

022
05
T948

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**



ESTE LIBRO ES DE
FACULTAD DE HUMANIDADES
NO PUEDE SALIR DE LA BIBLIOTECA

**ANALISIS DE DIAGRAMACION
PARA LA REVISTA CAFETALERA**



**PRESENTADA AL CONSEJO DE LA FACULTAD
DE HUMANIDADES POR:
ANA LORENA FARRACH**

**AL CONFERIRSE EL TITULO DE COMUNICADORA
EN EL GRADO ACADEMICO DE LICENCIADA**

**GUATEMALA DE LA ASUNCION
FECHA: 22 DE JULIO DE 1997**



Universidad Rafael Landívar

VISTA HERMOSA III ZONA 16, APARTADO POSTAL 39 C
PBX: 692151, 692621, 692751, 380162
FAX 692756 - GUATEMALA, C. A. 01016

Facultad de Humanidades

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR

RECTOR	Lic. Gabriel Medrano Valenzuela
VICERRECTORA GENERAL	Licda. Guillermina Herrera Peña
VICERRECTOR ACADEMICO	Dr. Charles J. Beirne, S.J.
SECRETARIO	Lic. Jorge Guillermo Aráuz Aguilar
DIRECTOR FINANCIERO	Lic. Luis Felipe Cabrera Franco
DIRECTOR ADMINISTRATIVO	Lic. Tomás Martínez Cáceres

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANO	Lic. Manuel de Jesús Salazar Tetzagüic
VICEDECANO	Lic. Arnoldo Escobar Cabrera
SECRETARIA	Licda. Patricia Melgar de López
DIRECTORA DEPARTAMENTO DE PSICOLOGIA	Licda. María Eugenia Ruiz de Sandoval
DIRECTOR DEPARTAMENTO DE EDUCACION	Lic. Hugo Roberto Solórzano Barrios
DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Licda. Genoveva Deutschmann de Amiel
DIRECTOR DEPARTAMENTO DE LETRAS Y FILOSOFIA	Licda. María Eugenia Del Carmen de Tefel
DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE TURISMO	Lic. Julio Eduardo Orozco Pérez
REPRESENTANTES DE CATEDRATICOS	Dr. Fidelio Swana Wong Licda. Isabel Martínez Mendoza
REPRESENTANTE ESTUDIANTIL	María Cristina Espinoza Alejandra Samayoa Ochoa

ASESOR DE TESIS

Lic. Héctor Antonio Guerra Pedroza

TERNA EXAMINADORA

Licda. Ma. de los Angeles Muñoz
Licda. Yadira Barrios de Barrios
Licda. Genoveva Deutschmann de Amiel



Universidad Rafael Landívar

VISTA HERMOSA III ZONA 16, APARTADO POSTAL 39 C
PBX: 692151, 692621, 692751, 380162
FAX 692756 - GUATEMALA, C. A. 01016

Facultad de Humanidades

Reg.No.FH-304-97

Guatemala,
22 de julio de 1997

Señorita
Analorena Farrach Gadala María
Presente.

Estimada señorita Farach:

De acuerdo al dictamen rendido por la Terna Examinadora de la Tesis titulada: **ANÁLISIS DE DIAGRAMACIÓN PARA LA REVISTA CAFETALERA**, presentada por el (la) estudiante Analorena Farrach Gadala María, carnet No. 27929-86, la Secretaria del Consejo de la Facultad de Humanidades **AUTORIZA LA IMPRESION DE LA TESIS** al (a la) estudiante, previo a optar al título y académico de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,


Lidca. Patricia Melgar de López
SECRETARIA DE CONSEJO

/ sm
c.c. archivo



Guatemala, 22 de julio de 1993

Señores Miembros del Consejo de
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar

Distinguidos Señores:

De manera atenta y respetuosa, me dirijo a ustedes con el objeto de presentar el trabajo de tesis: "Análisis de Diagramación para la Revista Cafetalera", realizado por la señorita estudiante Ana Lorena Farrach, Carnet No. 27929-86, de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Considero que el dicho trabajo satisface los requisitos establecidos por la Facultad de Humanidades, por lo cual me permito solicitar que la tesis en mención sea sometida al examen correspondiente a la terna que tengan a bien asignar para el efecto.

Atentamente,


Lic. Héctor Antonio Guerra Pedroza
Asesor.

DEDICATORIA

A Aquel quien cuando abre una puerta nadie la puede cerrar y quien abrió la puerta para poder terminar esta tesis. Gracias Dios, recibe toda alabanza y honor.

A mi familia, de quienes en todo momento e incondicionalmente he sentido su apoyo.

INDICE

I. INTRODUCCION

1. Presentación	2
2. El tema en Guatemala	2-3
3. Marco teórico	4-29

II. EL PROBLEMA

1. Planteamiento	30
2. Objetivos	
A. Generales	30
B. Específicos	30
3. Variables	
A. Diagramación	31
B. La revista Cafetalera	31
4. Alcances y limitaciones	32
5. Aporte a Guatemala	33

III. EL METODO

1. Sujetos	34
2. Instrumentos	34
3. Procedimiento	35

IV. RESULTADOS

1-8

V. DISCUSION

9-10

VI. CONCLUSIONES

11-12

VII. RECOMENDACIONES

13-14

RESUMEN

Las técnicas de diagramación de revista no son del todo conocidas y aplicadas por la mayoría del personal que labora en las revistas que se publican en Guatemala, lo cual no permite que los mensajes lleguen adecuadamente a sus receptores. Este es el caso de la revista Cafetalera que edita la Asociación Nacional del Café (ANACAFE).

El presente trabajo de tesis, titulado Análisis de diagramación para la revista Cafetalera, tiene por objeto determinar si la diagramación actual de dicha revista cumple con los lineamientos modernos para una buena diagramación o simplemente se hace en base a conocimientos empíricos que los encargados de su elaboración han adquirido a través de los años debido a que el tema de diagramación es relativamente nuevo en cuanto a teoría y enseñanza docente se refiere.

Para establecer si la revista contaba con una diagramación correcta primero se definió el concepto de diagramación, luego se describieron los elementos (items) de una buena diagramación (concepción visual de la revista, definir las secciones con que contará la revista, la jerarquía del contenido y los artículos correspondientes a cada sección, anchos de columnas, número de columnas para cada sección, la tipografía a utilizar, los espacios en blanco, las entradillas, el diseño de la portada, el criterio sobre el uso de las fotografías, gráficas, ilustraciones y estadísticas, el balance, ritmo y número de colores a utilizar en la impresión, la cantidad de publicidad).

Luego se señaló que para la diagramación de las páginas para cada edición individual se debe tener en cuenta los principios de diseño general: diversidad dentro de la unidad. Por último se hizo notar que cada revista y cada diseñador tienen sus propios criterios particulares, sobre todo si pensamos que en diseño no hay dogmas, sino más bien modas que cambian con el paso de los años, aunque ciertos principios básicos se mantienen más o menos inmutables.

Se utilizó una tabla de análisis que consistió en comparar la diagramación actual de la revista cafetalera contra los principios básicos de diagramación según lo establecido por Edmund (1980) y Parker (1988). Los resultados fueron analizados, discutidos y presentados estadísticamente; así mismo se logró concluir que la revista cafetalera no cumple con los principios de diagramación moderna.

INTRODUCCION

Presentación

Desde el inicio de su existencia, el hombre ha manifestado la necesidad de comunicarse, expresando sus pensamientos con las personas que lo rodean. Para el efecto, se vale de diferentes medios que van desde el lenguaje oral, hasta los modernos medios de comunicación que hoy día permiten al hombre enterarse de los hechos que acontecen alrededor de todo el mundo.

Interiano (1986) indica que la conducta de los individuos puede endeterminado momento verse afectada por la comunicación y ella a su vez puede:

- a) aumentar los conocimientos, habilidades y estimulación de las personas para que se expresen y sepan a quién acudir al tener la intención de publicar algo;
- b) aumentar la vocación y habilidades en muchas personas para educar y ser educados;
- c) aumentar los conocimientos para que el periodismo sea un material didáctico en el proceso de la enseñanza-aprendizaje y sobre todo
- d) contribuir en el aumento de individuos con criterio y voz frente a la coyuntura social presente.

Hasta hace unos años, el estudio sobre los Medios de Comunicación de Masas se hacían en forma general, clasificándolos únicamente por su forma de enviar el mensaje: escrito (prensa), auditivo (radio) y audiovisuales (televisión). Pero a principios de la década de los 60 surge el interés por los diferentes instrumentos, elementos, lenguajes o códigos que se encuentran dentro de ellos; aunque dicho interés prevalece más en unos que en otros aspectos.

Entre los diversos medios de comunicación de masas y específicamente dentro de la prensa, se encuentran las revistas, las cuales circulan por todo el mundo, en variedad enorme de tipos y especialidades. Algunas de ellas son elaboradas con apego a las técnicas de la comunicación moderna, pero muchas otras dejan mucho que desear.

Por medio del presente trabajo de investigación se pretende hacer un análisis de la Revista Cafetalera para ver si su diseño cumple o no con las técnicas de diagramación modernas.

El tema en Guatemala

En Guatemala la producción de revistas ha incrementado a lo largo de los últimos cinco años, con la aparición de nuevas publicaciones entre las cuales se pueden mencionar a Crónica, Amiga, Crítica y Panorama. Según datos obtenidos en la Dirección General de

Correos. (1990) se afirma que en Guatemala se distribuyen 32 revistas. Algunas de éstas son producidas por empresas periodísticas para la venta del público en general. Otras, por compañías particulares para distribuir las entre sus miembros –revistas institucionales– y por último, las producidas por agrupaciones religiosas que se venden al público y se distribuyen a sus miembros.

Hasta hace unos años el estudio sobre los medios de comunicación de Masas se hacían en forma general, clasificándolos únicamente por su forma de enviar el mensaje: escrito (prensa), auditivo (radio) y audiovisuales (televisión). Pero a principios de la década de los 60 surge el interés por los diferentes instrumentos, elementos, lenguajes o códigos que se encuentran dentro de ellos; aunque dicho interés prevalece más en unos que en otros aspectos. Un ejemplo de ello es la diagramación cuyos estudios aún son incipientes.

En Guatemala se encuentra un problema sobre la bibliografía para este tipo de tema ya que los libros de autores extranjeros como Edmund Arnold de Estados Unidos de América no se hallan en nuestro país; esto debido a que las casas editoriales se han preocupado más por libros que hablan sobre temas generales que sobre estudios específicos. Afortunadamente para la elaboración de esta tesis se consiguió una fotocopia en inglés del libro publicado por Arnold titulado Diseño total de un periódico el cual es uno de los más recientes libros publicados respecto al tema de diagramación específicamente.

Por lo tanto, el tema de la diagramación de revistas en Guatemala, es relativamente nuevo, lo cual puede verificarse al revisar los tesarios de las universidades del país, en donde se pudo establecer que a la fecha se ha hecho una sola investigación sobre este tema.

Referente al material de diagramación de revistas en Guatemala se encontró que Christianne Lehnhoff y Mará Elena Rojas (1985:46) afirman que: "en Guatemala no existe... mucho hábito de lectura y la gente, con respecto a las revistas, está acostumbrada a que se las regalen y no a comprarlas. La creación de una revista infantil en nuestro medio y lograr comercializarla es una labor muy difícil puesto que sus costos de producción son muy elevados".

Con lo anterior se comprobó que el tema en la diagramación de revistas y específicamente en lo referente a revistas institucionales es un tema por así decirlo "nuevo" en Guatemala porque a pesar que existen actualmente revistas institucionales no saben cómo diagramarlas adecuadamente para hacerlas atractivas y de costos bajos.

Dentro de las revistas institucionales existentes en Guatemala se seleccionó para analizar en esta tesis la Revista Cafetalera.

Marco Teórico

Según Arold Edmund (1980) Diseño Total de un Periódico, la historia recuerda a los pioneros de las noticias manuscritas que utilizaban papiros, pergaminos y papel para plasmar sus ideas y darlas a conocer a las generaciones futuras. Sin embargo, no fue hasta la llegada del libro que se logró una mejor difusión, fijación y ampliación social de las ideas conocidas actualmente.

En el Siglo XV Gutemberg imprimió los primeros mil ejemplares de la Biblia. Esto significó una nueva época para la comunicación social ya que las actividades de personajes de la antigüedad clásica como los trovadores, las gacetas orales y el drama empezaron a quedar en el recuerdo cuando surgieron las hojas impresas de noticias, los calendarios, las gacetas y los libros de noticias.

Dos siglos más tarde aparecieron los diarios; las actividades del editor, impresor y librero se diferenciaron y creció la necesidad de formar una empresa periodística que tuviera a cargo la difusión de información actualizada y objetiva.

Dicha empresa periodística es lo que se conoce actualmente como el conjunto organizado de trabajo redaccional y técnico, de medios económicos, materiales y relaciones comerciales utilizadas para transmitir ideas a través de la emisión y distribución de publicaciones periódicas. Poco a poco, la prensa escrita tomó auge en Europa y América gracias a los avances tecnológicos, al auge de la publicidad y al aumento de la alfabetización. Sin embargo, durante los años que transcurrieron entre las dos guerras mundiales aparecieron la radio y la televisión, nuevos inventos que provocaron la crisis de la prensa escrita.

Estos antecedentes ayudaron a que surgieran nuevas presentaciones y fórmulas de material impreso, como lo son las revistas de información actualizada, los resúmenes de libros y las revistas profesionales que ganaron nuevamente el interés de los lectores y empezaron a ser solicitadas por los mismos.

Las revistas, según Parker (1988) son publicaciones que se editan por un tiempo indefinido y se caracterizan por tener un nombre que las identifica así como una periodicidad establecida. El contenido de sus artículos es tratado con mayor profundidad que en un diario y en algunas oportunidades son redactados por profesionales en la materia. No sólo buscan dar a conocer los hechos sino que también proporcionan elementos de juicio y análisis para que el lector pueda formarse un criterio propio. Su contenido puede variar desde temas especializados hasta aquellos cuyo objetivo es llevar entretenimiento a los lectores. Asimismo, toda la información que transmiten tiene la posibilidad de ser mucho más extensa que en radio o televisión, donde los productores tienen más restricciones en cuanto al tiempo disponible para transmitir un mensaje debido a que los costos por minuto son muy elevados.

Otra característica importante es que, como en todo medio escrito, su contenido tiene permanencia. El lector puede guardar la publicación por un tiempo indefinido y luego, volverla a sacar para continuar su lectura o para refrescar algún dato que desee recordar. Del mismo modo que el lector ha sido estratificado también las revistas se han especializado: aún aquellas revistas que aparentemente van dirigidas a todo el público tienen información más o menos dirigida a un sector del público. El precio y la política de los redactores pueden generar la orientación de la revista.

Una revista, según Arnold (1980), debe tener una estructuración establecida previamente por sus editores, de manera que su contenido esté ordenado y el lector pueda identificar un estilo y personalidad. Dentro de la estructuración de la revista se determina qué cantidad de publicidad llevará, en cuántas secciones se dividirá, qué peso se le dará a cada una y qué diseño caracterizará a la publicación.

Clasificación:

Existen muchos tipos de revistas, según su objetivo editorial y el mercado al cual se dirigen, pero se pueden distinguir dos clasificaciones generales según Parker (1988):

A. La primera de ellas es por el **contenido**. 1) Según la política editorial del medio pueden haber revistas eminentemente ideológicas que buscan crear o infundir algún tipo de pensamiento específico, así como impulsar los intereses de un oficio, profesión o sociedad. Las revistas institucionales, religiosas y las político-partidistas son un ejemplo.

2) También hay revistas cuyo objetivo es estimular el interés en el conocimiento, entre las cuales se encuentran las publicaciones especializadas tales como las culturales, económicas, educativas y científicas. La educación se considera como un proceso social. Recibe por lo tanto la influencia de una serie de actividades que realizan gracias a diversos medios que no tienen la misión específica de educar.

De León (1995) expresa que basta con dirigir una mirada en torno nuestro para comprobar la existencia del hecho educativo y su importancia. Siempre desde el inicio de la historia los padres buscan no sólo criar a los hijos, sino educarlos y en este proceso se ven relacionados muchos más elementos y circunstancias de las que en la escuela se le proporciona al alumno, es decir, la que reciben en la iglesia, en el gobierno y hasta la que les dan los partidos políticos, mediante los medios de comunicación social.

Leonel Estrada, periodista, indica que comunicarse, en sentido universal, es conocer los problemas cercanos y lejanos y comprenderlos. Aprovecharlos para las experiencias personales, acumularlos y servirse de ellos cuando se hace necesario enfrentar a las distintas situaciones de la vida. Comunicarse viene a ser entonces educarse para vivir mejor. No puede negarse la importancia del periodismo dentro del proceso educativo del hombre del siglo XX.

Interiano (1986) indica que en los albores del periodismo profesional la sociedad se valió de él para informar sobre sucesos. Y antes de él, el medio de comunicación más sencillo fue el lenguaje. La transmisión de la cultura se hizo en las civilizaciones primitivas a través de la palabra. Tanto dentro del grupo social como fuera del mismo. Luego las ideas se transmitieron por la escritura. Los manuscritos desempeñaban un papel indiscutible en la realización de los diversos ideales educativos que se sucedieron en todos los continentes. Durante muchos años la cultura y por ende su transmisión dependieron de los claustros. Los copistas fueron comunicadores de innegable importancia. Las ideas, aspiraciones y realizaciones de las distintas civilizaciones siempre se han transmitido. Esa comunicación ha permitido recopilar en la historia todo el proceso evolutivo de la humanidad.

La APG (1995) considera que en América el periodismo desempeña un importante papel dentro de la educación. Según Alpírez (1992) la prensa impresa vino a promover y proteger en parte el afán de modernizar y enclaustrar la enseñanza. Los medios escritos participan en forma efectiva en el proceso educativo y por ende, en el desarrollo socioeconómico y cultural de los pueblos. El periodismo se manifiesta al informar, promover e incitar a la acción, capacitar y formar los recursos humanos. Una tarea importante dentro del proceso de educación lo constituyen la comunicación efectiva y activa donde no exista receptor sino perceptor y donde el papel de emitir y recibir sea de ambas partes para poder hacer efectiva y participativa la información.

Las revistas de información general, en cambio, son editadas por una empresa comercial y se publican para el consumo popular; los temas que trata son diversos y gozan de mayor actualidad. Existen también las de humor y pasatiempos que tienen como propósito llevar entretenimiento y diversión al lector. A pesar de esta clasificación, es posible encontrar revistas que combinen, por ejemplo, artículos especializados y profundos con otros de temas más ligeros como pasatiempos.

B. De acuerdo a la clasificación de las revistas por su **periodicidad** pueden ser: semanales, quincenales, mensuales, bimestrales, trimestrales y así sucesivamente. La periodicidad va a influir en el contenido de los artículos de una revista ya que aquellas publicaciones que se editan con lapsos de tiempo más cortos tienen la posibilidad de tratar temas de mayor actualidad. Las otras, en cambio, harán énfasis en contenidos atemporales que interesarán al lector en todo momento.

La Revista Cafetalera es una publicación bimestral editada con el propósito de divulgar las actividades que realiza la Asociación Nacional del Café —ANACAFE— y se distribuye a todos sus asociados. En el caso de dicha revista, la cual está dentro de la clasificación de las revistas institucionales, se ha observado que no cuenta con un diseño adecuado por lo que, como se mencionó anteriormente, este trabajo se limitó a hacer un análisis sobre si su actual diagramación es adecuada o no.

REVISTA CAFETALERA

ANACAFE, según el artículo 4o. del decreto ley 19-69, es el término con que públicamente se identifica a la Asociación Nacional del Café de la República de Guatemala la cual es una entidad de derecho público, no lucrativa, constituida por los caficultores de la República con personalidad jurídica, patrimonio propio, fondos privados y plena capacidad para adquirir y disponer de sus bienes y contraer obligaciones, de conformidad con sus objetivos y fines.

Entre los objetivos generales la Institución: A) coopera con el Estado a la protección de la economía nacional en lo relativo a la producción y comercialización del café y, B) defiende los intereses gremiales de los productores del grano. Para tales fines, en concordancia con sus recursos económicos, operará servicios técnicos de investigación, experimentación, demostración, asistencia y divulgación en las diversas ramas de la industria cafetera y promoverá todas las actividades económicas y agrícolas directa o indirectamente relacionadas con la caficultura, así como programas de diversificación de cultivos. También organiza servicios de catación, arbitraje, registros, estadística, almacenes de depósito, bodegas y demás servicios auxiliares para la producción y comercialización adecuada del grano.

La Asociación, a la vez, pone empeño por lograr ayuda efectiva para resolver los problemas de los caficultores en pequeña escala en cuanto a financiamiento, cultivo, beneficio y especialmente comercialización de sus productos a precios justos y razonables. A tal fin, la Junta Directiva deberá crear los instrumentos y sistemas necesarios y hacer los arreglos pertinentes con instituciones estatales y privadas para el mejor logro de estos objetivos, especialmente operando por sí, dentro de sus disponibilidades financieras o con financiamiento de tales instituciones, agencias de compra de café a pequeños productores a los precios del mercado.

La Asociación tiene como objetivos específicos: A) fijar los precios mínimos para la venta al exterior de los diferentes tipos de café; B) hacer compras y ventas de café sí, a juicio de la Junta Directiva, conviene a los intereses de la caficultura nacional; C) restringir y regular la contratación de café fuera de cuota así como su exportación a mercados nuevos; D) retirar del mercado interno, con la aprobación del Consejo de Política Cafetera, cafés inferiores, cuando ello fuera aconsejable para nivelar las cantidades disponibles de café exportable en el cupo de exportación autorizado por la Organización Mundial del Café; y E) velar por la pureza del producto que se exporte y al efecto, podrá hacer inspecciones regulares y extraordinarias en los puertos y otros lugares adecuados, a fin de impedir la exportación de cafés inferiores.

La Asociación cuenta con una Gerencia y tres Subgerencias. La Subgerencia Técnica, la Subgerencia de Operaciones y como apoyo la Subgerencia de Administración.

La Subgerencia Técnica es el mecanismo especializado de la entidad para realizar actividades técnicas de aplicación eminentemente práctica que permita a través de la investigación, la capacitación, divulgación y la asistencia técnica, directa o indirecta, elevar los niveles de producción por unidad de área buscando con ello que nuestro país cuente con una caficultura de tipo intensivo basada sólidamente en nuestra propia tecnología, lograda ésta como consecuencia de nuestra propia investigación y de la capacitación y divulgación que irradie conocimientos dentro del marco de lo que es nuestra particular idiosincrasia. De acuerdo con las políticas de trabajo se ha dado atención prioritaria a los Pequeños y Medianos Productores.

En apoyo concurrente a las labores de Asistencia Técnica, se realizan trabajos de investigación en las áreas de fertilización, manejo, mejoramiento y protección vegetal. En otras palabras, a la par que se investiga nuevos sistemas para manejar los cafetales y elevar su productividad al menor costo posible, se trabaja intensamente en determinar cuáles de las 1150 más líneas de café resistentes a roya, se adaptan mejor a las condiciones de Guatemala, brindando no sólo su resistencia sino su productividad para que los caficultores puedan afrontar con éxito el ataque de plagas y enfermedades que como la Roya del Cafeto, han afectado ya muy seriamente las zonas productoras del llamado Grano de Oro.

La capacitación, divulgación e información que se da a todos los niveles vinculados con el café, hace que los trabajos técnicos se conviertan en prácticas de campo que dan resultados concretos y que benefician al productor y al país en general.

La Subgerencia de Operaciones se encarga de las actividades relacionadas con la comercialización del café que involucra desde la fijación de cuotas hasta permisos de exportación. Mantiene control estricto, no sólo sobre los aspectos de mercadeo a nivel nacional e internacional sino también sobre la calidad de café que está produciendo la oferta.

La Subgerencia de Administración, como ya se dijo, es el organismo de apoyo para todas las operaciones que realiza ANACAFE como un todo. La eficiencia de los controles correspondientes al estado financiero de la entidad personal, servicios en general y otros se deja sentir cuanto mejor aprovechamiento racional se haga de los recursos con que cuenta la Institución.

En síntesis, ANACAFE es una entidad de servicios que con su personal técnico y sus laboratorios para Control de Plagas y Enfermedades y para Análisis de Suelos y Tejido Foliar, debe ser buscada por los interesados para obtener de ella los servicios que, por mandato legal de su propia ley constitutiva, está obligada a brindar a todos los caficultores sin excepción alguna, según información obtenida de la Revista Cafetalera publicada en enero de 1986.

La revista Cafetalera es una publicación bimestral que se emite desde el año de 1944 con un tiraje de 5,000 ejemplares. Surgió con el propósito de informar a sus miembros los avances técnicos que en materia de café se alcanzan y constituir, de esta manera, un medio a través del cual el caficultor se informe e instruya en todo lo referente a la materia y conozca, a la vez, las actividades realizadas por la Asociación, según informó el periodista Byron Dardón, quien es el encargado de la redacción de la revista. Se considera como miembro de la Asociación a todos los productores de café de la República, actuales y futuros, a menos que hagan constar su deseo de no pertenecer a la misma.

La revista Cafetalera es emitida por la Asociación Nacional del Café - prosiguió Dardón- y se encuentra a cargo del redactor del departamento de Relaciones Públicas, quien a su vez es el encargado de conseguir la información, redactarla y procesarla. La revista no cuenta con un orden establecido para conseguir la información que va a salir en cada ejemplar, sino que la forma en que seleccionan dicha información es a través de los diversos eventos que suceden durante los dos meses anteriores; es decir, se asiste a cada evento importante que la Asociación realiza y al final se escoge de acuerdo a una

separación establecida de 5 secciones, la información que más se adapte a ella, y respecto a los artículos técnicos se sacan de libros o artículos escritos por expertos en café.

Como se mencionó anteriormente, la revista Cafetalera básicamente está formada por 5 diferentes secciones ya que es necesario que en cada publicación aparezcan temas referentes a cada diferente sección. Las secciones son las siguientes:

1) **Comercialización:** la cual se divide en dos sub-secciones que son: a.- Comercialización Nacional: en la que se toman en cuenta todos aquellos aspectos que muestran los avances, las actividades, los cursos impartidos y las situaciones financieras que afecten o favorezcan a la comercialización cafetalera del país y, b.- Comercialización Internacional: en la que se miran todos aquellos eventos que se refieren a la Organización Internacional del Café y aquellos temas que tienen que ver con la promoción de nuestro café en el extranjero:

2) **Asuntos Agrícolas:** la cual se divide también en dos partes: a.- Asuntos Técnicos: que se refiere a informaciones útiles y prácticas para los caficultores, como por ejemplo, uso y manejo de herbicidas, podas, etc. Estos temas se toman generalmente del calendario agrícola. b.- Asuntos de Investigación: estos temas se recopilan en asuntos agrícolas y cuando son muy largos se elaboran esquemas o diagramas para simplificarlos;

3) **Asociaciones Asociadas a ANACAFE:** en donde se habla de todas aquellas instituciones a las cuales ANACAFE brinda respaldo;

4) **Esto hacemos:** es la sección en donde se brinda la información correspondiente a las actividades más importantes que realizó la Institución; y,

5) **Cartas para ANACAFE:** es la sección donde se publican cartas de los subscriptores con el propósito de establecer un feed-back.

Como resultado del análisis de las ejemplares número 295,298,302,303,304,306 y 310 de la revista Cafetalera se pudo establecer que la diagramación no cuenta con:

A. Base sólida para escoger los artículos a publicarse en cada edición,

B. El reportero no tiene definido su público meta por lo que no sabe exactamente que lenguaje utilizar al escribir los artículos, ya que el mismo debe cambiar según a la persona que se dirija el mensaje para que de esta manera no existan ruidos en la comunicación, puesto que el mensaje está en el significado que el receptor adquiera y no en la intencionalidad del emisor.

C. Ningún modelo de diagramación establecido sino que en cada edición se decide cómo colocar el contenido según la cantidad del mismo; ésto trae como consecuencia que ni siquiera tienen una consistencia establecida pues varían el tipo de letra y el tamaño de la misma según la necesidad de espacio con que cuentan en la hoja a diagramar, al igual que hacen con el número de columnas y los titulares.

D. Ninguna clase de feed-back puesto que en la sección cartas para ANACAFE de todos sus receptores (5,000 revistas de tiraje para cada edición) recibían únicamente una o dos cartas de respuesta mensual y esto no puede llamarse un feed-back representativo.

La diagramación

Hace más de un siglo que se conoce a las revistas como tales, pero es sólo hasta hace pocas décadas que se empieza a hablar de diseño de revistas, según Edmund (1980). Antes, los tipógrafos y los propios periodistas componían las revistas siguiendo normas relativamente simples, con un uso bastante limitado de tipografía y llenando con texto todo el espacio que ofrecía la superficie de impresión. Las rotativas (y en muchos lugares las prensas planas) de impresión y el uso de plomo limitaban mucho lo que se podía hacer gráfica y tipográficamente en las revistas.

Los adelantos tecnológicos que abrieron el camino a la fotocomposición y a la imprenta offset, a las separadoras electrónicas de colores, y ahora, a las computadoras, crearon un mundo nuevo en que los diseñadores gráficos, ilustradores, fotógrafos y especialistas en información gráfica se hacen imprescindibles, en las redacciones de los diarios.

Respecto al diseño de una revista existen dos aspectos básicos, según Díaz de Villegas (1987). Uno es el diseño general o global, o sea, el patrón que rige la tipografía y la diagramación de la revista. El orden que evita el caos. El otro es la diagramación para cada edición de cada página de cada sección. El segundo concepto de diseño está enmarcado dentro del primero.

El primer factor de la diagramación, según el artículo publicado en la revista Pulso de abril/junio de 1991 de la FIU, es el tamaño de la revista. La concepción visual que se le puede dar a la revista acortando el espacio a utilizar mediante blancos, que el que se da utilizando todo el espacio es diferente pues el primero tiene un carácter más horizontal que el segundo.

La proporción de la página en sí, su relación ancho-alto viene determinada por criterios económicos y de producción. Igualmente ocurre con las posibilidades del uso del color, cuya posición viene a veces obligada por la publicidad, aparte de las limitaciones técnicas.

Una vez se sabe el tamaño de la página, se establece un módulo para anchos de columna, para lo cual se pueden seguir diversos criterios: 4, 3 y 2 columnas en su generalidad. Es aquí donde se debe realizar una seccionización adecuada basada en el tipo de información a transmitir a los receptores, esto es, asignarle un nombre a cada sección según el contenido de los artículos.

Luego hay que escoger la tipografía a usar en textos corridos en las distintas secciones, las entradillas, etc. Es normal usar entre 8 y 10 puntos en fuentes con o sin rasgos (serif) con los mismos espacios interlineales. Simultáneamente, se determina el estilo de las fuentes de titulares y sus distintos tamaños según la jerarquía de la noticia (título, sub-título, entradilla).

En la década de los setenta y principios de los ochenta se usó y se abusó de la familia de la Helvética y la Univers, diseños europeos sumamente elegantes. Pero ahora se está regresando al uso de fuentes con serifs, como la Jensen, la Times o la Bookman.

Otro aspecto a considerar es el diseño de la portada que va a constituir su identificación con el público. También hay que establecer un criterio sobre el uso de las fotografías, su posición, uso del espacio en blanco, uso de estadísticas, gráficas, ilustraciones, etc. Todos estos factores y los anteriores dan el estilo de la revista y permiten al lector identificarse con él.

Para la diagramación de las páginas para cada edición individual se debe tener en cuenta los principios de diseño general: diversidad dentro de la unidad, balance, proporción, ritmo, color y uso de espacios dentro de los parámetros que dicta el patrón general de diseño.

En primer lugar se deberá definir las diferentes secciones con que contará la revista, luego se define la jerarquía del contenido y los artículos correspondientes a cada sección –algo que corresponde al redactor– y escoger el material gráfico con que se va a ilustrar. Es importantísimo establecer un criterio en el uso de las fotografías.

Por supuesto cada revista y cada diseñador tiene sus propios criterios particulares, sobre todo se piensa que en diseño no hay dogmas, sino más bien modas que cambian con el paso de los años, aunque ciertos principios básicos se mantienen más o menos inmutables.

Quién diagrama las páginas, ya es otro asunto. Hay revistas en que todas las páginas las diagraman los redactores y otras dependen de personal encargado únicamente de este trabajo. La misión del diagramador es velar que no se desvíen del patrón de diseño general y hacer los cambios en el diseño global que se requieran, a veces hasta un rediseño completo. Un enorme avance en años recientes es el uso de computadoras personales en la diagramación, bien sea utilizando equipos y “software” Macintosh, IBM o sus clones. Hay revistas que se están diagramando totalmente en Macintosh usando programas como Pagemaker, Quark Express, entre otros. Son realmente sensacionales los avances recientes en este campo y los diseñadores se han visto obligados a aprender el uso de programas muy sofisticados que permiten diagramar las páginas sin tomar un lápiz en la mano.

Es importante recordar que las computadoras son herramientas que no substituyen al ser humano. No trabajan solas, requieren de alguien que les dé instrucciones apropiadas y nada toma el lugar del juicio y los conocimientos de un buen diseñador. Tampoco debe olvidarse jamás que, por muy bonito que sea el diseño de una revista, si no satisface a sus lectores con el contenido ofreciéndoles información fresca, importante, útil y amena, nunca llegará a ser una gran revista. Existen revistas que han ido al fracaso por pensar que un cambio de diseño las iba a salvar de problemas administrativos o tecnológicos dentro de la empresa. Los diseñadores ayudan a hacer una mejor revista pero no curan las enfermedades de la empresa.

El buen diagramador es aquel que puede producir una revista de actualidad y atractiva, con encanto contemporáneo, al mismo tiempo que resuelve los tres problemas básicos, afirma Edmund Arnold (1980), autor del libro *Diseño Total de un Periódico*.

El primer problema puede referirse a la mecánica de la lectura. Leer es una habilidad culta que ha sufrido mucho a causa de las fallas del sistema escolar.

Con esta deficiencia en el aprovechamiento de lectura, el medio competitivo de la tele-

visión fue marcadamente superior con los jóvenes puesto que habían sido llevados a un estado en que no requería de un lapso de atención ni de participación por parte del auditorio.

El segundo problema se puede llamar la psicología de la lectura. Las revistas deben tener un buen contenido. Aquí es donde se presenta la objeción de siempre: "El contenido de una revista es mucho más importante que el diseño". En esta tesis siempre se da por hecho que el contenido de la revista Cafetalera será de calidad. Mientras nos concentramos en el empaquetado, siempre se considerará como prioridad su contenido.

Únicamente una buena presentación gráfica podrá convencer al público de hojear el contenido de una revista. Desde luego existen excepciones. Cuando hay artículos de importancia trascendental, se leen con interés fácilmente. La palabra impresa posee un sello distintivo de veracidad y autoridad.

El tercer problema puede llamarse la economía de la tipografía. El costo de componer y manejar tipo es, por supuesto, un factor decisivo en la declaración de pérdidas y ganancias de cualquier revista. La revista debe ser producida a un costo que permita venderla a un precio que deje un margen de ganancia. Pasemos ahora a los diferentes factores que llevan al buen diseño de la revista Cafetalera.

La tipografía debe asegurar que el lapso limitado de tiempo del lector, junto con la atención y energía, se emplee para recibir la información, según McLuhan (1975). La tipología funcional exige que cada elemento realice un trabajo útil y necesario en la forma más eficiente.

Los elementos se prueban para averiguar su grado de funcionalidad utilizando dos preguntas: ¿este elemento realiza un trabajo útil y necesario? Si la respuesta es afirmativa, es funcional. Después se formula la segunda pregunta: ¿se puede hacer este trabajo en forma más rápida, más fácil o más económica? Entonces el diagramador toma en cuenta todas las opciones que en una situación típica son muchas. Si el elemento en cuestión no realiza un trabajo útil y necesario, entonces se sabe que no es funcional y se debe quitar, ya que un elemento que no sea capaz de atraer lectores, generalmente servirá para distraerlos y si no transmite información rápidamente y en forma adecuada, causa pérdida de tiempo.

¿Cómo se sabe cuándo un elemento es funcional o no funcional? Principalmente, mediante el análisis de cómo lo utiliza el lector, nos dice Sohn (1988).

Los redactores tienen la tendencia a olvidar el primer fundamento de la comunicación: La comunicación es un proceso de dos personas. No existe comunicación cuando una persona escribe. La comunicación ocurre sólo cuando la palabra escrita es leída y cuando es comprendida. No importa qué tan celosamente se haya enviado el mensaje, el trabajo no estará completo, sino hasta que el trabajo del receptor lo esté. Sólo se puede convencer al lector que pase a formar parte del proceso de comunicación. Debido a que los lectores no se adaptarían fácilmente a la tipografía que se opone a sus necesidades, hábitos y deseos, el diagramador es quien debe adaptarse.

Las reglas del lector para entrar en el juego, según Dia y Martins (1970) se encuentran contenidas en el llamado "Diagrama de Gutenberg". En cualquier página el punto de partida es la esquina superior izquierda.

Allí está la principal área óptica, (conocida como PAO) y es en ese punto donde debe atraparse mediante un *jalador* (algo que atraiga la atención). Cuando el ojo llega a la esquina inferior derecha, la página se ha terminado. Esta es el *área terminal* (o AT).

La lectura diagonal del PAO al AT a menudo se denomina "gravedad de lectura". El ojo sigue su curso a lo largo de la diagonal y puede desviarse de su camino con gran facilidad por lo que el tipógrafo deliberadamente coloca "imágenes ópticas" por toda la página, para atraer al ojo hacia cada área de la misma.

Así como se prefiere no luchar contra la gravedad, o sea no subir escaleras muy empinadas, no subir un piso a pie, ni a un monte, de la misma manera al ojo no le gusta ir contra la gravedad de lectura.

En cualquier lugar de la página en que se encuentre el ojo en un momento dado, preferirá dirigirse hacia abajo, con la gravedad, en vez de hacerlo en dirección opuesta. Existe una excepción obvia: cuando el ojo ha terminado de leer una línea debe, por supuesto, ir contra la gravedad, es decir hacia la izquierda, para empezar con la siguiente línea. El ojo está dispuesto a hacer esto, siempre y cuando el tipógrafo no complique el procedimiento.

El funcionalismo significa más que sólo eliminar lo no funcional representa mejorar lo funcional, según News (1987).

La diagramación

En la presente investigación, y debido a la falta de un concepto definido existente, se define como diagramación de revistas al proceso por medio del cual se ordenan, de una manera artística, todos los elementos que conforman la página de una revista, desde los textos hasta los elementos gráficos.

La diagramación trabaja mejor como una extensión de la redacción y no como una decoración de último minuto, afirma Parker (1988), por lo que es importante observar los siguientes factores:

La diagramación efectiva comienza con un entendimiento firme de las metas y el contenido de cada proyecto. La forma siempre debe seguir a la función. La diagramación debe ser vista como significado de comunicación y no solamente como simple decoración. Esta tesis asumió que si se conoce las herramientas básicas de diagramación y lo que se desea comunicar, se estará capacitado para producir una publicación efectiva y atractiva.

La claridad, la organización y la simplicidad son tan importantes en la diagramación como en la redacción. Debe haber una razón lógica para la forma en que se emplea cada herramienta y a la vez su uso debe estar relacionado con la idea que ella misma expresa, así como al ambiente en el que finalmente aparecerá.

FORMAS Y POSIBILIDADES DEL DISEÑO

Armado de una página significa colocar en el orden diseñado los diferentes textos, ilustraciones, publicidad, etc. según afirma el instructor de Radio Nederland Training Centre (1990).

El diseño y el armado de la página depende, entre otras cosas de las siguientes:

- a) Tipo de revista
- b) Concepción de la estructura de la revista
- c) Número de los elementos
- d) Orden de importancia
- e) Cantidad de publicidad
- f) Orden tipográfico
- g) Exigencias psicológicas y estéticas
- h) Concepción del diseño
- i) Método y sistema de aplicación de la forma elegida.

El diagramador-antes de elegir la forma- conoce en detalle la concepción de la redacción. En ella basa su proyecto la construcción de la página y las formas que utilizará. Todo esto lo compone de tal manera que confiera a la revista una imagen particular. Lo esencial es que con el sistema elegido quede expresado el orden de importancia, proporcionando a la vez una información rápida.

El tamaño de los elementos gráficos será determinado por su importancia relativa y su contexto. El éxito en la diagramación dependerá de la relación adecuada entre cada

elemento dentro de la página puesto que la palabra final para cada situación la determina el creativo. El grosor adecuado de las líneas está determinado por el tamaño de espacios blancos y tipos de letras que existen a su alrededor. Ver ejemplo:

Me siento perdido.

Se declaró la guerra.

Así también el tamaño de los tipos y la distancia entre las líneas deberá relacionarse apropiadamente con el ancho de la columna. Como usted verá en los modelos, las columnas anchas generalmente son preferidas para artículos lentos (tipo investigación) y las columnas angostas son apropiadas para artículos dinámicos. Como se mencionó anteriormente, es el diagramador quien se debe adaptar a las necesidades del lector y escoger los elementos del diseño en función a él.

La diagramación efectiva guía al lector a través de la publicación por lo que debe encontrar una secuencia lógica de eventos conforme vaya leyendo la misma.

Según de Harraiz (1981) en los inicios del diseño de revistas no existían secciones ni división de las páginas. Se publicaban las diferentes informaciones sin ningún orden. El primer intento de división de informaciones fue separar eventos nacionales e internacionales. La selección de las informaciones por temas condujo a la formación de las secciones. Las secciones no sólo dividen la revista sino que también dan lugar al agrupamiento de las informaciones, lo que facilita su lectura. Por eso es que el diseño ubica el título de la sección en la línea del titular.

Según el tipo de revista varía el sistema de secciones.

EL DESEO DE EXPERIMENTAR

La diagramación, exitosa normalmente surge luego de probar y errar continuamente, según Ferguson (1988). Las soluciones complicadas son el resultado del deseo de experimentar varias alternativas hasta que la solución "se vea bien". La meta es mejorar cada vez más la apariencia de las publicaciones.

SORPRESA CONTRA ABURRIMIENTO

Se debe evitar aburrir a los lectores, nos dicen Ray y Taylor (1985). La meta del diagramador es hacer publicaciones consistentes sin ser aburridas. La consistencia de página a página puede adquirirse de las siguientes maneras:

- Usando los mismos márgenes
- Usando el mismo tipo de letra, tamaño e interlineado para el texto, titulares, subtítulos y atractivos visuales.
- Usando el mismo espaciamiento para las sangrías, los espacios entre columnas y los espacios blancos alrededor de las fotografías.
- Repitiendo los mismos elementos gráficos en cada página, como líneas verticales, columnas o bordes del mismo ancho.

El contraste mejora el poder comunicativo de la publicación. Este se refiere al "color" determinado por la cantidad de espacio designado para el texto, diseños y espacios blancos. Cuando se analiza una publicación debe observarse las áreas oscuras como los titulares largos en negritas, fotografías oscuras o los bloques de texto y se verá como puede mejorarse con áreas más pálidas usando un tipo más pequeño.

Las publicaciones de alto impacto tienden a tener mucho contraste. Cada página tiene definida áreas blancas y oscuras con gran cantidad de espacios blancos e ilustraciones.

La diagramación efectiva se basa en desarrollar formas consistentes para manejar la diversidad. Los diseños deben ser suficientemente dinámicos para mantener interesado al lector y también suficientemente consistentes para que la publicación surja con una fuerte identidad, afirma el instructor de Radio Nederland Training Centre (curso 1990).

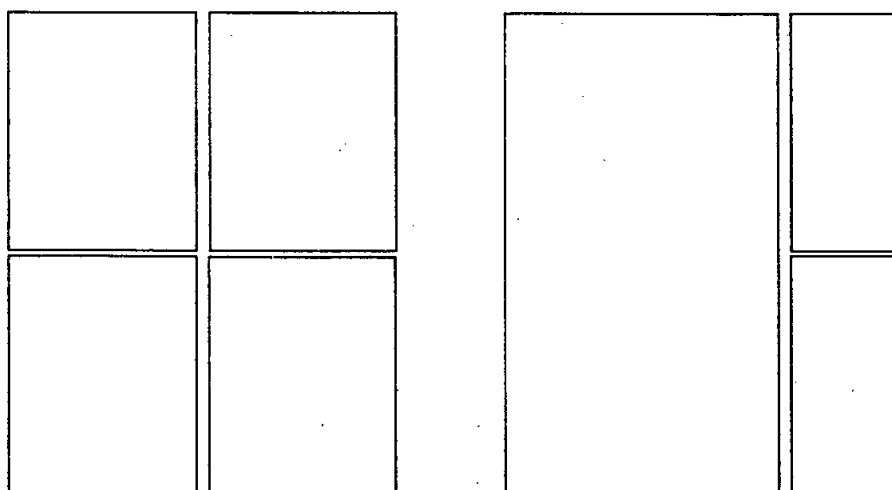
La consistencia es cuestión de detalles que se consigue mediante la restricción en el uso de tipos de letras y tamaños y el uso del mismo interlineado a través de toda la publicación, lo cual dirige hacia el estilo. El estilo refleja la forma en que el diagramador maneja los problemas que surgen una y otra vez.

Para atraer la atención de los lectores debe proveerse un elemento visual dominante, el cual ayuda a los lectores a organizar el movimiento del ojo a través de la publicación y además comunica algo de importancia relativa. (ver dibujo)

Piense en la diagramación comparado a un rompecabezas. Ninguna pieza debe estar separada de las otras, todas las partes deben de casar armoniosamente.

Para analizar las posibilidades del diseño debe partirse de los principios de la transmisión y recepción de la información. La apariencia de una revista, que es el resultado del diseño es un instrumento efectivo y parte integrante de la información.

La base de la diagramación está constituida por un conjunto de elementos (items). Los elementos del diseño, entre otros, son: logotipo, encabezamiento, títulos de secciones, textos, gráficos, fotos, dibujos, filetes, pies de foto, subtítulos, entradillas. Estos elementos visuales, están vinculados entre sí. La elección, proporción y coordinación correcta de los items es primordial para el diseño de páginas de revistas. El uso adecuado de estos elementos es la función más importante del diseñador.



Las nuevas soluciones nacen variando y recomponiendo los ítems. Composición es desmontar los elementos, complementarlos y reordenarlos para obtener nuevas soluciones constructivas.

El diseño puede aumentar el valor de la información siempre que esté bien concebido. No es solamente un simple instrumento de la comunicación sino que también influye en la conducta del lector. Es un mensaje visual, estético y psicológico.

Un adecuado diseño debe lograr unidad entre contenido y forma, con alto nivel estético que refleje el orden de importancia real de los materiales.

¿Cómo suavizar las exageraciones del orden? Si la única meta del diseñador es la creación del orden y solamente esta concepción se repite página a página, se producen diseños "previsibles" que el lector los acepta como ya vistos.

Este diseño en vías de tornarse rígido se puede modificar mediante el movimiento en el orden. Desplazando un elemento se altera la estructura en bloque y se agiliza la imagen de la página. A veces es suficiente desplazar uno de los elementos ubicados simétricamente, sea imagen o línea de texto. (Esto no es el mismo concepto que las diferencias mínimas entre elementos porque con este traslado no se altera el orden). Acontece a veces que a consecuencia del traslado la superficie impresa de la página se alarga en un lado y se presenta un desequilibrio. En este caso también hay que desplazar algo en el lado opuesto.

Si al realizar la revista, el diagramador se concentra en cada página como un bloque individual puede caerse en el error de crear dos páginas que por separado se vean bien pero que al colocarse juntas compitan la una con la otra. Por esta razón, al diseñar una revista, el diagramador debe trabajar con el concepto de ver las dos páginas como un bloque en lugar de ver cada página individualmente.

El buen diagramador debe disciplinarse a usar la simplicidad, afirma Parker (1988). Este es tal vez el principio de diagramación más difícil de usar para aplicarlo en forma consistente.

Con tanto poder que ofrecen actualmente las computadoras, es fácil olvidarse que la simplicidad es una virtud en la diagramación y que el diseño debe presentarse como invisible para el lector.

La restricción puede ejemplificarse mediante el uso de un mismo tipo de letra y de tamaño en una publicación, o de ser necesario, el cambio mínimo de éstos.

Como el niño que gritaba "lobo" tan a menudo, el uso de énfasis innecesarios debilitan la publicación.

Organización

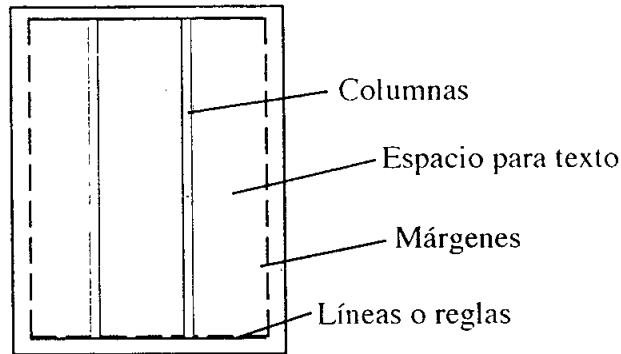
La diagramación efectiva utiliza una variedad de herramientas de organización que ayudan al lector a entender rápida y fácilmente el mensaje que se desea transmitir, afirma Parker (1988). El propósito principal de las herramientas de diagramación consiste en guiar el ojo de los lectores de un punto a otro. El segundo propósito es mantener enterados a los lectores del progreso que han obtenido y a la vez ayudarlos a localizar en forma rápida la información que desean.

LOS ORGANIZADORES SON: GRAFICOS Y TEXTOS

A. ORGANIZADORES GRAFICOS

Son los que ofrecen ya incluidos los programas de computación como los márgenes, reglas y líneas, marcos de la página, columnas, líneas y cajas.

Los márgenes determinan la relación entre las columnas y los bordes. Es aconsejable dejar aire entre los bordes y el texto. También determinan la distancia entre los bordes de la página y el "área viva" - como el texto, dibujos y número de página. Entre mayor sea el espacio entre los bordes y el texto es más clara la página; los márgenes delgados resultan en páginas oscuras.



Las reglas y líneas se usan para separar una parte de la página de otra, por ejemplo, separar el titular del texto. Estas pueden ser horizontales o verticales. Las líneas también pueden complementar el color en la página y las líneas gruesas oscurecen la página.

Las cajas sirven para separar partes de una página que son del mismo tema pero son artículos separados. También sirven para separar información como direcciones, teléfonos o para poner los créditos de las personas que realizan la revista, etc.

Un pequeño rectángulo o pequeñas cajas o un signo visual pequeño pueden ser utilizados para indicar el fin de un artículo.

Las columnas se utilizan para organizar cómo y dónde colocar el texto y las ilustraciones o fotografías. El texto muy raras veces se coloca en una sola línea desde el lado izquierdo hasta el derecho de la página sino que generalmente se coloca en columnas que pueden variar desde 2 hasta 6 -estas columnas son invisibles, líneas no impresas que determinan la posición y ancho de las líneas de texto, ilustraciones o fotografías.

La distancia que se deje entre cada columna influye en el "color" de la página. Las columnas con poco espacio entre ellas oscurecen la página y hacen difícil su lectura porque el ojo del lector tiende a saltarse la brecha existente entre columnas. Las columnas con bastante espacio hacen la página más clara.

El largo de la columna influye en la lectura del artículo, afirma Arnold (1980), entre más ancha sea la columna más difícil será para el ojo del lector hacer suaves

transiciones entre el final de una línea y el principio de la siguiente sin perderse.

El ancho de la columna será determinado por el tamaño del tipo de letra. Por esto se debe usar columnas angosta para tipos pequeños y columnas anchas para tipos grandes.

Factores que influyen en una buena diagramación

Los titulares pueden centrarse, alinearse a la izquierda o alinearse a la derecha. La uniformidad es muy importante por lo cual los subtitulares deben alinearse a la derecha. La uniformidad es muy importante por lo cual los subtitulares deben alinearse a la izquierda o alinearse a la derecha.

Factores que influyen en una buena diagramación

Los subtitulares pueden centrarse, alinearse a la izquierda o alinearse a la derecha. La uniformidad es muy importante por lo cual los subtitulares deben alinearse a la izquierda o alinearse a la derecha. La uniformidad es muy importante por lo cual los subtitulares deben alinearse a la izquierda o alinearse a la derecha.

- ① Titular con leading junto.
 - ② Regla
 - ③ Espacio en blanco
 - ④ Subtitulares
- Diferente tamaño y tipo de letra

B. ORGANIZADORES DE TEXTO

Entre las herramientas de texto que nos sirven para organizar una página están: letras, palabras y números. Estas herramientas permitirán al lector entender más rápidamente el mensaje que se desea transmitir.

Los titulares se utilizan para interesar al lector a leer el artículo, por lo cual deben lograr ser impactantes y por esto son considerados como la principal herramienta de texto, puesto que hacen decidir a los lectores el leer o no el artículo.

Los titulares deben ser cortos y concisos para que su significado pueda ser entendido rápido. Deben diferenciarse del cuerpo del texto, lo cual puede lograrse en dos diferentes formas:

1. Utilizando un tipo de letra diferente al texto, o
2. Utilizando el mismo tipo de letra en un tamaño más grande y en negritas.

Los titulares escritos en mayúsculas disminuyen la rapidez de lectura y ocupan más espacio en la página, además como los lectores no están acostumbrados a leer exclusivamente en mayúsculas hace que el titular sea difícil de leer de un vistazo.

Los subtitulares se utilizan para continuar la organización que se empezó con el titular. Los subtitulares quiebran el cuerpo en pequeños segmentos manejables, mejoran la apariencia de la página y guían a la lectura pues son una transición entre el titular y el cuerpo. Ayudan a encontrar al lector la información deseada. Los subtitulares pueden ser colocados dentro del texto o cerca del cuerpo del texto.

Al igual que los titulares, los subtitulares pueden colocarse en un tipo de letra que contraste con el tipo de letra del texto. Los subtitulares pueden fijarse en un tamaño más grande que el del cuerpo del texto.

Los subtitulares pueden centrarse, alinearse a la izquierda o alinearse a la derecha. La uniformidad es muy importante por lo cual los subtitulares deben colocarse de la misma forma a través de toda la publicación.

Factores que influyen en una buena diagramación

Los subtulares pueden de erda o al-
titulares colocarse a mearse a
pueden en la mis- la dere-
centrarse, ma for- cha. La
alinearse a ma atra-
la izqui- vés de UNFCME.
erda o al- toda la muy im-
inearse a ptañis portante
derecha. por lo cu-
La unifor- SUB- al los
midad es TIT, subtítul
muy im- pueden portante
portante centra- por lo cu-
por lo cual rse, alin- al los
los subti- case a subtítul
tulares de- la izqui- locual los

Puede crearse énfasis en los subtulares añadiendo líneas arriba o abajo de los mismos.

Los pies de foto se usan para relacionar las fotografías o las ilustraciones con el resto de su publicación. Después de los titulares, los pies de fotos es la parte más leída. Por esta razón, puede utilizar los pies de foto para resumir puntos importantes.

Estos pueden ser colocados en variedad de formas como al lado, arriba o abajo de la fotografía. El ancho del pie de foto debe ir en proporción al ancho de la fotografía descrita así como al espacio en blanco y el texto que se tenga alrededor. La uniformidad es importante, los pies de foto deben tratarse de la misma forma a través de cada diferente sección de la revista.

Es recomendable seleccionar un nombre que pueda ser reconocido con facilidad y que produzca una identidad visual permanente porque este diseño no debe cambiarse de edición a edición.

El logotipo de la empresa se usa como una firma en la publicación, afirma Parker (1988). El logotipo es un símbolo gráfico que identifica a la empresa con la clase de negocio a que se dedica. Los logotipos deben ser lo suficientemente grandes para identificarlos rápido pero no deben ser distractores de la información que se desea transmitir sino que deben proveer identificación visual y consistencia. Por eso no deben elegirse letras sin personalidad. El título de la revista debe ser una visión gráfica que resalte en forma notable en la portada.



Cafetalera

La información que se coloca hasta arriba de cada página debe informar a los lectores acerca del contenido de la misma. Esta información debe guiar a los lectores a encontrar información específica. El nombre de la revista y la sección en la que se encuentran son frecuentemente repetidas hasta arriba de cada página..

El estilo general del diseño de la revista es lo que determina las características gráficas de la cabeza de las secciones. La simplicidad y el buen aspecto no son contradictorias.

También alguna clase de información puede ser colocada en la parte inferior de la página, como por ejemplo los números de página o referencias de algunos títulos de libros, etc.

Pueden utilizarse también asteriscos, cuadros pequeños, números o letras para organizar una lista de ideas. Los asteriscos y los cuadros pequeños se usan para cuando todas las ideas tienen la misma importancia y los números y letras se usan cuando éstas van en orden de importancia.

Entre los ingredientes para una dieta saludable están:

- Mantequilla
- Leche
- Huevos
- Carne
- Cereal
- Pescado

Los números o letras se usan para establecer un orden de importancia:

1. Seguro de casa
2. Seguro de carro
3. Pago del carro
4. Tarjetas de crédito
5. Floristería

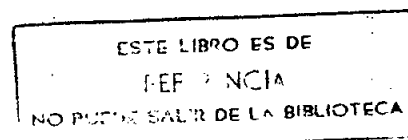
Las líneas de salto se usan para informar a los lectores que el artículo continúa de una página a otra.

CONSTRUIR BLOQUES DE DISEÑO

Según Rucker (1977) de que pesar de que la tecnología a avanzado mucho, las herramientas básicas de diseño no han cambiado. La imagen particular de la revista es dada por el estilo y el diseño. Este estilo particular y característico está determinado por varios factores, entre los cuales los primordiales son:

1. Tipo, finalidad de la revista y frecuencia de publicación.
2. Formato y extensión.
3. Procedimiento de impresión.
4. Proporción entre texto, ilustración y publicidad.

En conocimiento de estos elementos se puede planear el diseño y el armado. Para realizar una concepción tipográfica no sólo se necesita criterio sino también imaginación e ideas y el uso correcto de interlineados, espacios blancos y filetes horizontales y verticales.



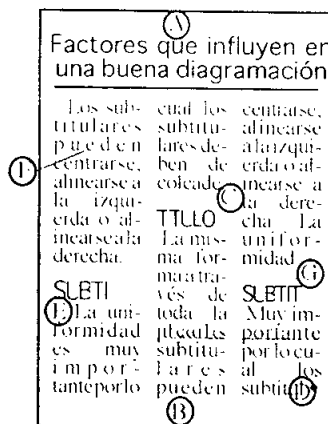
¿Qué instrumentos se poseen para realizar un diseño característico? La mayoría de los elementos e ítems ya conocidos, son adecuados para que logremos formas nuevas y soluciones gráficamente eficaces, en vez de las rutinarias y monótonas.

A continuación se examinan las posibilidades que ofrecen los elementos que integran al diseño:

ESPACIO EN BLANCO

El espacio en blanco- espacio libre de texto o ilustraciones- se usa para añadir contraste a la revista, a la vez que provee un punto de descanso para el ojo del lector. Este puede ser creado en diversos lugares de la página y en diferentes formas, afirma Parker (1988):

- A. Puede encontrarse un espacio en blanco rodeando un titular;
- B. Los márgenes de la página. Los márgenes anchos empujan la atención del lector hacia el centro;
- C. El espacio entre columnas. Entre más anchas las columnas más espacio en blanco entre ellas necesitan;
- D. El espacio final de cada línea no justificada es un espacio en blanco;
- E. La sangría al principio de una línea;
- F. El interlineado. Las líneas muy juntas opacan la página;
- G. El espacio blanco entre cada párrafo.



Es importante decir que el espacio en blanco no necesariamente tiene que ser blanco; es decir, si la revista está impresa en color celeste pálido los espacios en blanco permiten que aparezca más del papel base.

El tamaño, tipo de letra y color influye en la apariencia de la revista más que cualquier otro elemento visual. El tipo se especifica por estilo, tamaño, alineación y espaciamento.

Se debe escoger un tipo de letra que hable a los lectores en el tono de voz más apropiado para la revista. Existen cientos de tipos disponibles y cada uno representa la claridad y la expresión de su creador. Hay tipos

formales
TECNICOS
contemporáneos
noticiosos
estilo

Los tipos de letra se clasifican en dos: **Serif y sans-serif.**

Los serif se usan para el texto. Se caracterizan por tener pequeñas decoraciones en la orilla de cada letra. Estas decoraciones son tanto decorativas como funcionales pues dan mayor carácter visual y a la vez ayudan al movimiento del ojo del lector de letra en letra. Esto ayuda al lector a ver el mensaje en término de palabras y oraciones en lugar de letras. Uno de los tipos más comunes en serif es el Times, New Century Schoolbook, Bookman y Palatino.

Los sans-serif se usan para titulares. Los sans-serif son tipos de letra que carecen de decoración y tienen el mismo grosor en todos sus puntos. Cuando se usan en pequeñas cantidades la simplicidad de los sans-serif añaden impacto. Pero grandes cantidades de sans-serif son difíciles de leer. Estos se usan en tamaños grandes y particularmente rodeados de grandes cantidades de espacio en blanco como en titulares. Entre los sans-serif están: Helvetica, Optima y Avant Garde.

El estilo del tipo se refiere a la forma en que cada tipo puede ser modificado para añadir contraste o énfasis.

Las opciones más comunes son: normal, **negritas**, *cursivas* e **itálicas negritas**.

Las negritas se usan para autoridad, énfasis o para obscurecer la página. Las negritas generalmente se utilizan para los subtitulares que sirven para romper largos bloques de textos.

Las itálicas se utilizan para añadir énfasis con sentido del humor o con ironía. Se utilizan también para atraer la atención.

El peso da mayor flexibilidad para la influencia que tiene la apariencia del tipo en el "tono" del mensaje. Por ejemplo el Helvética Condensed Black da fuerza a titulares:

VIENTOS FRIOS

El tamaño tiene que estar en proporción a la importancia del mensaje como a su alrededor. El tamaño debe ser apropiado para el tipo de letra así como al tamaño de la línea y su interlineado. El tamaño más común para el tipo del cuerpo es el de 10 ó 12 puntos.

Un tamaño pequeño rodeado de espacio en blanco se mira perdido y un tamaño grande en un pequeño espacio es difícil de leer.

¿En dónde estoy?

Ocupemos
todo el
espacio
que hay.

Se puede ajustar el espacio entre líneas horizontales para mejorar la apariencia y la lectura de la página.

El interlineado se describe como la cantidad de espacio que separa la línea de arriba y la línea de texto que le sigue.

La apariencia de un titular puede mejorarse si se disminuye su interlineado, pues esto hace aparecer el titular como una unidad. Y un interlineado mayor entre el texto puede mejorar la apariencia del mismo pues hace la página menos oscura. Debe utilizarse un interlineado angosto para líneas pequeñas y uno más ancho para líneas más grandes.

La apariencia de un titular puede mejorarse si se disminuye su interlineado, pues esto hace aparecer el titular como una unidad. Y un interlineado mayor entre el texto puede mejorar la apariencia del mismo pues hace que se lea mejor así que con leading más.

La apariencia de un titular puede mejorarse si se disminuye su interlineado, pues esto hace aparecer el titular como una unidad. Y un interlineado mayor entre el texto puede mejorar la apariencia del mismo pues hace

Ajustar el espacio entre palabras sirve para aumentar o disminuir la densidad del tipo. Para esto se debe tener mucho cuidado puesto que si se disminuye mucho el espacio entre las palabras el texto se mirará oscuro y será difícil de leer.

Añadir un espacio en blanco extra entre cada párrafo ayuda a facilitar la lectura además que hace aparecer a cada párrafo como una unidad individual y le da aire a la publicación quebrando las largas extensiones de texto. Añadir un espacio en blanco extra hasta arriba de la página dirige la atención hacia el texto.

Los tabuladores y las sangrías pueden ser utilizados en conjunto con un espacio extra entre párrafos para lograr hacer la publicación más abierta.

La sangría puede ser utilizada a la vez para dar igual importancia en la organización de una lista.

Cuentas por pagar:

1. Seguro carro
2. Alquiler casa
3. Seguro médico
4. Colegios

Es importante escoger el tipo de alineación más conveniente para cada diferente propósito.

La alineación más utilizada es la *izquierda*, lo que significa que la primera letra de cada línea está alineada y los finales irregulares crean espacios en blanco lo que hace la publicación más clara. También los finales de línea pueden estar alineados, lo que se llamaría alineado a la *derecha*, pero porque las personas están acostumbradas a leer de izquierda a derecha, este tipo de alineación debe ser utilizado con discreción.

Se puede utilizar también *justificado* que significa que se encuentra alineado el principio y el final de cada línea, lo que provoca una publicación más oscura. La opción que se escoja influye en el color de la publicación, el tono e incluso el costo. Otra forma de alineación es la **centrada** que es particularmente útil para pequeños titulares.

Muchas revistas utilizan alineación justificada porque cuentan con mayor densidad de palabras y como resultado se utilizan menos páginas y espacio para comunicar la misma cantidad de información.

ALINEADO A LA DERECHA

Leer un texto alineado a la derecha toma más tiempo porque el ojo tiene que buscar con esfuerzo el principio de cada línea de la siguiente.

Leer un texto alineado a la izquierda cuesta más porque el ojo tiene.

Muchas revistas utilizan alineación justificada porque cuentan con mayor densidad de palabras y como resultado se utilizan menos páginas y espacio para comunicar la misma cantidad de información.

JUSTIFICADO

HERRAMIENTAS DE ENFASIS

Para dar énfasis a oraciones cortas o a titulares se puede utilizar color blanco para la letra sobre un fondo negro. El invertido pierde su impacto cuando se utiliza un tamaño de letra pequeño.

AHORRE!

Para dar énfasis a un texto grande se puede utilizar un tipo de letra negro sobre un fondo gris y agregar al contorno cajas o reglas.

Reducir el contraste algunas veces es una virtud.

Se puede utilizar el color en muchas formas para añadir impacto a la publicación sin la necesidad de utilizar una impresión en cuatro colores.

1. Utilizar un color de papel que no sea el estándar. Existen cientos de papeles en diferentes colores con un pequeño costo extra que el estándar.
2. Utilizar otro color de tinta. Excelentes efectos pueden lograrse mediante el uso de otro color de tinta.
3. Añadir un segundo color a la publicación, utilizándolo en partes especiales en cada página como por ejemplo, márgenes, titulares, líneas, cajas. Debe evitarse el sobreuso del segundo color. Recuerde: entre menos es mejor.

Utilizar un tamaño grande para la primera letra del primer párrafo del artículo. Esto produce un impacto visual importante en la transición entre el titular y el cuerpo del texto.

Utilizar un tamaño grande para la primera letra del artículo produce un impacto visual importante.

Puede utilizar las ilustraciones, fotografías, cuadros y estadísticas para aumentar el poder de comunicación de la publicación. Las ilustraciones mejoran la apariencia de la publicación.

Las fotografías se utilizan para comunicar lo más literal posible a través no sólo de palabras sino de dibujos. Los cortes se utilizan para eliminar detalles poco importantes en una fotografía.

8 ERRORES COMUNES DE DIAGRAMACION (Parker, 1988)

1. Textos con alineación irregular

La alineación a la izquierda es la más fácil de leer y los efectos especiales pueden producir la pérdida de la efectividad en la comunicación del mensaje que se desea transmitir.

2. Colocación con algún ángulo

Los ángulos son permitidos únicamente cuando se desea atraer la atención con frases cortas y deben colocarse en la esquina superior izquierda de la revista.

3. Subrayado

El subrayado debe utilizarse con discreción. Utilice itálicas o negritas en lugar de mucho subrayado.

Cuando se subrayan muchas líneas a la vez el ojo del lector se confunde porque su ojo mira las letras y las líneas a la vez.

4. Viudas o huérfanos

Una viuda es una palabra sola al final de una columna o párrafo. Un huérfano es una palabra sola al principio de una columna. Estos pueden ser eliminados editando el texto o eliminando una o dos palabras dentro de un párrafo.

Una viuda es una palabra sola al final de una columna o párrafo. Una viuda es una palabra sola al final de una columna o párrafo.

una columna.
Un huérfano es una palabra sola al principio de una columna. Un huérfano es una palabra sola al principio de un.

5. Espaciamiento no uniforme

Es importante luchar por lograr un espaciamiento uniforme entre cada elemento que forma parte de la publicación.

El ojo humano es extremadamente sensible a las variaciones en el espaciamiento y estas variaciones pueden ser vistas como un descuido del diagramador por parte de los lectores.

Es conveniente poner especial cuidado en el espacio entre:

1. El titular y la parte de arriba de la página;
2. El titular y el cuerpo del texto;
3. Subtitulares y el cuerpo del texto
4. Las primeras letras del texto que se dibujan en grande;
5. Las ilustraciones o fotografías y el cuerpo del texto;
6. El final de las columnas y los márgenes inferiores.

Cuando se planifica el ancho de la foto se determina, por ejemplo, dos columnas de ancho obteniendo así una de las medidas.

¿Cuáles son las posibilidades si al original no se le puede agregar nada y el material no ocupa todo el espacio asignado?

Para aumentar la extensión, según Curso Radio Nederland (1990)

1. Se compone la entrada en más líneas.
2. Se aumenta la altura de las fotos.
3. Se aumenta el ancho de la ilustración (en vez de dos columnas de ancho se la hace de tres).

Para disminuir la extensión ¿Cuáles son las soluciones si el material entregado excede el espacio previsto y no se le puede cortar?

1. Se acorta el número de líneas del título.
2. Se acorta la altura de las fotos.
3. Se recorta la foto.
4. Se colocan las fotos en fila, disminuyendo su tamaño.

Siempre la situación determina cuál solución es utilizable. A veces se usan 2 juntas: por ejemplo: se disminuyen el título y las ilustraciones. Es importante que no se cambien los espacios blancos habituales. El orden tipográfico exige que la distribución de los blancos sea sistemática.

El orden tipográfico es la primera fuente de la estética y a la vez contribuye al entendimiento.

El movimiento en el orden, la proporción, el contraste, el equilibrio en el contraste y el ritmo son categorías estéticas con cuyo dominio el diseñador puede producir revistas de alto nivel y al gusto moderno. Para el principiante significan una base para desarrollar su capacidad.

El filete en las manos del diseñador es una gran posibilidad para crear un orden racional. Si logra reunir esa función con la fuerza decorativa del filete nacen muchas buenas soluciones.

El espacio blanco es un problema delicado. En la decisión de que una revista tenga muchos o pocos espacios blancos influyen factores de redacción, de moda, etc. Lo más importante es que haya equilibrio entre el espacio blanco y el impreso.

El tamaño relativo. Un elemento del diseño en sí no es ni grande ni pequeño. Es el entorno y otros elementos utilizados los que le confieren su tamaño relativo.

Diseño significa la utilización de todos esos elementos y la búsqueda de formas nuevas con la ayuda de la capacidad creativa del diseñador.

El diseño debe extenderse detalladamente a toda la amplitud de la página. Un proyecto esquemático que traslade el trabajo de precisión a la imprenta, no es suficiente.

6. Excesiva división mediante guiones

El exceso de guionización produce columnas angostas y esto puede ser solucionado reduciendo el tamaño del tipo, grandando el tamaño de la columna o seleccionando el comando de justificar en la computadora.

7. Errores gramaticales

Se debe leer cuidadosamente todo el texto de la revista antes de imprimir la copia final. Un proceso de dos pasos puede ayudar:

1. Primero que el diagramador lea toda la revista en voz alta, y
2. darle la revista a una segunda persona para que también la lea.

8. Muchos tipos de letras

Es conveniente evitar lo más posible la mezcla de tipos de letras, pesos y tamaños en una misma página pues esto crea una apariencia de desorganización. El diagramador puede aprender a usar el menor número diferente de tipos y tamaños al organizar la información ya que cada cambio en los tipos disminuyen la rapidez en la lectura.

Creación de un modelo o formato

Lo que se publica, cómo y dónde, demuestra la importancia del artículo. Para el diseño hay que considerar el valor del artículo y el orden de importancia en la página.

No existen reglas universales para diagramación excepto aquellas del sentido común. Las soluciones de diseño como tipo de letra, ancho de columnas, o tratamiento de titulares que en unas situaciones funcionan en otras simplemente no funcionan.

La meta de esta tesis no es establecer reglas sino dar a conocer una forma apropiada o inapropiada en la aplicación de las herramientas de diseño en una diagramación específica. Pero a pesar de los fundamentos de diagramación no debe olvidarse que una buena diagramación es intuitiva.

El poder central de la diagramación consiste en establecer un formato permanente que pueda utilizarse en cada diferente edición. Debe a la vez existir contiguidad entre las páginas y cuando la extensión del título, texto, intertítulo, ilustraciones, espacios, etc... sobrepasan la página cobra mayor importancia el diseño de la doble página.

Los elementos de un artículo que pasan de la página par a la impar se deben componer de tal manera que su continuidad sea evidente a primera vista para el lector.

Variantes para el diseño de doble página:

1. El título principal se extiende en la doble página
2. El título principal y subtítulo muestran continuidad
3. Titular e ilustraciones expresan la unidad
4. Marco engloba el material que sobrepasa la página.

El **formato** define la posición de los márgenes, columnas y otros elementos repetidos en cada página, afirma Parker (1988).

Cuando la ubicación de las imágenes no está determinada por las reglas del diseño sino por el espacio de que se dispone se produce fácilmente un aspecto desordenado. Otras veces, es el mismo diseñador el que produce el desorden especialmente cuando no conoce el concepto de que la complejidad tiene que ser combinada con el orden para que sea realmente fuente de belleza. Una ubicación complicada en sí no puede ser base del diseño porque el lector se orienta con dificultad y en un caso peor malentendiendo el contenido. El orden lógico de las imágenes no prevalece sin la ubicación lógica ordenada.

Los **modelos** llevan la idea de los formatos aún más adelante pues proveen un marco para el formato a utilizarse de revista en revista. Cuando se logró formatear la primera edición de una revista es mucho más fácil producir las siguientes ediciones de la revista puesto que se utiliza como base los modelos de la primera.

Es decir, una vez que se definió el estilo de la revista los cambios de texto y fotografías de cada edición son más fáciles de hacer sin tener que perder tiempo. Los modelos dan eficiencia y mantienen la consistencia de la revista.

Es muy útil tener a mano archivados los modelos para mayor facilidad. Una segunda copia de los modelos debe estar guardada en otro lugar en caso de que la primera se pierda o se dañe. Los modelos determinan el estilo de su revista.

II. PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA

La carrera de Ciencias de la Comunicación es nueva en Guatemala y por lo tanto si hace tanto tiempo se editan revistas en el país, posiblemente la diagramación de éstas es el resultado de la experiencia y en la mayoría de los casos ésta no se adecúa a las técnicas modernas que existen.

En muchas instituciones guatemaltecas se editan revistas dentro de la misma empresa pero con la probabilidad que no estén diseñadas en una forma que capte la atención de los lectores. Estas personas encargadas de realizar las revistas en cada institución deberían poseer los conocimientos básicos para realizarlas en forma profesional.

Una revista debe tener una estructura que le permita disponer y ordenar su contenido de manera tal que el lector pueda identificar su estilo y personalidad. Dentro de la estructuración de la revista se determina qué cantidad de publicidad se asignará a la misma, en cuántas secciones se dividirá, qué peso se le dará a cada una y qué diseño la caracterizará.

Por lo anterior este trabajo pretende hacer un análisis de los principales elementos de la diagramación de la revista Cafetalera durante los años 1989 y 1990.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un análisis de la diagramación de la revista Cafetalera durante los años 1989 y 1990.

Objetivos específicos

1. Determinar la necesidad de comunicación de ANACAFE.
2. Definir las características del público objetivo.

Dado que la Revista Cafetalera es una revista institucional dirigida únicamente a sus asociados, es decir que cuenta con un tema y público específico, se determinó que la diagramación más efectiva es una que defina específicamente para su necesidad:

- A. El tipo de letra.
- B. El número de secciones y sus nombres.
- C. El número de columnas para cada diferente sección.
- D. El tamaño y el tipo de letra a utilizar en los titulares y subtítulos.
- E. El tamaño y el tipo de letra para las entradas y pies de fotos.
- F. El número de colores a utilizar en el diseño de la revista.

G. Modelos sobre los cuales pueda levantarse el texto de cada diferente revista y que éstos puedan ofrecer una movilidad dentro de la consistencia y a la vez agilicen la diagramación de cada revista instalándolos en la computadora y así solo levantar texto después de haber seleccionado cuáles modelos son los que se ajustan para la edición a realizar.

3. Elaborar una propuesta de diagramación para la revista Cafetalera que responda a mejorar las necesidades de comunicación existente, entre Anacafe y sus asociados.

VARIABLES

V1. DIAGRAMACION

(Definición conceptual) En la presente investigación, se definió como diagramación de revistas al proceso por medio del cual se ordenan, de una manera artística, todos los elementos que conforman la página de una revista, desde los textos hasta los elementos gráficos (Edmund 1986).

(Definición conceptual) La revista se analizará tomando en cuenta los siguientes elementos: Tipo de revista, concepción de la estructura de la revista, número de elementos, orden de importancia, cantidad de publicidad, orden tipográfico, exigencias psicológicas y estéticas, concepción del diseño, método y sistema de aplicación de la forma elegida, el tamaño de la página, número de secciones establecidas, orden de importancia, número de columnas para cada diferente sección, tipo de letra, tamaño de letra, interlineado, uso de márgenes, espacios para sangrías y márgenes, elementos gráficos para cada página como líneas verticales o bordes del mismo ancho, el logotipo, los espacios en blanco, la alineación, el color del papel, los colores a utilizar para la impresión, las ilustraciones, gráficas, cuadros y estadísticas, las viudas o huérfanos, la edición del texto y la guionización.

V2. REVISTA CAFETALERA

(Definición conceptual) La revista Cafetalera es una publicación bimestral que se emite desde el año de 1944 con un tiraje de 5,000 ejemplares. Es emitida por la Asociación Nacional del Café y se encuentra a cargo del redactor del departamento de Relaciones Públicas. Sirve como medio de información para los caficultores acerca de temas referentes a la materia.

(Definición operacional) Se analizarán las 5 secciones que la conforman: **1) Comercialización:** la cual se divide en 2 sub-secciones que son: **a) Comercialización Nacional:** en la que se toman en cuenta todos aquellos aspectos que muestran los aances, las actividades, los cursos impartidos y las situaciones financieras que afecten o favorezcan a la comercialización cafetalera del país y, **b)**

Comercialización Internacional: en la que se miran todos aquellos eventos que se refieren a la organización Internacional del Café y aquellos temas que tienen que ver con la promoción de nuestro café en el extranjero; **2) Asuntos Agrícolas**: la cual se divide en dos partes: a) Asuntos Técnicos: que se refiere a informaciones útiles y prácticas para los caficultores, como por ejemplo, uso y manejo de herbicidas, podas, etc. Estos temas se toman generalmente del calendario agrícola. b) Asuntos de Investigación: estos temas se recopilan en asuntos agrícolas y cuando son muy largos se elaboran esquemas o diagramas para simplificarlos: en donde se habla de todas aquellas instituciones a las cuales ANACAFE brinda respaldo; **4) Esto hacemos**: es la sección en donde se brinda la información correspondiente a las actividades más importantes que realizó la Institución; y **5) Cartas para ANACAFE**: es la sección donde se publican cartas de los subscriptores con el propósito de establecer un feedback o retroalimentación.

ALCANCES Y LIMITACIONES

Dado que el tema de la presente investigación es un análisis de la diagramación de la revista de una institución específica (Revista Cafetalera) la propuesta se diseñó específicamente para ellos, por lo que para otras revistas y otras instituciones, a pesar de que la diagramación sigue lineamientos generales, deberán hacerse propuestas específicas para cada una de ellas, puesto que la diagramación final está regida por el tema de la revista, su público objetivo, su contenido y un toque de diseño y buen gusto para cada diferente ocasión por parte del diagramador.

Otra limitación que se encontró fue que se intentó entrevistar a 3 diferentes personas que trabajaran en ANACAFE y que conocieran acerca del proceso de edición de la revista pero únicamente se encontró a una persona que conocía acerca del proceso de la misma.

También fue que a pesar de que se pasaron encuestas a algunos asociados para conocer sus opiniones respecto de la revista Cafetalera la información obtenida no pudo ser 100 por ciento creíble ya que son personas que no conocen mucho respecto al proceso moderno de diagramación de revistas.

APORTE A GUATEMALA

El aporte que la presente investigación dará al país será el de analizar si las técnicas de diagramación utilizadas por la revista Cafetalera cumplen con las técnicas de diagramación modernas o no. Este análisis ayudará a mejorar la comunicación entre una institución tan importante como lo es la Asociación Nacional del Café, institución que representa a uno de los sectores de mayores entradas económicas para nuestro país, y sus asociados ya que las técnicas modernas de diagramación no son el resultado únicamente de la experiencia. Si esta comunicación se mejora se contará entonces con más de 5,000 personas bien informadas sobre temas referentes a la compra y venta de

café a nivel nacional como internacional y de los avances tecnológicos que ayudarán a una mejor productividad y por lo tanto mayores ingresos económicos para nuestro país. Además una buena diagramación, dado por sentado un buen contenido, hará de la revista Cafetalera una revista atractiva. lo cual aumentará el número de sus lectores lo que permitirá a su vez que la publicidad de nuestro país se encuentre mejor ubicada ya que las instituciones relacionadas con la materia de café tendrán otro medio para anunciar sus productos, lo que representará mayores ingresos en cuanto a publicidad para nuestro país.

METODOLOGIA

SUJETOS

Las revistas número 295, 298, 302, 303, 304, 306 y 310 correspondientes a los meses de octubre 1988, enero 1989, mayo 1989, junio 1989, julio-agosto 1989, noviembre-diciembre 1989, julio-agosto 1990, tamaño carta, con un total de 36 páginas cada una, impresas en blanco y negro en sus textos y utilizando colores de identificación para algunos artículos en sus encabezados, con fotografías en blanco y negro, dirigidas a los asociados de Anacafé que son todas aquellas personas que trabajan en materia de café en el país de Guatemala, con una periodicidad mensual, durante algún tiempo, luego bimestral, por otro tiempo y finalmente regresando a una periodicidad mensual, impresa en papel couché blanco de 60 gramos.

Para obtener la información de las necesidades de ANACAFE se entrevistó a Byron Dardón encargado de la redacción y producción de la revista Cafetalera.

Así mismo para tener las necesidades que la revista presenta de una forma objetiva también se entrevistará a 10 suscriptores de la revista o asociados de ANACAFE quienes reciben la revista Cafetalera.

INSTRUMENTOS

Se utilizó una tabla de análisis que cuenta con 26 elementos para una diagramación moderna y se comparó con cada revista para saber si cada una de ellas fue diagramada correctamente o no en base a las respuestas comparadas con la tabla. Las preguntas de la tabla son cerradas y únicamente las respuestas pueden ser sí o no, buena o mala, o sí tiene o no tiene. Los elementos de análisis de la tabla son: si en el diseño del tamaño de la página se tomó en cuenta aire en la parte superior e inferior, si la revista cuenta con secciones definidas, si cuenta con un número de columnas diferentes para cada sección, si mantiene una consistencia en el uso de columnas para cada diferente sección, si utiliza 2 ó 3 tipos de letra como máximo para toda la revista, si el tamaño de la letra es consistente, si el interlineado utilizado es consistente, si utilizan entradillas, si utilizan jaladores, si la letra utilizada en los pies de fotos es consistente, si cuenta con una guionización adecuada, si cuenta con una edición correcta, si en el texto se encuentran viudas o huérfanos, si utiliza mucho texto subrayado, si tiene textos con alineación irregular, si los márgenes de las páginas son constantes, si el espacio entre las columnas es constante, si la sangría es constante, si el espacio entre cada párrafo es constante, si cuenta con un logotipo que identifique al tipo de negocio que representa, si los titulares utilizan el mismo tipo y tamaño de letra, si utilizan gráficas consistentemente, si el uso de las fotos es adecuado según lo descrito en el contenido de la tesis, si utilizan ilustraciones, si cuentan con un modelo establecido para el diseño de cada página para cada diferente revista, si cuenta con una adecuada utilización de colores.

También se utilizaron 2 entrevistas modelos; una se le pasó al señor Dardón encargado de la producción y redacción de la revista Cafetalera y la otra se le pasó a 10 socios de la institución quienes reciben la Revista Cafetalera.

II METODOLOGIA

SUJETOS

Las revistas número 295, 298, 302, 303, 304, 306 y 310 correspondientes a los meses de octubre 1988, enero 1989, mayo 1989, junio 1989, julio-agosto 1989, noviembre-diciembre 1989, julio-agosto 1990, tamaño carta, con un total de 36 páginas cada una, impresas en blanco y negro en sus textos y utilizando colores de identificación para algunos artículos en sus encabezados, con fotografías en blanco y negro, dirigidas a los asociados de Anacafé que son todas aquellas personas que trabajan en materia de café en el país de Guatemala, con una periodicidad mensual, durante algún tiempo, luego bimestral, por otro tiempo y finalmente regresando a una periodicidad mensual, impresa en papel couché blanco de 60 gramos.

Para obtener la información de las necesidades de ANACAFE se entrevistó a Byron Dardón encargado de la redacción y producción de la revista Cafetalera.

Así mismo para tener las necesidades que la revista presenta de una forma objetiva también se entrevistará a 10 suscriptores de la revista o asociados de ANACAFE quienes reciben la revista Cafetalera.

INSTRUMENTOS

Se utilizó una tabla de análisis que cuenta con 26 elementos para una diagramación moderna y se comparó con cada revista para saber si cada una de ellas fue diagramada correctamente o no en base a las respuestas comparadas con la tabla. Las preguntas de la tabla son cerradas y únicamente las respuestas pueden ser sí o no, buena o mala, o sí tiene o no tiene. Los elementos de análisis de la tabla son: si en el diseño del tamaño de la página se tomó en cuenta aire en la parte superior e inferior, si la revista cuenta con secciones definidas, si cuenta con un número de columnas diferentes para cada sección, si mantiene una consistencia en el uso de columnas para cada diferente sección, si utiliza 2 ó 3 tipos de letra como máximo para toda la revista, si el tamaño de la letra es consistente, si el interlineado utilizado es consistente, si utilizan entradillas, si utilizan jaladores, si la letra utilizada en los pies de fotos es consistente, si cuenta con una guionización adecuada, si cuenta con una edición correcta, si en el texto se encuentran viudas o huérfanos, si utiliza mucho texto subrayado, si tiene textos con alineación irregular, si los márgenes de las páginas son constantes, si el espacio entre las columnas es constante, si la sangría es constante, si el espacio entre cada párrafo es constante, si cuenta con un logotipo que identifique al tipo de negocio que representa, si los titulares utilizan el mismo tipo y tamaño de letra, si utilizan gráficas consistentemente, si el uso de las fotos es adecuado según lo descrito en el contenido de la tesis, si utilizan ilustraciones, si cuentan con un modelo establecido para el diseño de cada página para cada diferente revista, si cuenta con una adecuada utilización de colores.

También se utilizaron 2 entrevistas modelos; una se le pasó al señor Dardón encargado de la producción y redacción de la revista Cafetalera y la otra se le pasó a 10 socios de la institución quienes reciben la Revista Cafetalera.

La primera entrevista se le pasó al señor Byron Dardón encargado de redacción y producción de la revista Cafetalera. La entrevista cuenta con 9 preguntas abiertas en donde él proporcionó la información solicitada. La pregunta número uno es la única pregunta que se divide a su vez en 6 preguntas más relacionadas con el tema de la primera pregunta. El objetivo de dicha entrevista es conocer cómo comenzó la revista Cafetalera, cuál es su objetivo, si consideran que el mensaje que desean transmitir llega a los asociados, si existen ruidos en la comunicación y qué clase, si es que existen, cómo eligen los temas a publicar, quién diagrama la revista, si considera que la revista en la forma de diagramación actual es atractiva para sus lectores.

La segunda entrevista se le pasó a 10 asociados de ANACAFE, seleccionados al azar que llegaron a la institución, de sexo masculino y de edad entre los 25 y los 40 años. La entrevista cuenta con 10 preguntas abiertas y su objetivo fue conocer si el asociado recibe la revista puntualmente, si lee la revista o no, si recibe nuevos conocimientos a través de los artículos publicados, si le interesan nuevas secciones, si le gusta el tipo de letra utilizado, los titulares, las fotografías, los jaladores y su diagramación en general

PROCEDIMIENTO

1. Se comparó cada una de las 26 preguntas de la tabla de análisis contra cada una de las revistas a analizar, según se mencionó qué revistas en los sujetos.
2. Luego se entrevistó a 1 persona que trabaja en ANACAFE en la realización de la revista Cafetalera para obtener datos acerca de las necesidades de comunicación de ANACAFE a través de la revista y conocer así sus objetivos, integrantes en su realización, diseños, público objetivo, éxitos y problemas, etc.
3. El siguiente paso fue entrevistar a 10 personas que reciben la revista Cafetalera para establecer de esta manera las características de los lectores.
4. Se tabularó la información.
5. Basado en los resultados obtenidos se determinó si la revista Cafetalera cuenta o no con una adecuada diagramación.
6. Luego se procedió a hacer un análisis sobre los resultados obtenidos basado en lo que se afirmó en el marco teórico y los resultados obtenidos.
7. Y por último se elaboró una propuesta de un nuevo modelo de diagramación para dicha revista que ayude a cumplir con los requisitos de los lectores en cuanto a presentación y los objetivos de comunicación de Anacafe, basada en las técnicas modernas de diagramación señaladas en el marco teórico.

TABLA DE ANALISIS

1	Tamaño de la página (aire en la parte superior e inferior de la página)
2	Secciones definidas
3	Número de columnas diferente para cada diferente sección
4	Consistencia en el número de columnas para cada diferente sección
5	2 ó 3 tipos de letra diferentes como máximo
6	Tamaño de letra consistente
7	Interlineado consistente
8	Entradillas consistentes (igual tipo de letra y tamaño)
9	Jaladores consistentes
10	Pie de fotos consistentes
11	Guionización adecuada
12	Edición correcta (espaciamientos de texto uniformes)
13	Viudas o huérfanos
14	No mucho subrayado
15	Textos con alineación irregular
16	Márgenes de página constantes
17	Espacio entre columnas constante
18	Sangría constante
19	Espacio entre cada párrafo constante
20	Logotipo que identifique la clase de negocio que representa
21	Titulares con igual tipo y tamaño de letra
22	Uso de gráficas
23	Uso de fotografías
24	Uso de ilustraciones
25	Colores bien utilizados
26	Cuenta con modelos establecidos

ANALISIS DE RESULTADOS

OCT '88 ENERO '89 MAYO '89 JUNIO '89 JUL-AGO '89 NOV-DIC '89 JUL-AGO '90

1	No	No	No	No	Si	Si	No
2	No	No	No	No	No	No	No
3	2 col	2 col	No	Si	No	No	No
4	2 col	No	No	Si	No	No	No
5	No	No	No	No	No	No	Si
6	No	No	No	No	No	No	No
7	No	No	No	No	No	No	Si
8	No	No	No	No	No	No	No
9	No	No	No	No	No	No	No
10	No	1 foto	No	No	No	No	Si
11	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
12	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
13	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso
14	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso
15	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso
16	No	No	No	No	Si	Si	No
17	No	Si	Si	No	Si	No	Si
18	No	No	No	No	Si	Si	Si
19	No	Si	Si	No	Si	No	Si
20	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
21	No	No	No	No	No	No	Si
22	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
23	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso	Buen uso
24	No hay	No hay	No hay	No hay	No hay	No hay	No hay
25	5	3	5	4	5	2	1
26	No	No	No	No	No	No	No

Después de la aplicación de la tabla de análisis se obtuvo la siguiente información.

1.No se encontró que la revista cuente con un tamaño de página definido. Por ejemplo no cuenta con un espacio en blanco definido en la parte superior ni en los bordes laterales de cada página .

2. Es definitivo que la revista no cuenta actualmente con secciones definidas lo cual facilitaría la localización de temas de interés para cada lector. Por ejemplo si el lector esta interesado en nuevos avances tecnológicos podría dirigirse a una sección titulada Avances y encontrar allí los temas de su interés.

3. La tabla de análisis mostró al respecto de un número de columnas definidas para cada diferente sección que no existe ya que las revistas analizadas muestran estar diagramadas en su totalidad en 2 columnas. lo que produce monotonía en el diseño. Por ejemplo si una sección está diseñada en 2 columnas y la siguiente en 3 crea en la revista movilidad dentro de la consistencia lo cual atrae la atención de los lectores.

4. Como no existe seccionización adecuada por lo tanto no existe consistencia en el número de columnas para cada diferente sección.

5.6 y 7. La tabla demostró que utilizan muchos tipos y tamaños de letras diferentes alterando a la vez su interlineado. Un factor importante para que el lector continúe leyendo un artículo es que su ojo se sienta cómodo con la lectura y esto es dado por el tipo de letra utilizado por lo que es muy importante un tipo de letra de fácil lectura y utilizar de forma consistente durante toda la publicación. Por ejemplo utilizar el tipo helvético tamaño 9 y con un interlineado de 10 puntos.

8 y 9. También la tabla mostró que en el actual diseño de la revista no se utilizan jaladores ni entradillas lo cual hace que el lector se detenga a leer algo que podría ser de interés y que esto produzca que siga leyendo el artículo. Por ejemplo poner un jalador que diga: ahorre Q10.000 con este nuevo insecticida. es algo que interesará al lector y producirá que lea el artículo.

10. Tampoco cuenta con pies de fotos consistentes, sino que para cada foto cambian el tipo de letra utilizado y su tamaño. Por ejemplo se podría poner los pies de foto en helvética 8, itálica.

11. 12. 13 y 14. Algo positivo que se encontró fue una correcta utilización en cuanto a la guionización en el texto de los artículos, así como una correcta edición de los textos. No se encontró tampoco sobre uso en cuanto al subrayado de textos y tampoco se encontraron viudas ni huérfanos en los mismo. Por ejemplo no se vio ninguna línea solo al principio de la página.

15. No se encontraron textos con alineación irregular como por ejemplo alineados a la derecha o centrados lo cual es muy positivo.

16,17,18 y 19. Algo importante para alcanzar una diagramación atractiva y libre es el uso de los espacios en blanco entre las columnas, entre cada párrafo, en los márgenes establecidos, así como las sangrías, los cuales han estado siendo mal utilizados en la actual diagramación de la revista cafetalera según lo indican los resultados de la tabla.

20. Otro resultado muy bueno que se pudo observar mediante la tabla de análisis es que la revista Cafetalera cuenta con un buen logotipo que la identifica con el tipo de negocio al que representa.. Por ejemplo, el actual logotipo de Revista Cafetalera.

21. No se utilizan titulares con igual tipo de letra y tamaño. Por ejemplo en un artículo utilizan helvética 14 y en el siguiente times 12.

22,23,24 y 25. Se observó un mal uso respecto a las gráficas vistas, no se encontró ninguna ilustración en ninguna revista, las fotografías utilizadas no se encuentran impresas con claridad y el uso de colores no tiene un uso definido. Por ejemplo, utilizan un color diferente para cada principio de artículo por medio de unas líneas lo cual hace perder elegancia a la publicación.

26. Por último, pero algo de muchísima importancia, que se pudo observar como resultado negativo de la tabla de análisis es que la revista no cuenta con modelos establecidos, los cuales sirven para mantener la consistencia y para facilitar la diagramación para cada diferente edición.

IV. RESULTADOS

ENTREVISTA AL SEÑOR BYRON DARDON ENCARGADO DE REDACCION

1. ¿Qué saben acerca de las revistas de café en Guatemala?

- A. ¿Cómo son?
- B. ¿Existen?
- C. ¿A qué público se dirigen?
- D. ¿Qué tiraje tienen?
- E. ¿Quién las emite?
- F. ¿Qué objetivo tiene la revista?

La revista Cafetalera es la única revista especializada en este tema.

2. ¿Cuándo empezó la revista Cafetalera?

La revista Cafetalera comenzó en el año de 1944. Hasta la fecha se encuentran la mayoría de los ejemplares editados en la Oficina Central del Café.

3. ¿Cuál es el objetivo de comunicación de la Revista Cafetalera?

La Revista Cafetalera tiene como propósito informar al caficultor de los avances técnicos que en materia de café se han alcanzado.

4. ¿Está llegando el mensaje que desean transmitir a sus receptores?

Considero que no porque el contenido debería en primer lugar estar dividido en secciones específicas para que los lectores se dirijan directamente a los temas que más les interesa pero actualmente se pone en la revista el contenido que se encuentra y no tiene un contenido técnico de peso que interese a los lectores. Esto quiere decir, que si nosotros como editores no tenemos un mensaje específico a transmitir no puede estar llegando un mensaje específico a nuestros receptores.

5. ¿Qué clase de ruidos existen actualmente en el proceso de comunicación de la Revista Cafetalera?

El primer ruido es la mala diagramación: la revista no tiene un diseño atractivo para que el suscriptor se interese en leerla. Otro ruido es que los artículos están escritos en un lenguaje muy elevado por lo que hay que ponerlos en un lenguaje más coloquial para que sean de fácil lectura.

6. ¿Cómo eligen los temas a publicar y quién los redacta?

Hasta 1990 el encargado de la revista fue el redactor del departamento de Relaciones Públicas de Anacafé. El era quien tenía a su cargo conseguir la información y procesarla. Actualmente la encargada de conseguir los temas es la directora del departamento de Comunicación y Promoción quien escoje de entre las actividades que se realizan las que ella considere más importantes. No existe un diseño específico ni tampoco un número de artículos determinado.

7. ¿Quién diagrama la revista?

Las personas que imprimen la revista son quienes diagraman la revista.

8. ¿Considera que la revista es atractiva para sus lectores?

Actualmente considero que muy poco si es que no es casi nada porque la revista no tienen consistencia, sale tarde. no tienen un orden de temas específicos mensuales y tiene un lenguaje muy elevado. Si estos factores se llegarán a componer creo que sí podría ser una revista atractiva para los asociados de ANACAFE.

2. De la encuesta que se le pasó al señor Byron Dardón, encargado de redacción y producción de la revista Cafetalera se obtuvo lo siguiente:

A. Que la revista Cafetalera comenzó en el año 1944 con el propósito de informar al caficultor de los avances técnicos que en materia de café se han alcanzado. Dicho propósito no ha cambiado.

B. El señor Dardón considera que la revista no está cumpliendo su propósito pues el mensaje que desean transmitir no está llegando a sus receptores porque la revista no tiene secciones definidas por lo que el contenido de cada revista se pone de acuerdo con el material que tengan a mano y esto hace que el lector pierda el interés pues no sabe qué temas van a salir en cada edición. Por otra parte, el no tener secciones establecidas, y poner cualquier contenido hace que el mismo no sea de peso, y por lo tanto no es del interés de los suscriptores.

C. Se descubrió que el principal ruido en el proceso de comunicación de la revista Cafetalera es su mala diagramación pues el poco atractivo del diseño hace que a los lectores les interese menos leerla. Los actuales diagramadores de la revista es el personal de la imprenta donde se reproduce la revista quienes no cuentan con estudios sobre diagramación. Otros ruidos que el señor Dardón señaló son que la revista nunca sale a tiempo, cuenta con un lenguaje muy elevado y que no tiene secciones definidas.

Los resultados del análisis demuestran que actualmente la revista no llena los requisitos de la Asociación Nacional del Café ya que su propósito con la revista es informar al caficultor sobre los últimos avances técnicos en materia de café y tampoco llena los requisitos del lector puesto que no está recibiendo temas de su interés ni una presentación atractiva que lo motive a leer la revista.

PREGUNTAS DE LAS ENTREVISTAS A LOS ASOCIADOS

1. **¿Recibe bimensualmente la revista Cafetalera?**
2. **¿Cuánto lee de la revista:**
3. **¿Qué sección le interesaría leer?**
 - ✓ Editorial
 - ✓ Eventos nacionales
 - ✓ Eventos Internacionales
 - ✓ Estadísticas
 - ✓ Avances
 - ✓ Esto hacemos
4. **¿Recibe nuevos conocimientos tanto científicos como de actualidad al leer la revista?**
5. **¿Qué nuevas secciones le gustaría que salieran en la revista?**
6. **A continuación encontrará algunas características actuales de la revista. Porfavor conteste si le gustan o no.**
 - ¿Los titulares?
7. **¿La posición de las fotos?**
8. **¿El tipo de letra que se utiliza?**
9. **¿El tamaño de la letra?**
10. **¿El número de columnas que se utiliza en cada artículo?**

RESULTADOS

PREGUNTA No. 1	SI		NO		A VECES	
	0		20		0	
PREGUNTA No. 2	TODO		LA MITAD	MENOS DE LA MITAD		1 ARTICULO
	0		6	10		4
PREGUNTA No. 3	EDITORIAL		NACIONAL	INTERNAC.	ESTADISTICAS	AVANCES ESTO HACEMOS
	16	18	20	20	20	18
PREGUNTA No. 4	SI		NO		ESPORADICAMENTE	
	8		2		10	
PREGUNTA No. 5	NUEVAS SECCIONES					
	Cartas de los lectores					
PREGUNTA No. 6	SI		NO		ME ES INDIFERENTE	
	4		15		1	
PREGUNTA No. 7	SI		NO		ME ES INDIFERENTE	
	7		12		1	
PREGUNTA No. 8	SI		NO		ME ES INDIFERENTE	
	6		6		8	
PREGUNTA No. 9	SI		NO		ME ES INDIFERENTE	
	4		13		3	
PREGUNTA No. 10	SI		NO		ME ES INDIFERENTE	
	9		8		3	

IV. ANALISIS DE RESULTADOS

Después de la aplicación de los instrumentos se obtuvo la siguiente información.

1. De las encuestas que se les pasó a los suscriptores de la revista Cafetalera se obtuvo lo siguiente:

1. La revista nunca la reciben los suscriptores a tiempo y la puntualidad es un factor muy importante para que el interés de los suscriptores se mantenga. Por ejemplo se puede perder el interés de recibir la revista si se está hablando de un evento específico que beneficiará al caficultor a mejorar su cultivo del café y recibe la revista después que pasó el evento.

2. Los temas que actualmente se publican en la revista no están de acuerdo con el interés de los lectores y esto se demuestra en que 14 personas de 20 leen menos de la mitad de la revista al recibirla.

3. Entre los temas que a los suscriptores les interesaría recibir se encuentran las siguientes secciones: Eventos Nacionales, Eventos Internacionales, Estadísticas, Avances y Esto Hacemos. Debido a que los temas que se publican actualmente muy esporádicamente les dejan algún conocimiento nuevo a los lectores.

4. Respecto a recibir nuevos conocimientos podemos concluir en que la mayoría de los lectores recibe esporádicamente nuevos conocimientos, lo cual indica que aunque no el 100 por ciento del tiempo los suscriptores algunas veces sí reciben nuevos conocimientos. Por ejemplo con un nuevo método para controlar la roya.

5. Respecto a nuevas secciones los suscriptores entrevistados coincidieron en una nueva sección titulada Cartas de los lectores.

6. Podemos observar también que únicamente a 4 personas de 20 les atrae la atención los titulares que se utilizan actualmente para los artículos y el titular es uno de los principales jaladores de atención para el ojo humano así que concluimos que es muy importante mejorar los titulares para atraer mayor lectura hacia el contenido de la revista. Un ejemplo de esto es que el suscriptor no sigue leyendo el artículo.

6. Respecto a la posición de las fotografías no se ve tan mal el porcentaje pero aún es mayor el número de personas que no les gusta que las que sí les gusta la posición de las mismas. Es importante el balance de una página por medio de la posición de las ilustraciones que se utilizan en la misma por lo que también se comprobó que se debe mejorar el balance respecto a la posición de las fotografías, así como una mejor utilización en el manejo de las gráficas. Un ejemplo de esto es el mal diseño para el manejo actual de las gráficas.

6. Respecto al tipo de letra y tamaño utilizado actualmente parece ser que los lectores no se sienten cómodos respecto al mismo ya que un 25 por ciento de los encuestados contestó que le gustaba el tipo de letra y un 50 por ciento contestó que no le gustaba. El no utilizar muchos tipos y tamaños de letras diferentes alterando a la vez su interlineado es un factor muy importante para que el lector continúe leyendo un artículo ya que su ojo se siente cómodo con la lectura. Un ejemplo de esto es que de una página a otra cambian el tipo de letra y su interlineado e incluso hasta el tipo y tamaño de la letra de los titulares.

6. Respecto al número de columnas utilizado en cada artículo el porcentaje de lectores que sí les gusta los que se utilizan actualmente es mayor. Esto quiere decir que en este respecto está mejor balanceado pero el hecho que a 8 de 20 personas no les guste significa que también debe ser modificado ya que el número de columnas en una página es lo que produce la movilidad dentro de la consistencia, factor tan importante para no causar aburrimiento en el lector sin perder la consistencia en el diseño de la revista.

V. DISCUSION

Como resultado del análisis de los ejemplares número 295,298,302,303,304,306 y 310 de la revista Cafetalera y de las entrevistas se puede establecer que la revista Cafetalera no cuenta con una adecuada diagramación debido a que:

- Como se dijo en el marco teórico, según Arnold (1980) el primer aspecto a tomar en cuenta para una buena diagramación es el tamaño de la revista, pues la concepción visual de la misma se puede acortar mediante espacios en blanco y el análisis demostró que no cuenta con una adecuada utilización de espacios en blanco puesto que los mismos no son consistentes.

- El segundo aspecto que se mencionó, según de Harraiz (1981) es establecer un módulo para anchos de columnas para lo cual se pueden seguir diversos criterios: 2,3 y 4 columnas en su generalidad y es aquí donde se puede lograr una seccionización adecuada basada en el tipo de información a transmitir a los receptores, esto es, asignar un nombre a cada sección según el contenido de los artículos para que de esta manera la revista cuente con una base sólida para escoger los artículos a publicarse en cada edición. Pues siempre recordamos que el contenido de una revista es más importante que su diagramación. El análisis demostró que el ancho de las columnas es el mismo en casi toda la revista (2 columnas) lo que produce aburrimiento en el lector y que ni siquiera está seccionizada por lo que tampoco pueden lograr la movilidad dentro de la consistencia.

- El siguiente paso, según McLuhan (1975) será que tenga un estilo definido, es decir, elegir el tipo de letra a utilizar para los textos. Se mencionó que lo normal es utilizar entre 8 y 10 puntos con fuentes con o sin serif con los mismos espacios interlineales. Simultáneamente se selecciona el estilo de las fuentes de los titulares y sus distintos tamaños según su jerarquía de la noticia (título, sub-título, entradilla, etc.). Una vez más, el análisis demostró que el tipo de letra varía de acuerdo a cada artículo, así como también el tamaño y el interlineado de la misma.

- Además se comprobó que no tienen un criterio definido, el cual mencionaba Arnold (1980) sobre el estilo de los titulares, espacios en blanco y estadísticas.

- También se comprobó que no existe una jerarquía definida en cuanto a la importancia de los artículos y tampoco se le ha asignado un peso específico a cada sección, como dijo el instructor e Radio Nederland Training Center (curso 1990).

- Así mismo, afirma Parker (1988) hay que establecer un criterio sobre el uso de las fotografías, su posición, uso del espacio en blanco, uso de las estadísticas, gráficas, ilustraciones, etc. ya que estos elementos son los que dan el estilo de la revista y permiten al lector identificarse con él. El análisis permitió darse cuenta de que los elementos no son utilizados de una manera uniforme por lo que no guían el ojo del lector con un orden cómodo y que lo mantenga enterado del progreso obtenido.

- Otro aspecto importante a considerar es el diseño de la portada y del logotipo, según Parker (1988), que va a constituir su identificación con el público. Un aspecto positivo fue comprobar que el logotipo de la revista Cafetalera es adecuado por lo que sí se debe seguir utilizando el mismo.

- También se mencionó en el curso de Radio Nederland Training Center (1990) que para que la revista cuente con un buen diseño deben tomarse en cuenta los siguientes factores: el tipo de revista, la concepción de la estructura de la revista, el número de elementos, el orden de importancia, la cantidad de publicidad, el orden tipográfico, las exigencias psicológicas y estéticas, la concepción del diseño y el sistema de aplicación elegido, es por esto muy importante que el editor de la revista se ponga de acuerdo con el diagramador para definir qué cantidad de publicidad llevará la revista, en cuántas secciones se dividirá, qué peso se le dará a cada sección y que diseño caracterizará a la publicación. Se pudo

comprobar por medio de los instrumentos aplicados que no existe este tipo de comunicación entre los encargados de producción de la revista Cafetalera lo cual facilitaría su diagramación.

- El éxito de la diagramación dependerá de la relación adecuada entre cada elemento dentro de la página, según Rucker (1977) puesto que la palabra final para cada situación la determina el diagramador.

- Para lograr obtener la movilidad dentro de la consistencia, según Parker (1988) se puede hacer de la siguiente manera: utilizando los mismos márgenes, el mismo tipo de letra, el mismo interlineado, los titulares, sub-titulares y atractivos visuales, usando la misma sangría y los espacios blancos alrededor de las fotos, repitiendo los mismos elementos gráficos en cada página como líneas verticales, columnas o bordes del mismo ancho, aspectos que en la actualidad no se están aplicando según lo analizado.

- Un buen contraste mejora el poder comunicativo de la publicación, según el instructor de Radio Nederland Training Center (1990). Este se refiere al color determinado por la cantidad de espacio designado para el texto y espacios blancos y la cantidad de colores que se utilizarán. A pesar de que en algunas páginas se cuenta con la opción del siseño a full-color éste no ha sido bien aprovechado para dar elegancia a la publicación.

- El principal propósito de las herramientas de diagramación, según Arnold (1980) consiste en guiar el ojo de los lectores de un punto a otro. El segundo propósito es mantener enterados a los lectores del progreso que han obtenido y a la vez ayudarlos a localizar en forma rápida la información que desean. Propósito no alcanzado hasta el momento por la innapropiada utilización de los elementos, según los datos obtenidos.

VI. CONCLUSIONES

1. La revista Cafetalera no llena los requisitos básicos de las técnicas de diagramación moderna. De acuerdo a los puntos establecidos en el transcurso de la presente tesis y por medio del análisis y las encuestas realizadas se puede concluir con la afirmación anterior.

2. Los objetivos de ANACAFE en cuanto a comunicación con sus asociados no se cumplen en parte por las deficiencias de la revista. Tal y como los resultados lo mostraron el contenido que actualmente se publica en la revista Cafetalera, en su mayoría, no es de interés para sus suscriptores por lo cual el porcentaje de lectura de la misma disminuye. Esto en parte sucede porque se publica en la revista el contenido que se encuentra a mano y no cuentan con un contenido técnico de peso que pueda interesar más a los lectores. Esto quiere decir que si los editores de la revista no cuentan con un mensaje específico a transmitir no puede estar transmitiéndose un mensaje específico a los lectores.

3. Por la misma causa la revista no satisface los intereses de los asociados de ANACAFE. Debido a que el lector no encuentra temas de su interés y tampoco recibe una revista con un diseño atractivo que lo pudiera motivar a por lo menos darle una ojeada a los artículos publicados para ver si le interesa o no leerlos.

4. Por todo lo anterior el análisis demuestra que la revista Cafetalera no cumple con los requisitos básicos para una adecuada diagramación. Ya que una adecuada diagramación que cuente, por supuesto, con un buen contenido debería establecer un buen sistema de comunicación entre editores y suscriptores. Lo cual produciría retroalimentación, ya que la comunicación no es comunicación sólo en el momento de transmitir el mensaje sino que la comunicación se da en el momento en que el receptor recibe el mensaje.

NUEVO MODELO SUGERIDO

Dado que la revista Cafetalera no cumple adecuadamente su propósito de comunicación se propone un nuevo modelo de acuerdo a los principios de diagramación y del perfil del suscriptor:

- Se propone que la página tenga un aire en la parte superior de 1.5 pulgadas para la nueva concepción visual de la revista Cafetalera.

- La propuesta de las secciones es la siguiente:

Contenido

Editorial (1 columna)

Eventos Nacionales (3 columnas)

Eventos Internacionales (3 columnas)

Avances (2 columnas)

Esto Hacemos (4 columnas)

Estadísticas

- El número de columnas para cada sección se debe a que a mayor número de columnas en un página significa que el contenido de la sección es más dinámico y a menos número de columnas significa que el contenido de la sección es más serio. Así pues a la sección de Avances se le puede asignar dos columnas y a la sección de Esto Hacemos cuatro columnas.

El estilo propuesto para el nuevo modelo de diagramación de la revista Cafetalera es:

Titulares: Helvética Bold Condense tamaño 26 puntos

Nombre de la sección: Helvética Bold Condense tamaño 16 puntos

Texto: Times 10 con un leading de 13 puntos

Iniciales de texto: Helvética Bold Condense tamaño 32 puntos

Entradillas : Times 12 con un leading de 14 puntos

Jaladores: Times 12 con un leading de 14 puntos

Pie de foto: Times itálico tamaño 8 puntos

Es importante que la consistencia se logre utilizando los mismos tipos de letras en todas las páginas incluyendo las diferentes secciones. Lo que a una revista le da elegancia es esto precisamente, utilizar pocos tipos de letra y la movilidad se logra por medio del número de columnas asignado a cada sección y por la posición de las fotografías, ilustraciones o tablas en cada página.

Un nuevo paso es establecer la jerarquía del contenido y número de páginas que se le asignará a cada sección el cual se propone que puede ser definido de la siguiente manera: Contenido, 1 página; Editorial, 1 página; Eventos Nacionales, 8 páginas; Estadísticas, 4 páginas; Eventos Internacionales, 2 páginas; Avances, 7 páginas, y Esto Hacemos, 4 páginas. El número de páginas no debe mantenerse inamovible para todas las ediciones sino que puede adaptarse según la cantidad de contenido que se tenga para cada edición, es decir, en febrero pueden salir 6 páginas para Eventos Nacionales y 4 para Eventos Internacionales y en marzo sale al contrario, 4 páginas para Eventos Nacionales y 6 para Eventos Internacionales.

El número de páginas para publicidad propuesto es de 14 y un total de páginas de 36 lo que significa que se contaría con 22 páginas para textos.

VII. RECOMENDACIONES

En base a los resultados y conclusiones obtenidos en el análisis de la revista Cafetalera se propone:

Debido que la revista Cafetalera no cumple con el propósito de ANACAFE, no llena los requisitos de los lectores en cuanto a presentación ni a contenido y tampoco cumple con los elementos de diagramación actual se propone un nuevo modelo de diagramación para dicha revista que cuente con movilidad dentro de la consistencia. Se propone para este nuevo modelo tomar en cuenta lo siguiente:

1. El tamaño de la revista: por lo que se propone que se le de un aire en la parte superior de la página de 1.5 pulgadas para la nueva concepción visual;

2. Definir las siguientes secciones:

- Contenido.
- Editorial.
- Eventos Nacionales.
- Eventos Internacionales.
- Avances.
- Esto Hacemos y
- Estadísticas.

3. Se propone utilizar para cada sección el siguiente número de columnas:

- Contenido, 2 columnas.
- Editorial, 1 columna.
- Eventos Nacionales, 3 columnas.
- Eventos Internacionales, 3 columnas.
- Avances, 2 columnas y
- Esto Hacemos, 4 columnas.

4. Se propone usar los organizadores de texto de la siguiente manera:

- Titulares: helvética Bold Condense tamaño 26 puntos;
- Nombre de la sección: Helvética Bold Condense tamaño 16 puntos;
- Texto: times 10 con un leading de 13 puntos;
- Iniciales de texto: Helvética Bold Condense tamaño 32 puntos;
- Entradillas: times 12 puntos con un leading de 14 puntos;
- Jaladores: times 12 puntos con un leading de 14 puntos, y
- Pie de Fotos: times itálico tamaño 8 puntos.

5. Es importante recordar que la consistencia se logra utilizando los mismos tipos de letras en todas las páginas incluyendo las diferentes secciones. Lo que a una revista le da elegancia es esto precisamente, utilizar pocos tipos de letra y la movilidad se logra por medio del número de columnas asignado a cada sección y por la posición de las fotografías, ilustraciones o tablas en cada página.

6. Como siguiente paso se propone establecer la jerarquía del contenido y número de páginas que se le asignará a cada sección así:

- Contenido, 1 página;
- Editorial, 1 página;
- Eventos Nacionales, 8 páginas;

Eventos Internacionales, 2 páginas:
Estadísticas, 4 páginas:
Avances, 7 páginas y
Esto Hacemos, 4 páginas.

El número de páginas no debe mantenerse inamovible para todas las ediciones sino que puede adaptarse según la cantidad de contenido que se tenga para cada edición, es decir, en febrero pueden salir 6 páginas para Eventos Nacionales y 4 para Eventos Internacionales y en marzo sale al contrario, 4 páginas para Eventos Nacionales y 6 para Eventos Internacionales.

7. Se propone un número de páginas para publicidad de 14 y un total de páginas de la revista de 36 para contar con 22 páginas para textos.

BIBLIOGRAFIA

- Grenfell, David. (1984) Publicaciones periódicas y seriadas. Perú: Edita.
- Godoy, Mónica. (1989) Metodología para la elaboración de un catálogo. Guatemala. Autor.
- White, Jan V. (1982) Editing by Design. Segunda edición. New York, Estados Unidos.
- Asociación Nacional del Café. (1990) Revista Cafetalera. Números 308 y 309. Guatemala.
- Arnold, Edmund C. (1980) Diseño Total de un Periódico. Estados Unidos.
- Lehnhoff, Cristiane
Rojas, María Elena (1985) El diseñador gráfico en la creación de una revista infantil. Guatemala. Autor.
- Nelson, Paul (1983) Publication Design. Tercera edición. Oregon, Estados Unidos.
- Baudin, Fernand (1984) How typography works? England.
- Parker, Roger (1988) Looking good in print: A guide to basic design for desktop publishing. Carolina del Norte, Estados Unidos.
- De León, Victor (1971) Periodismo Escolar. Guatemala. Universidad de San Carlos.
- Interiano, Carlos (1986) Didáctica de Periodismo Escolar. Guatemala. Colección Popular.
- Alpírez, Ana (1992) Periodismo Especializado para niños. Guatemala. Universidad de San Carlos.

- McLuhan, Marshall. (1975) La comprensión de los medios de comunicación como las extensiones del hombre. México: Editorial Diana.
- News, Earl (1987) El periódico, todo lo que usted necesita saber para editar un periódico escolar. México: Publigráficos.
- Ray Teel, Leonard y Taylor Ron (1985) Sala de redacción. México: Ediciones Gerenika, S.A.
- Rucker Frank y Lee, Herbert (1977) Organización y administración de periódicos. Argentina: Ediciones Marymar.
- Sohn, Ardyth (1988) La dirección de la empresa periodística. Barcelona, España: Editorial Paidós.
- Ferguson, Donald (1988) El periodismo en la actualidad. México: Editores Asociados Mexicanos.
- Dia Bordanae, J y Martins, J (1970) Planificación y comunicación. Quito, Ecuador: Editorial Don Bosco.
- De Harraiz, Francisco (1971) El periodismo. Teoría y práctica. España: Editorial Noguer.



ENTREVISTA No. 1

1. ¿Qué sabe acerca de las revistas de café en Guatemala?
 - A. ¿Cómo son?
 - B. ¿Existen?
 - C. ¿A qué público se dirigen?
 - D. ¿Qué tiraje tienen?
 - E. ¿Quién las emite?
 - F. ¿Qué objetivo tiene la revista?
2. ¿Cuándo empezó la revista Cafetalera?
3. ¿Cuál es el objetivo de comunicación de la Revista Cafetalera?
4. ¿Está llegando el mensaje que desean transmitir a sus receptores?
5. ¿Qué clase de ruidos existen actualmente en el proceso de comunicación de la Revista Cafetalera?
6. ¿Cómo eligen los temas a publicar y quién los redacta?
7. ¿Quién diagrama la revista?
9. ¿Considera que la revista es atractiva para sus lectores?

ENTREVISTA No. 2

1. ¿Recibe bimensualmente la revista Cafetalera?
2. ¿Cuánto lee de la revista: todo la mitad menos de la mitad un artículo
3. ¿Qué sección le interesa leer más?
4. ¿Recibe nuevos conocimientos tanto científicos como de actualidad al leer la revista?
5. ¿Qué nuevas secciones le gustaría que salieran en la revista?

A continuación encontrará algunas características actuales de la revista. Porfavor conteste si le gustan o no.

6. ¿Los titulares?
7. ¿La posición de las fotos?
8. ¿El tipo de letra que se utiliza?
9. ¿El tamaño de la letra?
10. ¿El número de columnas que se utiliza en cada artículo?