidelidad en la información. Las respuestas que usted brinde serán tratadas de manera anónima. De antemano le agradecemos su colaboración.

Cuestionario.

#### 1. ¿Qué es para usted evaluar el Impacto del Diseño Periodístico?

---

---

---

#### 2. ¿Qué importancia le confiere evaluar el Impacto de los productos de Diseño Periodístico?

Mucha \_\_\_\_ Poca \_\_\_\_ Depende del cliente \_\_\_\_

#### 3. ¿Cómo considera usted que debe ser la Evaluación de Impacto? Una evaluación:

Diagnóstica \_\_\_\_ Formativa \_\_\_\_ Sumativa \_\_\_\_ Integral \_\_\_\_

Interna \_\_\_\_ Externa \_\_\_\_ Mixta \_\_\_\_

#### 4. La Evaluación de Impacto es un proceso de:

Control \_\_\_\_ Medición \_\_\_\_ Calificación \_\_\_\_ Formación \_\_\_\_ Certificación \_\_\_\_

Sumativo \_\_\_\_ Integrativo \_\_\_\_

#### 5. ¿Qué elementos cree deban formar parte de este proceso?

Conocimientos teóricos \_\_\_\_ Conocimientos prácticos \_\_\_\_ Conocimientos metodológicos \_\_\_\_

Conocimientos empíricos \_\_\_\_ Áreas de impacto \_\_\_\_ Participantes \_\_\_\_ Tiempo de ejecución \_\_\_\_

Lugar \_\_\_\_

**6. ¿En qué momento de la realización del proyecto de Diseño Periodístico es conveniente evaluar el impacto?**

Antes del proyecto \_\_\_\_ Finalizado el proyecto \_\_\_\_ Durante todo el proyecto \_\_\_\_

Tiempo después de finalizado el proceso \_\_\_\_

**7. ¿De quién considera que debe ser la responsabilidad de hacer la Evaluación del Impacto de productos de Diseño Periodístico?**

Cliente \_\_\_\_ Diseñadores \_\_\_\_ Equipo de trabajo del proyecto \_\_\_\_ Entidad externa \_\_\_\_

Público final \_\_\_\_ Todas las anteriores \_\_\_\_

**8. ¿Dónde considera radican las mayores dificultades para evaluar el impacto de productos de Diseño Periodístico?**

Definir indicadores \_\_\_\_ Definir el momento idóneo para evaluar \_\_\_\_ Definir la muestra \_\_\_\_

Otras \_\_\_\_\_ como:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**9. Considera que la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico ayudará a mejorar:**

El desempeño profesional del diseñador \_\_\_\_ El producto periodístico \_\_\_\_ Al público \_\_\_\_

Al Personal Periodístico (sin incluir al diseñador) \_\_\_\_ Cliente \_\_\_\_ A todos los anteriores \_\_\_\_

## ANEXO 6.

### ENCUESTA A DISEÑADORES DEL SEMANARIO

Estimado compañero(a): Este cuestionario tiene como objetivo recoger información sobre el proceso de evaluación del impacto de los productos de Diseño. Le pedimos, por favor, que responda las interrogantes con la mayor fidelidad en la información. De antemano le agradecemos su colaboración.

Cuestionario.

1. Sobre el proceso de evaluación de impacto del diseño.

1.1 *¿Cómo considera sus conocimientos sobre evaluación de impacto?*

*Muy adecuados\_ Bastante Adecuados\_ Adecuados\_ Poco adecuados\_ No adecuados\_*

1.2 *Marque con una cruz (X) los que considere elementos básicos del proceso de evaluación del impacto del diseño periodístico.*

*Áreas de  
impacto.*

*Destinatarios de las evaluaciones.*

*Conocimientos empíricos.*

*Directivas del PCC.*

*Experimentación práctica.*

1.3 Responde las siguientes preguntas marcando una o varias de las opciones que se dan en la tabla:

1.3.1. *¿En qué momento es conveniente evaluar el impacto?*

Antes del proceso	Finalizado el proceso	Durante todo el tiempo	después de finalizado el proceso
-------------------	-----------------------	------------------------	----------------------------------

1.3.2. *¿Cómo considera usted que debe ser la evaluación de impacto? Una evaluación:*

Diagnóstica	Formativa	Sumativa	Interna o autoevaluación	Externa o independiente	Mixta
-------------	-----------	----------	--------------------------	-------------------------	-------

1.3.3. *¿De quién considera que debe ser la responsabilidad de hacer la evaluación del impacto?*

Dirección del PCC      De los diseñadores      De los directivos de la editora      Entidad externa      Todas las anteriores

1.3.4. ¿Quién considera usted que deben ser elaborados los instrumentos para evaluar el impacto?

Por el PCC      Equipo evaluador      Banco de instrumentos      Diseñadores      Diseñadores del medio externos

2. Sobre la elaboración de una estrategia para la evaluación de impacto del diseño periodístico ¿Cómo evaluaría su comportamiento? Marque con una cruz su respuesta a esta pregunta en cada uno de los elementos señalados en la siguiente tabla:

	Muy adecuado	Bastante adecuado	Adecuado	Poco adecuado	No adecuado
Concibe acciones a corto, mediano y largo plazo con este fin					
Inclusión de este proceso en las estrategias					
Relación entre los objetivos de la editora y las acciones declaradas con los objetivos de la medición de impacto					
Inclusión de las modalidades de evaluación					
Precisión de los responsables de la evaluación					
Correspondencia de las áreas de impacto con los fines de la superación del profesional					
Cronograma de trabajo elaborado según los momentos óptimos de obtención de los resultados					

Acciones de preparación para el proceso de evaluación de impacto					
--	--	--	--	--	--

3. Sobre el desarrollo del proceso de evaluación de impacto.

Marque con una cruz cómo usted evaluaría la aplicación, por las diferentes instancias de la Editora, de los pasos a seguir en el referido proceso:

	Muy adecuado	Bastante adecuado	Adecuado	Poco adecuado	No adecuado
Calidad de la preparación de los equipos evaluadores					
Uso adecuado de los métodos de búsqueda de información					
Precisión de los aspectos a evaluar					
Calidad del procesamiento y comunicación de las informaciones					

Sobre el uso de los datos que aporta el proceso de evaluación de impacto. Marque con una cruz según usted evalúe el comportamiento del uso dado a los datos provenientes de la evaluación de impacto.

	Muy adecuada	Bastante adecuada	Adecuada	Poco adecuada	No adecuada
Toma de decisiones a partir de los datos obtenidos según momentos óptimos					
Uso de los datos en función de la superación de diseño					
Uso de los resultados para la planificación de las actividades					

**ANEXO 7**

**ENTREVISTA A DIRECTIVOS**

**Objetivo:**

**Estimado compañero(a):** Esta entrevista tiene como objetivo recoger información sobre cómo se comprende la Evaluación del Impacto del Diseño Periodístico en el Semanario Mayabeque en aras de determinar el nivel de preparación para el desempeño. Le pedimos, por favor, que responda las interrogantes con la mayor fidelidad en la información. Los resultados que se recopilen serán tratados de manera anónima. De antemano le agradecemos su colaboración.

Cuestionario.

- 1. Considera importante que en la estrategia para la evaluación de Impacto del Periódico deba incluirse el Diseño editorial.**

Si \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

- 2. ¿Qué conocimiento usted considera que posee sobre evaluar el Impacto del Diseño Periodístico?**

Suficiente \_\_\_\_ Moderado \_\_\_\_ Insuficiente \_\_\_\_

- 3. ¿Cómo se concibe la Evaluación de Impacto del Diseño Periodístico en el Semanario Mayabeque?**

---

---

---

---

- 4. ¿Qué aspectos deben tenerse en cuenta para evaluar el impacto del Diseño Periodístico del Semanario?**

---

---

---

---

**5. ¿Qué uso se les da a los datos que aporta la evaluación de impacto?**

Evaluaciones al personal \_\_\_\_ Mejora del producto \_\_\_\_ Superación del personal periodístico

\_\_\_\_

Evaluar a los diseñadores \_\_\_\_ Manejarlos a lo interno \_\_\_\_ Publicar los resultados \_\_\_\_

Fundamentar la toma de decisiones \_\_\_\_

## ANEXO 8

### GUÍA DE OBSERVACIÓN A LA GESTIÓN

**Objetivo:** Constatar la incidencia del Diseño en la estrategias y operaciones del Semanario.

#### Aspectos a observar en la actividad de Diseño

ASPECTO	INDICADORES	MODO QUE SE OBSERVA			
		Constante	De manera ocasional	Inconstante	No se observa
Como parte de las competencias	Valoración de las competencias técnicas				
	Acceso a la superación				
	Integración con las demás áreas				
	Propuesta de criterios				
Como parte de la estructura organizacional	Presencia explícita de la labor				
	Forma parte de la función general				
	Asignación de recursos				
	Como valor integrado				
	Dirección colectiva				

<b>Como parte de la estrategia</b>	<b>Análisis prospectivos</b>				
	<b>Estudio de escenarios</b>				
	<b>Presencia en las estrategias de desarrollo</b>				
<b>Como Validación de resultados</b>	<b>Acciones correctoras</b>				
	<b>Acceso a mecanismos de evaluación</b>				
	<b>Evaluación interna</b>				
	<b>Comprobación de resultados</b>				

## ANEXO 9

### ASPECTOS A EVALUAR EN EL DIAGNÓSTICO A PERIÓDICOS

Destreza técnica y estética, riesgo e innovación. Páginas creativas, inteligentes y sorprendentes. Cuidado en los detalles. Conceptos frescos combinados con ejecución meticulosa. Claridad visual en la comunicación, ideas que lleven al lector a pensar y conectarse con el mensaje y comprometerse a seguir el relato en evolución.

Reforzamiento de los estándares y principios del Diseño de información más allá de lo puramente estético. Desarrollo del poder de lo impreso para contar historias. Capas de información, pero con armonía ante los elementos. Equilibrio en los pesos visuales.

**Noticias:** que cuenten historias originales. Pasión completada con ambición. Ideas frescas; edición contenida y una presentación que emocione a los lectores.

**Fotografía:** fotos con capas o niveles de sentido. Evocar una emoción, técnicas combinadas y calidad creativa y gran narración.

#### **Recursos visuales:**

**Color:** Uso estratégico.

**Gráficos:** sencillos, bien realizados.

**Espacio:** la información ordenada en una cantidad justa de espacio y con un equilibrio correcto de densidad y aire. La asignación del espacio debe ser consistente con el valor del relato.

**Ilustración:** selección efectiva del estilo a utilizar. Pensar en la integración con la fotografía, procurar la sensación de autenticidad.

**Edición:** se debe resolver el trabajo, prestar atención a los detalles. Tratar toda la información de las columnas con tanto respeto como la presentación principal.

**Contexto:** se debe producir análisis. Piezas que permitan comprender datos complejos como comparaciones inteligentes y correlacionales. Diferenciación y sentido propio

**Creatividad:** esfuerzo en integrar nuevas formas de grafismos y de mostrar información. Experimentación. Intentar estructuras nuevas pero que aseguren que se entiendan bien y rápidamente.

## ANEXO 10

### ENCUESTA PARA DETERMINAR EL COEFICIENTE DE COMPETENCIA DEL ESPECIALISTA-EXPERTO

**Nombre:**

**Grado científico/Título académico:**

**Años de experiencia:**

**Cargo:**

Usted ha sido seleccionado como posible experto para que trasmita sus opiniones respecto a los aspectos relacionados con la evaluación de impacto de productos de diseño. Con el objetivo de determinar su coeficiente de competencia en este tema, se agradece que responda las siguientes preguntas.

#### **Pregunta 1**

Realice una autoevaluación de los niveles de información y argumentación que tienen sobre el tema en cuestión, marcando con una X, en una escala creciente del 1 al 10, el valor que se corresponde con el grado de conocimiento o información sobre el tema.

<b>Grado de conocimiento</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Evaluación										
Evaluación de Impacto										
Diseño editorial										
Diseño periodístico										
Calidad										

#### **Pregunta 2**

Marque con una X, el grado de influencia de cada una de las fuentes en su conocimiento y criterio según la escala: Alto, Medio o Bajo.

<b>Fuentes de argumentación o fundamentación</b>		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
1	Su experiencia teórica			
2	Experiencia práctica que ha adquirido			
3	Investigaciones nacionales que conoce			
4	Investigaciones internacionales que ha consultado			

5	Su conocimiento sobre el estado del tema			
6	Su intuición			

## ANEXO 11

### TALLER DEBATE A DIRECTIVOS Y ESPECIALISTAS DEL SEMANARIO MAYABEQUE

#### Justificación

El personal periodístico del Semanario Mayabeque, debe cumplir tareas y funciones para lograr productos comunicacionales que motiven al lector y conduzcan a un análisis crítico de la información y su realidad en el enriquecimiento de su cultura. Por lo que su trabajo, requiere la asunción de una conducta de compromiso hacia su profesión y hacia la población mayabequense.

Aprender a evaluar el impacto del periódico, exige el análisis de la conformación del contenido informativo, incluyendo tanto aspectos noticiosos como los elementos visuales que integran el mensaje, y lo articulan a la comprensión y la aprehensión de saberes en el público.

Con este taller, se preparan teórico-metodológicamente en los elementos necesarios para liderar un proceso de autoevaluación consciente, dirigido a los evaluadores y a empoderar a la población, para que sean agentes activos en este proceso.

Esta propuesta se desarrollará mediante sesiones que de manera escalonada tributa a la internalización de saberes evaluativos necesarios.

**Objetivo general:** Capacitar sobre los elementos teórico-metodológicos del PEIDPSM.

**Orientaciones generales:** La impartición del mismo tiene características diferentes, a partir de la contextualización. Se trata entonces de que concienticen y logren involucrarse en el proceso evaluativo. Se desarrolla en cuatro sesiones, cada una de cuatro horas. En las primeras dos sesiones, se analizarán etapas, niveles, los criterios a seguir por el equipo evaluador, las dimensiones e indicadores de la EI, los instrumentos que se proponen, su empleo y su significado dentro de la metodología y en las restantes, se realizarán análisis crítico de los elementos que se proponen y los instrumentos necesarios para un diagnóstico objetivo sobre la base de la contextualización de los mismos en el periódico.

En este sentido se proponen los siguientes temas a abordar en las sesiones:

**Sesión 1.** El diseño periodístico, su impacto en la creación de noticias. Elementos teórico-metodológicos para su desarrollo y evaluación.

**Sesión 2.** El diseño periodístico, su impacto en la creación de noticias. Elementos teórico-metodológicos para su desarrollo y evaluación.

**Sesión 3.** La Metodología de EIDP en el Semanario Mayabeque. Rasgos esenciales para su contextualización e implementación.

**Sesión 4.** La Metodología de EIDP en el Semanario Mayabeque. Rasgos esenciales para su contextualización e implementación

### **METODOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DE LAS SESIONES:**

La metodología a emplear se fundamenta en la concepción de organizar y dirigir el proceso de la evaluación de impacto, a partir de las exigencias que demanda las prácticas profesionales, por eso se concibe este taller de manera que se impliquen otros agentes en el proceso y estén orientados para participar en el mismo.

#### **Estructura general de las sesiones**

**Tema:** Se presenta el título y el tema a bordar

**Objetivos:** se proyectan para que los agentes conozcan las metas de la realización de cada taller.

**Técnica de Presentación:** se realizan con el propósito de que entre los agentes se desarrolle un ambiente de comunicación asertiva, de diálogo, de reflexión constructiva.

**Presentación del tema:** se introduce el tema a desarrollar en el transcurso de la sesión. Se recomienda utilizar técnicas participativas y vivenciales, que estimulen las reflexiones y la implicación personal, profesional y el impacto social.

**Reflexión y debate sobre el tema presentado:** se establece un diálogo y en trabajo colaborativo critican y reconstruyen situaciones evaluativas con experiencias y ejemplos que favorecen la comprensión de la temática abordada y la apropiación de un método de trabajo. Se estimula el debate para profundizar en el tema, conocer criterios y opiniones de los participantes acerca del mismo, se ofrecen sugerencias, orientaciones, instrumentos para poner en práctica los aspectos debatidos.

**Técnica de cierre:** En este momento se utilizan técnicas para crear un ambiente ameno para la conclusión de la actividad, que comenten sobre el impacto personal, profesional y social de la sesión.

**Evaluación de la sesión:** Es un momento de retroalimentación, se valoran aspectos positivos y

negativos que serán tenidos en cuenta para las próximas sesiones. Se estimula a generar sugerencias para el proceso de retroalimentación.