



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS**

**“Imagen del Canal TVC”**

**Tesis**  
**Que para obtener el título de :**  
**Licenciado en Diseño Gráfico**

**Presenta**

**Helga Salazar Núñez**

**Director de Tesis: Lic. Héctor Miranda Martinelli**

**México, D.F. 2004**



**DEPTO. DE ASESORIA  
PARA LA TITULACION  
ESCUELA NACIONAL  
DE ARTES PLASTICA  
XOCHIMILCO D.F.**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# Índice

## Introducción

<b>1.- El Diseño Gráfico en el siglo XX:</b>		<b>3.- Diseño de la Imagen del canal</b>	
<b>Los Medios Audiovisuales</b>	7	<b>"TVC": El Método de Rudy Gaskin</b>	79
1.1.- La fotografía	8	3.1.-Problema	80
1.2.- El cine	21	3.2.-Proyecto	82
1.2.1.-Las primeras películas habladas	28	3.3.-Investigación	82
1.3.- La Televisión	33	3.3.1.-Estrategia de Comunicación	84
1.3.1.- Televisión por cable	38	3.3.1.2.-Análisis Semántico	86
1.3.2.-Surgimiento de la Televisión por cable en México	44	3.3.1.3.-Características Gráficas	89
1.3.3.-El caso PCTV	47	3.3.2.- Story Board	96
		3.3.3.-Valoración Integral del Proyecto	98
		3.4.-Guión Literario	100
<b>2.- El Diseño Gráfico en la producción de televisión</b>		3.5.- Guión Técnico	101
2.1.-Antecedentes	51	3.6.- Diseño gráfico	103
2.2.-Los Precursores	52	3.7.- Diseño de audio	115
2.2.1.-Años 50	56	3.8.-Edición y Post-producción	118
2.2.2.-Años 60	58	Conclusiones	122
2.2.3.-Años 70	61	Anexo	126
2.2.4.-Años 80 y 90	64	Glosario	127
2.3.-El Diseño Gráfico en la producción de televisión	67	Bibliografía	132
2.3.1.-Identidad Corporativa	69	Agradecimientos	135
2.3.2.-Imagen de canal	71		
2.3.2.1.- Identificaciones de canal	74		
2.3.2.2.- Autopromoción	74		

# Introducción

---

La comunicación humana ha evolucionado simultáneamente, con los lenguajes, basándose en las necesidades del contexto en el que se han producido y en relación al desarrollo de la tecnología.

Así aparecen la escritura y la imprenta que facilitan la posibilidad de comunicación en espacio y tiempo.

Por otra parte podemos afirmar que los medios de comunicación fueron dominio de una clase privilegiada y su acceso resultaba controlado. Posteriormente comenzó a desarrollarse una comunicación dirigida a gran número de receptores, hoy denominada comunicación de masas.

El establecimiento de estos grandes canales de comunicación (radio, cine, televisión y vídeo) se deben gracias a los grandes avances tecnológicos, que han resuelto la complejidad que existe al tratar de transmitir un mensaje a un gran número de personas. Es con la rotativa de imprenta, la fotografía y la radio que se dan los primeros grandes pasos.

Una combinación de la rotativa y la fotografía hicieron posible la aparición de los llamados medios lexivisuales (texto e ilustración; un ejemplo de esto son los llamados libros ilustrados) a su vez con la integración de la radio y la fotografía se logra la creación de los llamados medios audiovisuales (imagen y sonido).

Hasta llegar a la evolución de los aspectos tecnológicos más significativos del fenómeno audiovisual conocido por vídeo y televisión.

---



---

En sus inicios, la Televisión no contaba con los elementos necesarios para obtener una comunicación eficaz; las series, noticieros, programas y novelas que se transmitían carecían de una planeación de los diferentes recursos que participan en la producción, también como de una falta de organización de los elementos visuales; por lo cual el resultado no era óptimo y con ello la respuesta del espectador no era la deseada.

El problema principal era que la Imagen carecía de una planeación gráfica y creativa en la pantalla; por lo tanto no podía ser funcional, ya que no despertaba el interés del telespectador. Esto tenía como consecuencia que la Imagen no tuviera el poder suficiente para atraer e informar al televidente.

Con el paso del tiempo, se ha podido observar como el Diseño Gráfico es importante en toda producción de Televisión, no obstante esto, el trabajo gráfico de las producciones es escaso, y por tal motivo la promoción de los nuevos canales no tienen el éxito esperado.

Por lo cual PCTV (Productora y comercializadora de Televisión); se da a la tarea de crear y desarrollar una imagen que contenga un trabajo creativo basada en la planeación y metodología. Por ello es importante que en la creación y desarrollo de la Imagen del canal "TVC", exista una planeación gráfica y creativa, ya que de esta manera contará con todos los elementos necesarios para lograr el impacto deseado en el público.

Por tal motivo se observará como el Diseño Gráfico es pieza clave en la elaboración de un óptimo mensaje visual a través de la producción de la nueva imagen del canal "TVC".

Es importante señalar que la participación del diseñador no es solo del interés gráfico, por el contrario tiene una gran colaboración en el diseño cronológico de la edición del vídeo, en la selección musical, y el diseño de audio; ya que es fundamental que exista una relación entre las escenas seleccionadas, la elaboración de gráficos, la música y los efectos sonoros.

---

---

Por ello, el Diseño Gráfico y la tecnología aplicada a la televisión, se han convertido en un elemento fundamental en toda producción de televisión, ya que permiten la comunicación entre emisor y receptor, así como la comprensión del mensaje visual, es decir una comunicación eficaz.

Gracias a la planeación, desarrollo, organización de los elementos visuales, la composición y la integración de las diferentes etapas que participan en una producción (pre-producción, realización y post-producción), se define el perfil del canal y permite que el trabajo visual posea la fuerza necesaria para determinar la identificación de éste con el público.

---

**Capítulo 1**  
El Diseño Gráfico en el siglo XX:  
Los Medios Audiovisuales

## 1.- El Diseño Gráfico en el siglo XX: Los Medios Audiovisuales.

Hay una serie de acontecimientos que provocaron el devenir reciente de los medios de difusión masiva en México y en el mundo.

Desde ciertas ópticas, podría parecer que la tecnología y sus innovaciones son los motores del desarrollo actual y futuro de los medios. Esta, no opera en un vacío sino en un entorno económico que dicta los usos sociales en que será aplicada la novedad tecnológica.

Por otro lado, una buena parte de las innovaciones tecnológicas del postrero siglo XX, se originaron, a partir de la política y las guerras. Sus repercusiones se reflejan en la tecnología aplicada al conocimiento, información, difusión y comunicación. Es a partir de estas repercusiones cuando se origina una cultura visual y gráfica, que se desarrolla y se integrará de acuerdo a las necesidades sociales y económicas. El Diseño Gráfico en los medios audiovisuales repercute en la cultura de las familias, los grupos, movimientos, clases sociales, ciudades, regiones, y países es decir en el mundo.

El antecedente más remoto en el ámbito de los medios visuales, es definitivamente, la fotografía, técnica que permite plasmar momentos históricos, los cuáles son material descriptivo de vivencias, rostros, y acontecimientos sociales,.

## 1.1.- La fotografía

“La palabra fotografía se deriva de los vocablos de origen griego: foto (luz) y grafía (escritura), por lo que representa la idea de escribir o dibujar con luz.”<sup>1</sup>

Como invento científico del siglo XIX, alteró la percepción de la humanidad sobre el mundo que le rodeaba. La imitación aparente de la realidad por medio de la luz fue vista como un milagro, ya que significaba la realización de un antiguo deseo: reproducir un mundo creíble. Esta imagen, reflejo del mundo real y químicamente grabada en papel, fue creada en una caja milagrosa llamada cámara oscura, dando como resultado la imagen que forman parte de la memoria del tiempo y el espacio, recreando situaciones pasadas formando así un archivo visual.



*Cámara oscura*

<sup>1</sup> Estman Kodak Company, "Cómo hacer buenas fotografías", N.Y.,E.U.A.,1953.



Al principio, la capacidad de la interpretación creativa inherente en los cuadros pintados fue desafiada por el realismo de la imagen fotográfica, el cuadro pintado, resultado de un largo proceso aditivo y creativo, fue reemplazado por un rápido proceso óptico, químico y mecánico de formato restringido por una lente, cuyo resultado eran imágenes blanco y negro dependientes de la iluminación.

Debido a esto se reconoció el peligro que la fotografía representaba para la pintura, ya que este fascinante medio de enorme potencial significaba el nacimiento de un nuevo lenguaje sin fronteras que hacía posible una nueva clase de comunicación visual: la múltiple reproducción y la difusión de imágenes. Creando así una nueva forma de percepción de la realidad.



*En esta imagen se muestra una de las primeras impresiones realizadas con la cámara oscura*



“El término cámara deriva de *camera*, que en latín significa habitación o cámara”<sup>2</sup>. La cámara oscura original era una habitación cuya única fuente de luz era un minúsculo orificio en una de las paredes. La luz que penetraba en ella por aquel orificio proyectaba una imagen del exterior en la pared opuesta.

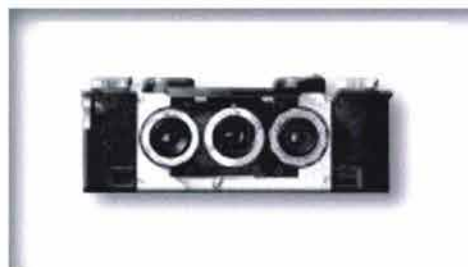
Aunque la imagen así formada resultaba invertida y borrosa, esto se resolvió rápidamente cuando empezaron a estudiar la proyección de las imágenes y descubrieron que este error se debía a la distancia focal, es decir, la relación entre el orificio por donde entraba la luz y la pared o superficie en que la imagen se reflejaba.

Con el transcurso de los siglos la cámara oscura evolucionó y se convirtió en una pequeña caja manejable, y al orificio se le instaló una lente óptica para conseguir una imagen más clara y definida, a este invento se le llamo cámara estenopéica.

los artistas utilizaron esta técnica, mucho antes de que se inventase la película, para esbozar escenas proyectadas por la cámara, y los pintores y dibujantes de la época la utilizaban para reproducir paisajes y retratos. Algunos han definido metafóricamente la fotografía como el arte de pintar con luz o dibujar con luz, han hablado de la cámara como un pincel luminoso y de la paleta.<sup>3</sup>



*Cámara estenopéica*



<sup>2</sup> [www.fotografia/artes/historia](http://www.fotografia/artes/historia).

<sup>3</sup> Fontcuberta Joan/Costa Joan, "Foto-Diseño", Barcelona España, 1988, pág. 260.

Thomas Wedgwood y Humphry Davy comenzaron sus experimentos a finales del siglo XVIII para obtener imágenes fotográficas. Conquistaron producir imágenes de cuadros, siluetas de hojas y perfiles humanos utilizando papel recubierto de cloruro de plata. Estas fotos no eran permanentes, ya que después de exponerlas a la luz, toda la superficie del papel se ennegrecía. Las primeras fotografías, conocidas como heliografías, fueron hechas en 1827 por el físico francés Nicéphore Niépce.<sup>4</sup>

Alrededor de 1831 el pintor francés Louis Jacques Mandé Daguerre realizó fotografías en planchas recubiertas con una capa sensible a la luz de yoduro de plata.

Después de exponer la plancha durante varios minutos, Daguerre empleó vapores de mercurio para revelar la imagen fotográfica positiva. Estas fotos no eran permanentes porque las planchas se ennegrecían gradualmente y la imagen acababa desapareciendo.

<sup>4</sup> A pesar de los muchos antecedentes existentes, se considera a Niépce, como el padre oficial de la fotografía denominada heliográfica, en ella se utilizó betún de judea como sustancia fotosensible y una mezcla de aceite de espliego y trementina como revelador - fijador. La exposición duró más de ocho horas. (Fotcuberta Joan, op. cit; pág. 25)



*Daguerre fue quién primero empleó un difragma de iris en sus cámaras. No obstante su muerte hizo que Daguerre heredase la gloria y que el invento se denominara "El Daguerrotipo"*

Con el método de Daguerre se obtenía una imagen única en la plancha de plata por cada exposición.

Mientras Daguerre perfeccionaba su sistema, Talbot desarrolló un procedimiento fotográfico que consistía en utilizar un papel negativo a partir del cual podía obtener un número ilimitado de copias.<sup>5</sup>

Talbot descubrió que el papel recubierto con yoduro de plata resultaba más sensible a la luz si antes de su exposición se sumergía en una disolución de nitrato de plata y ácido gálico, disolución que podía ser utilizada también para el revelado de papel después de la exposición.

Una vez finalizado el revelado, la imagen negativa se sumergía en tiosulfato sódico o hiposulfito sódico para hacerla permanente.



*William Henry Fox Talbot.*

El método de Talbot <sup>6</sup>, llamado calotipo, requería exposiciones de unos 30 segundos para conseguir una imagen adecuada en el negativo. Tanto Daguerre como Talbot hicieron públicos sus métodos en 1839.

En un plazo de tres años el tiempo de exposición en ambos procedimientos quedó reducido a pocos segundos.

De esta manera varios artistas se comenzaron a interesar en esta nueva técnica.

<sup>5</sup>lan, Jeffrey, "La fotografía: una breve historia", Barcelona, España, 1999, pág. 30.

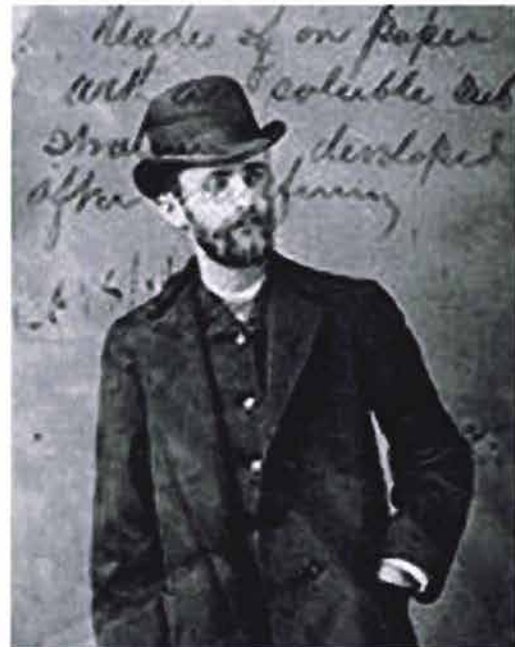
<sup>6</sup> Henry Fox Talbot hizo lo propio con el calotipo, primitivo sistema negativo-positivo utilizando al comienzo toscos negativos de papel, cuyo positivazo imprimía una textura fibrosa a la copia definitiva.



En 1851 el escultor y fotógrafo aficionado británico Frederick Scott Archer introdujo planchas de cristal húmedas al utilizar coloración en lugar de albúmina como material de recubrimiento para aglutinar los compuestos sensibles a la luz. Como estos negativos debían ser expuestos y revelados mientras estaban húmedos, los fotógrafos necesitaban un cuarto oscuro cercano para preparar las planchas antes de la exposición y revelarlas inmediatamente después de ella.

En 1861, el físico británico James Clerk Maxwell obtuvo con éxito la primera fotografía en color mediante el procedimiento aditivo de color. En 1889 George Eastman realizó la primera película flexible y transparente en forma de tiras de nitrato de celulosa. El invento de la película en rollo marcó el final de la era fotográfica primitiva y el principio de un período durante el cual miles de fotógrafos aficionados se interesarían por el nuevo sistema.

En 1878 el fotógrafo británico Charles E. Bennett inventó una plancha seca recubierta con una emulsión de gelatina y de bromuro de plata, similar a las modernas. Al año siguiente, Swan patentó el papel seco de bromuro. Mientras estos experimentos se iban sucediendo para aumentar la eficacia de la fotografía en blanco y negro, se realizaron esfuerzos preliminares para conseguir imágenes de objetos en color natural, para lo que se utilizaban planchas recubiertas de emulsiones.



George Eastman

A principios del siglo XX la fotografía comercial creció con rapidez y las mejoras del blanco y negro abrieron camino a todos aquellos que carecían del tiempo y la habilidad para los tan complicados procedimientos del siglo anterior.

Con Alfred Stieglitz se inicia de hecho la fotografía moderna. Creador de la galería 291 y de la revista *Camerawork*, foros en ambos casos de las vanguardias. La realidad volvía a ser fuente de inspiración.

Como menciona Joan Fontcuberta<sup>7</sup> "El fotógrafo toma conciencia de su capacidad aprenderla y sublimarla añadiéndole de este modo una nueva visión"<sup>7</sup> Las fotografías adquirían así rango de equivalencia, término ideado por Stieglitz para asignar aquellas imágenes capaces de desvincularse de su modelo real y comunicar unas determinadas emociones o estados anímicos.



*La fotografía se ha desarrollado en diferentes áreas y ha sido utilizada para impulsar y dirigir el consumo a través de la publicidad*

<sup>7</sup> Fontcuberta Joan/Costa Joan, "Foto-Diseño", Barcelona España, 1988, pág. 36

En 1907 se pusieron a disposición del público en general los primeros materiales comerciales de película en color, unas placas de cristal llamadas Autochromes Lumière en honor a sus creadores, los franceses Auguste y Louis Lumière.

En la década siguiente, el perfeccionamiento de los sistemas fotomecánicos utilizados en la imprenta generó una gran demanda de fotografías para ilustrar textos en periódicos y revistas. Esta demanda creó un nuevo campo comercial para la fotografía: Los avances tecnológicos, que simplificaban materiales y aparatos fotográficos, contribuyeron a la proliferación de la fotografía como un entretenimiento o dedicación profesional para un gran número de personas.

La fotografía, no obstante, no se ha liberado por completo de la influencia de la pintura.

Durante los años veinte, en Europa, las ideas inconformistas del movimiento Dadá encontraron su expresión en las obras del húngaro László Moholy-Nagy y del estadounidense Man Ray, que empleaban la técnica de la manipulación.

László Moholy-Nagy fue el principal teórico de la "Nueva visión" que tuvo su esplendor en la Europa de entreguerras. Con sus prolíferos escritos, sus cursos en la Bauhaus y su misma actividad práctica, intentaba demostrar que el potencial revolucionario de la fotografía estribaba en su capacidad de proporcionar experiencias visuales completamente inéditas. En su obra cabe distinguir tres grupos; las fotografías directas, de marcado carácter experimental y renovador, las foto plásticas o fotomontajes de concepción constructivista; y los fotogramas o fotografías sin cámara.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Man Ray inventó en 1920 la técnica del Fotograma o Rayograma. La técnica del fotograma o "fotografía sin cámara" consistía en depositar un objeto cualquiera sobre el papel sensible y proyectar un rayo de luz sobre éste, durante un determinado tiempo.



Por otra parte Man Ray es uno de los personajes más difíciles de adscribir estilísticamente; su credo consistía en la libertad y en la creatividad desenfrenada y esto le aportaba tendencias y teorías. Man Ray discurrió por los derroteros más imprevisibles y tocó prácticamente todos los campos. Retrato, modas, naturaleza muerta, composición y fotografía de objetos, desnudos y experimentaciones diversas en que las que sobresalen las radiografías y pseudosolarizaciones.

Para lograr sus fotogramas o rayogramas, trabajaban de forma totalmente espontánea, tomaban imágenes abstractas disponiendo los objetos sobre superficies sensibles a la luz. También experimentaron con fotografías solarizadas, método que consiste en reexponer una foto a la luz durante el proceso de revelado, que da como resultado un cambio total o parcial de los tonos blancos y negros, exagera las siluetas o contornos.

Así como la fotografía había liberado a la pintura de su papel tradicional, los nuevos principios adoptados de la pintura surrealista, el Dadá y el collage permitieron a la fotografía artística utilizar técnicas manipuladas. Collage, fotomontaje, tipo montaje, fotograma y fotografía se convierten en las técnicas usuales de sus pesquisas creativas.

A finales de los años veinte nace en Alemania un nuevo concepto de Fotoperiodismo.

Cámaras más ligeras y emulsiones más sensibles iban a permitir reportajes más ágiles y algunas publicaciones se dieron cuenta del potencial informativo de la imagen, apareciendo de este modo magazines que basaban sus estrategia en una abundante y escogida información gráfica.

De esta manera la cámara de 35 mm, que requería película pequeña y que estaba, en un principio, diseñada para el cine, se introdujo en Alemania en 1925. Gracias a su pequeño tamaño y a su bajo costo se hizo popular entre los fotógrafos profesionales y los aficionados.

Durante este período, los primeros utilizaban polvos finos de magnesio como fuente de luz artificial. Muchas innovaciones fotográficas, que aparecieron para su empleo en el campo militar durante la II Guerra Mundial, fueron puestas a disposición del público en general al final de la guerra.



*Primera cámara fotográfica  
de 35 mm.*

La II Guerra mundial y sus secuelas de Guerra Fría, entre las dos grandes potencias acarrearía, como consecuencia un gran desánimo colectivo que espiritualmente se traduciría en filosofías y actitudes pesimistas. Ésta actitud tomo forma alrededor de la denominada fotografía subjetiva. En un panorama fotográfico casi monopolizado por el reportaje y la información gráfica, la fotografía de pura expresión personal volvía a legitimarse.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Otto Steinert, encabezaría este movimiento de reacción, para su formulación teórica retomaría muchas de las experiencias de la Bauhaus y de las Vanguardias de los años treinta.

Entre éstas figuran nuevos productos químicos para el revelado y fijado de la película. El perfeccionamiento de las computadoras facilitó, en gran medida, la resolución de problemas matemáticos en el diseño de las lentes.

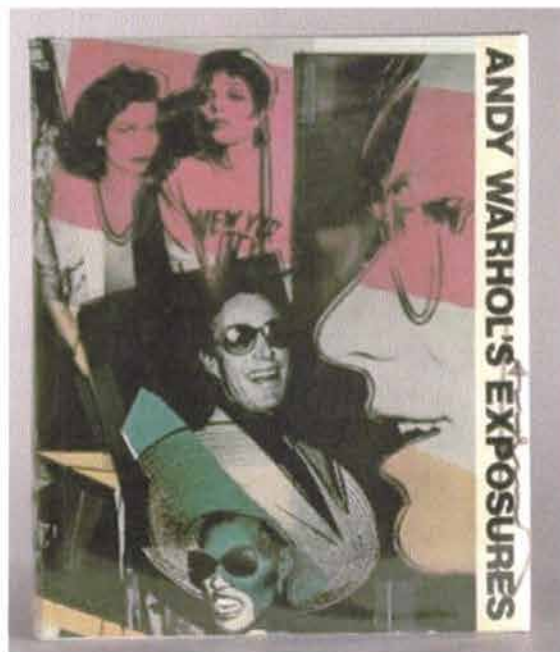
Aparecieron en el mercado muchas nuevas lentes que incluían las de tipo intercambiable para las cámaras de aquella época. En 1947, la cámara Polaroid Land, basada en el sistema fotográfico descubierto por el físico estadounidense Edwin Herbert Land, añadió a la fotografía de aficionados el atractivo de conseguir fotos totalmente reveladas pocos minutos después de haberlas tomado.

En el decenio siguiente los nuevos procedimientos industriales permitieron incrementar enormemente la velocidad y la sensibilidad a la luz de las películas en color y en blanco y negro. Esta década quedó también marcada por la introducción de dispositivos electrónicos, llamados amplificadores de luz, que intensificaban la luz débil y hacían posible registrar incluso la tenue luz procedente de estrellas muy lejanas.

*Obra fotográfica realizada por Andy Warhol  
utilizando la técnica del collage*

Dichos avances en los dispositivos mecánicos consiguieron elevar sistemáticamente el nivel técnico de la fotografía para aficionados y profesionales.

A finales de los años cincuentas y principios de los sesentas, el mundo urbano y los medios y la publicidad cautivaron a artistas como Andy Warhol y Robert Rauschenber, quienes integraron la fotografía en la actividad creativa, expandiendo su significado artístico, lo que posteriormente le otorgó un nuevo status, considerándola como uno de los medios más eficaces de moldear nuestras ideas y de influir en nuestro comportamiento.





Por lo anterior es importante considerar que la cámara no es más que un instrumento técnico para la creación de imágenes que son inolvidables, que con el tiempo han llegado a ser parte integral de nuestro propio museo imaginario.

Posteriormente en los años 80' los avances tecnológicos y la era digital revolucionaron nuevamente las técnicas fotográficas y nacieron nuevos procesos para crear y reproducir imágenes de calidad fotográfica sin la necesidad de negativos, aunque la resolución de estas no alcanza una calidad igual a la de una fotografía obtenida a través de un negativo cada día más profesionales en el ramo de la publicidad tienden a recurrir a este medio, si no para obtener la imagen por lo menos para retocar o modificarla antes de ser publicada.

A partir de este "lenguaje universal" se desarrolló un nuevo lenguaje artístico limitado por su contexto histórico.

Durante el siglo XIX, los fotógrafos se conformaron con la estética de su tiempo considerando a la fotografía simplemente como un medio adicional para la percepción y recreación de la realidad.

Con el tiempo la conciencia que se tuvo de la imagen fotográfica creció, por lo que alcanzó su autonomía al desarrollar una estética propia, lo que contribuyó a que en poco tiempo se ganara la aceptación del público.

Así, los mejores artistas del siglo XX comenzaron a realizar nuevas propuestas fotográficas a partir de la realización de retratos en blanco y negro.

Por su parte, el arte moderno se cuestionaba sobre su significado; y artistas plásticos impacientes por experimentar, buscaron nuevas ideas y nuevos significados de expresión, naturalmente esto ocurrió también con la fotografía.

Estas actividades pretenden dar un testimonio de la riqueza de la imagen fotográfica y de la creatividad de los artistas, quienes con la cámara en la mano están constantemente hablándonos de grandes y nuevos descubrimientos, ya que sus experiencias artísticas enriquecen nuestras vidas.

La fotografía se ha utilizado para inspirar e influir opiniones políticas o sociales, desde la década de 1920 se ha hecho uso de ella para impulsar y dirigir el consumo, y como un componente más de la publicidad. Los fotógrafos comerciales realizan fotos que se utilizan en anuncios o como ilustraciones en libros, revistas y otras publicaciones. Esta clase de imágenes ha tenido un fuerte impacto cultural. La fotografía comercial y publicitaria ha representado también un gran impulso en la industria gráfica junto con los avances en las técnicas de reproducción fotográfica de gran calidad.

Es la fotografía, la que abre paso al invento del cinematógrafo, invento que determinó el manejo de la imagen, el cuál se vuelve un fenómeno social que trasciende mundialmente y que se vuelve un medio de información tan importante que describe acontecimientos mundiales, con la capacidad de repetición, la cual hace que se convierta en uno de los medios masivos de comunicación más amplio.

## 1.2.- El cine

Es el cine, sin duda, la referencia histórica de los modelos actuales de producción audiovisual para la difusión masiva. Su carácter pionero en la historia de los medios audiovisuales lo han hecho antecesor directo y laboratorio de ensayo cuyas soluciones se han aplicado también a la industria del vídeo y la televisión.

Tanto en Estados Unidos como en Europa, se animaban imágenes dibujadas a mano como forma de diversión, empleando dispositivos que se hicieron populares en los salones de la clase media. Concretamente, se descubrió que si 16 imágenes de un movimiento que transcurre en un segundo se hacen pasar sucesivamente también en un segundo, la persistencia de la visión las une y hace que se vean como una sola imagen en movimiento.

Hacia 1852, las fotografías comenzaron a sustituir a los dibujos en los artilugios para ver imágenes animadas. A medida que la velocidad de las emulsiones fotográficas aumentó, fue posible fotografiar un movimiento real en vez de poses fijas de ese movimiento.

En 1877 el fotógrafo angloestadounidense Eadweard Muybridge empleó una batería de 24 cámaras para grabar el ciclo de movimientos del galope de un caballo.

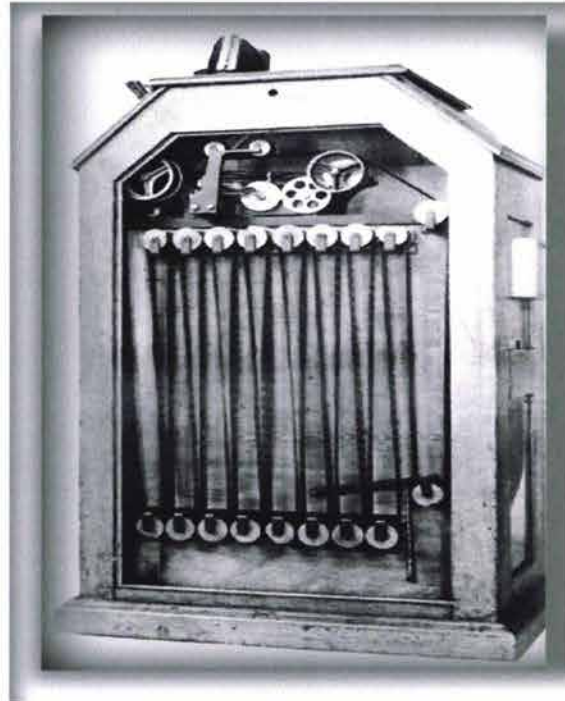
*Serie de instantáneas de la carrera de un caballo  
Obtenidas por el fotógrafo inglés Eadweard  
Muybridge en California.  
Los trabajos de Muybridge resolvieron el problema  
de análisis fotográfico en movimiento*





Hacia 1889, los inventores estadounidenses Hannibal Goodwin y George Eastman desarrollaron más tiras de emulsión fotográfica de alta velocidad (que necesitaban poco tiempo para impresionarse) montadas en un celuloide resistente: su innovación eliminó un obstáculo esencial en la experimentación con las imágenes en movimiento.

El comienzo de la producción audiovisual se puede situar incluso antes del nacimiento oficial del cine, cuando Tomás Alba Edison, en 1893 construye un estudio de rodaje en West Orange (New Jersey) para producir y exhibir las primeras películas de la historia en su aparato de visionado individual, el kinetoscopio.



*Vista interna del kinetoscopio con la película enrollada de cinta sinfín que circulaba entre una fuente luminosa y el ocular de la parte superior*

Edison está considerado por algunos como el diseñador de la primera máquina de cine, el kinetoscopio, pero en realidad ni fue él, el inventor ni el invento era propiamente una cámara de cine. Su ayudante, William K. L. Dickson fue quien hizo en realidad casi todo el trabajo, diseñando el sistema de engranajes, todavía empleado en las cámaras actuales, que permite que la película corra dentro de la cámara, e incluso fue él quien por vez primera logró en 1889 una rudimentaria imagen con sonido.

La primera exhibición cinematográfica al modo actual se realizó el 28 de Diciembre de 1895 en el salón "Indio" del Gran Café de París.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> El Gran Café ubicado en el número 14 del Boulevard Des Capulines, era una sala de dimensiones reducidas tal como convenía a los Lumiere, ya que pensaban que así un fracaso pasaría inadvertido, distribuyeron solo algunas invitaciones y la recaudación fue muy modesta ascendió a 35 francos, cifra que apenas cubría el importe del alquiler del salón. Gubert, Roman, "Historia del Cine", Madrid España, 4ª ed., 1977, pág. 36.



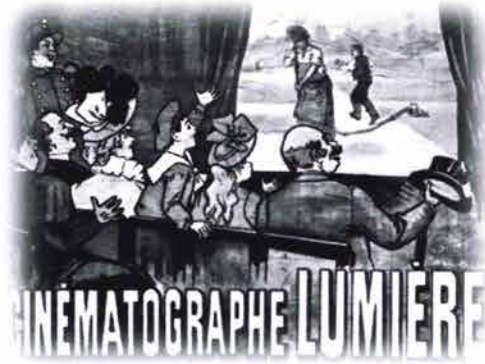
*Una sala de kinetoscopio de New York. Los curiosos introducían una moneda en el aparato y aplicaban su ojo ocular a través del cuál veían actuaciones de atletas, bailarines o equilibristas*

Los hermanos Lumière inventores del sistema de proyección en pantalla fueron también productores y exhibidores. Produjeron además una serie de cortometrajes con gran éxito, de género documental, en los que se mostraban diversos elementos en movimiento: obreros saliendo de una fábrica, olas rompiendo en la orilla del mar y un jardinero regando el césped.

Uno de sus cortometrajes más efectistas para demostrar las posibilidades del nuevo invento fue el que mostraba a un tren avanzando hacia el espectador, lo que causaba gran impresión en el público asistente.

Pero para entonces el equipamiento elemental ya había sido estandarizado siguiendo el modelo del cinematógrafo de los hermanos Lumière, y las películas se comenzaron a comercializar a escala internacional.

Los Lumière no eran los únicos que estaban explotando este espectáculo y sus rivales menudeaban en Europa y América. Léar, Pathé y Méliès en Francia; Edison y La Biograph en los Estados Unidos y William Paul en Londres, comenzaban a echar los cimientos de la nueva industria.



*Uno de los primeros carteles realizados para atraer público a las salas cinematográficas*

En 1896 el ilusionista francés Georges Méliès<sup>11</sup> demostró que el cine no sólo servía para grabar la realidad, sino que también podía recrearla o falsearla, hizo una serie de películas que exploraban el potencial narrativo del nuevo medio, dando inicio al cine de una sola bobina.

<sup>11</sup> Las creaciones de Méliès son el fruto del encuentro de dos técnicas distintas; la del fotógrafo y la del hombre de teatro e ilusionista. Como es el caso de "El Hombre de Orquesta" donde aparece multiplicado en las figuras de siete músicos que, simultáneamente tocan diversos instrumentos. El efecto se consiguió con siete sobre imposiciones sucesivas sobre un fondo negro.

Gubert, Roman, "Historia del Cine", Madrid España, 4ª ed., 1977, pág. 36.



El estilo documentalista de los hermanos Lumière y las fantasías teatrales de Méliès se fundieron en las ficciones realistas del inventor estadounidense Edwin S. Porter, a quien se le atribuye en ocasiones la paternidad del cine de ficción. Trabajando en el estudio de Edison, Porter produjo la primera película estadounidense interesante, "Asalto y robo de un Tren", en 1903. Esta película, de 8 minutos, influyó de forma decisiva en el desarrollo del cine porque incluía innovaciones como el montaje de escenas filmadas en diferentes momentos y lugares para componer una unidad narrativa.

"Era mérito de los pioneros europeos el haber inventado el cine narrativo, Méliès, aportó la puesta en escena, los ingleses el descubrimiento del montaje como elemento narrativo y Zecca perfeccionó la estructura del relato. Porter heredó estos hallazgos europeos y supuso el nacimiento del western cinematográfico"<sup>12</sup>

Entre 1915 y 1920 las grandes salas de cine proliferaron por todo el territorio de Estados Unidos, mientras la industria se trasladaba de los alrededores de Nueva York a Hollywood, pequeña localidad californiana junto a Los Ángeles donde los productores independientes, como Thomas Harper Ince, Cecil B. De Mille y Mack Sennett, construyeron sus propios estudios. Se produjeron así cientos de películas al año como respuesta a la creciente demanda de las salas. La inmensa mayoría eran westerns, comedias de tortazos y resbalones y elegantes melodramas, como el de Cecil B. De Mille "Macho y Hembra "(1919) protagonizado por Gloria Swanson.

Así también se creó el género de la comedia, Sennett que fue un gran descubridor de talentos; entre los que trabajaron con él destacaron: Marie Dressler, Mabel Normand, Fatty Arbuckle, Gloria Swanson, Harold Lloyd, Wallace Beery y un nuevo cómico británico cuyo nombre artístico era Charlie Chaplin.

<sup>12</sup>Gubert, Roman, op,cit; pág. 78

Chaplin <sup>13</sup> era un cómico genial cuyos trabajos darían brillo a la pantalla. Su sola presencia era suficiente para asegurar el éxito comercial de una película. Fue la primera estrella internacional y una leyenda viva desde su juventud, rompiendo con cada nueva producción los récords de taquilla anteriores.

El cinematógrafo fue conocido en la mayoría de las capitales de los países latinoamericanos inmediatamente después de la primera proyección realizada en París por los hermanos Lumière. Sin embargo, en ninguno de ellos surgió una industria propiamente dicha hasta la década de 1940.

Desde principios del siglo XX, a través de la distribución y la exhibición, las compañías estadounidenses de cine detentan el control de las pantallas de todo el continente, salvo en el corto período de la II Guerra Mundial.

<sup>13</sup>En el gris y triste East End Londinense vino al mundo Charles Spencer Chaplin, en el seno de una humilde familia de actores judíos, formando en él, el arte de la interpretación a través de las variadas experiencias en los escenarios Londinenses, consiguió llegar a ser uno de los titanes del arte Cinematográfico.  
[www.historia del cine.com](http://www.historia del cine.com)



*El primer largometraje de Chaplin tuvo resonancias autobiográficas en el que aparecen los primeros acordes trágicos de su carrera.*

Como aliado, México se benefició de este importante mercado cedido por Estados Unidos en detrimento de Argentina y España, el primero neutral y el segundo bajo una dictadura fascista, que vieron decaer sus respectivas industrias cinematográficas.

En ese período México vio crecer su industria gracias a un mercado seguro de habla castellana. Las producciones por lo general eran comedias y dramas populares, no películas de tendencia socio-folklórica.

El cine en México había empezado con "Riña de hombres en el Zócalo" (1897). A partir de esta fecha no se dejaron de producir películas, generalmente noticiarios sobre la independencia y la Revolución Mexicana como "El grito de Dolores" (1910, de Felipe Jesús del Haro) o "Insurrección en México" (1911, de los hermanos Alva).

En 1917, el gobierno de Venustiano Carranza restringe la difusión del cine documental revolucionario, y ese mismo año se funda la productora Azteca Film, que realiza películas de ficción como "La obsesión".

En los años posteriores a la I Guerra Mundial, la industria cinematográfica se convirtió en uno de los sectores principales de la industria estadounidense, generando millones de dólares de beneficios a los productores que tenían éxito. Las películas de este país se internacionalizaron y dominaron el mercado mundial. Los autores europeos más destacados fueron contratados por los estudios y sus técnicas se asimilaron en Hollywood.

En 1926 la productora Warner Brothers introdujo el primer sistema sonoro eficaz, conocido como Vitaphone, consistente en la grabación de las bandas sonoras musicales y los textos hablados en grandes discos que se sincronizaban con la acción de la pantalla. En 1927, la Warner lanzó "El cantor de jazz", de Alan Crosland, la primera película sonora, protagonizada por el showman de origen ruso Al Jolson, que alcanzó un éxito inmediato e inesperado entre el público. Su slogan, sacado del texto de la película "Aún no has oído nada", señaló el final de la era muda.



## 1.2.1.- Las primeras películas habladas

La transición del cine mudo al sonoro fue tan rápida que muchas películas distribuidas entre 1928 y 1929, que habían comenzado su proceso de producción como mudas, fueron sonorizadas después para adecuarse a una demanda apremiante. Los dueños de las salas se apresuraron también a convertirlas en salas aptas para el sonoro, mientras se rodaban películas en las que el sonoro se exhibía como novedad, adaptando obras literarias e introduciendo extraños efectos sonoros a la primera oportunidad. El público pronto se cansó de los diálogos monótonos y de las situaciones estáticas de estas películas, en las que un grupo de actores se situaba cerca de un micrófono fijo.<sup>14</sup>

Tales problemas se solucionaron en los inicios de la década de 1930, cuando en varios países un grupo de directores de cine tuvieron la imaginación necesaria para usar el nuevo medio de forma más creativa, liberando el micrófono de su estatismo para restablecer un sentido fluido del cine y descubrir las ventajas de la postsincronización (el doblaje, los efectos sala y la sonorización en general que sigue al montaje), que permitía la manipulación del sonido y de la música una vez rodada y montada la película.

Con el inicio de la Segunda Guerra Mundial, las producciones Norteamericanas se ven obligadas a disminuir el presupuesto destinado a la cinematografía, ya que el mayor gasto presupuestal de los EUA era destinado a armamento.

Esto trae como consecuencia que en los países latinoamericanos, los cuáles no tenían una participación en dicha guerra tengan un auge cinematográfico, en el caso de México, por ejemplo cabe mencionar la época del "Cine de Oro".

<sup>14</sup> La implantación del cine sonoro duplicó en poco tiempo el número de espectadores cinematográficos e introdujo cambios revolucionarios en la técnica y en la expresión cinematográfica. Fueron años del furor del cine musical, que tuvo su culminación en "El desfile del amor" (Love Parade 1929), sátira de las viejas monarquías Europeas. Enciclopedia Encarta 2003, "Historia del Cine".

En 1920 se crean en México los estudios Camus y, ocho años más tarde, Cándida Beltrán, pionera de las realizadoras mexicanas, dirige "El secreto de la abuela". "Más fuerte que el deber" (1930), de Rafael J. Sevilla, y se inaugura formalmente el cine sonoro mexicano, con técnicos que se habían formado en Hollywood.

Los experimentos con película de color habían comenzado ya en 1906, pero sólo se había usado como curiosidad. Los sistemas ensayados, como el Technicolor de dos colores, fueron decepcionantes y fracasaban en el intento de entusiasmar al público.

Pero hacia 1933 el Technicolor se había perfeccionado, con un sistema de tres colores comercializable, empleado por vez primera en la película "La feria de la vanidad" (1935), de Rouben Mamoulian, adaptación de la novela de William Makepeace Thackeray.

La popularidad del color aumentó, y durante los años cuarenta se empleó sobre todo en una serie de musicales clásicos de la MGM (Metro Goldwyn Mayer), entre los que destaca "Easter Parade" (Desfile de Pascua, 1948), de Charles Walters.

El cine de animación se fue implantando entre los gustos del público, especialmente entre los más pequeños. Walt Disney es el creador americano predilecto incluso más allá del propio país.

Así en 1931 Eisenstein rueda su inacabada ¡Que viva México!, Fernando de Fuentes realiza dos obras fundamentales llenas de madurez cinematográfica: "El compadre Mendoza" (1933) y el relato épico de la Revolución Mexicana "Vámonos con Pancho Villa" (1935).

*El reto estético obligó a Walt Disney a modernizar su estilo. A esta etapa de renovación gráfica pertenece la imagen de Historia de la Música "Toot, Wistle, Plunk and Boom".*



En 1940 se consagra Mario Moreno, Cantinflas, con la película "Ahí está el detalle", de Juan Bustillo Oro. En esta década se producen películas cuya calidad sería reconocida en todo el mundo, como "María Candelaria" (1943), de Emilio Fernández; "Doña Bárbara" (1943), de Fernando de Fuentes, o "Distinto amanecer" (1943), de Julio Bracho.

Es también la década de los grandes actores mexicanos, como Dolores del Río, María Félix, Pedro Armendáriz y Jorge Negrete. En 1942 se crea el Banco Cinematográfico como aval para la producción de películas, pero sólo beneficia a las productoras más fuertes como Grovas, Filmex, Films Mundiales y Posa Films (de Cantinflas).



*Mario Moreno Cantinflas*

En 1944 se fundan los estudios Churubusco, de donde saldrá la abundante producción mexicana de películas de todos los géneros que invadirá el resto de países latinoamericanos. Juan Orol cultivó un peculiar cine negro mexicano con películas como "Misterios del Hampa" (1944). En 1950 se producen 122 películas, el año más fructífero. Aquel año Luis Buñuel realiza su obra maestra mexicana "Los olvidados", premiada en el Festival de Cannes, sobre los jóvenes marginados de las grandes ciudades.



En la década de 1950 el uso del color se generalizó tanto que prácticamente el blanco y negro quedó relegado para películas de bajo presupuesto. A su vez hacen su aparición nuevos mitos de la pantalla que rompen los esquemas de comportamiento social convencionales, como Marlon Brando, James Dean o Marilyn Monroe.

A partir de los años sesenta, el blanco y negro quedó para crear efectos especiales en películas como "Psicosis" (1960) de Hitchcock, o La última película (1971), de Peter Bogdanovich. Más recientemente, lo hemos podido ver casi siempre en películas con pretensiones artísticas, como "El hombre elefante" (1980), de David Lynch, "Toro salvaje" (1980), de Martin Scorsese, "La ley de la calle" (1983), de Francis Ford Coppola, o "Zelig" (1983), de Woody Allen.



*La perversión de la falsa inocencia es a veces fruto de los tabues morales y de los códigos de censura como demuestra Marilyn Monroe en "La tentación vive arriba"*

Desde la Dirección General de Cinematografía se da impulso a producciones como "Tarahumara" (1964), de Luis Alcoriza, que es un nuevo acercamiento a los indígenas marginados. La actriz mexicana Silvia Pinal protagoniza "Viridiana" (1961), otra obra maestra de Luis Buñuel, rodada en España.

El cine mexicano aborda la historia del país desde nuevos enfoques con películas como "Emiliano Zapata" (1970), de Felipe Cazals, y "Reed, México Insurgente" (1972), de Paul Leduc, a su vez emprende búsquedas en el lenguaje cinematográfico con "La Hora de los niños" (1969), de Arturo Ripstein. Cuando todo apunta a un renacimiento del cine mexicano, al reanudarse además la entrega de los premios Ariel, en la década siguiente la crisis de esa cinematografía se hace evidente.

En 1983 los estudios Churubusco son alquilados para películas extranjeras. Aunque directores como Arturo Ripstein, Felipe Cazals, Paul Leduc y otros continúan realizando producciones independientes en la década de 1990, no se ven signos claros de fortalecimiento del cine mexicano como industria capaz de competir con otras cinematografías.

La llegada de la televisión obliga a la industria cinematográfica a renovar sus estructuras de producción, ya que con la televisión se incrementa el número de productores independientes.

## 1.3.-La Televisión

Los primeros experimentos para reproducir imágenes y enviarlas de un transmisor a un receptor se remonta a mediados del siglo XIX incluso antes que Heinrich Hertz demostrara la existencia de ondas electromagnéticas; de ahí que "La palabra televisión es el resultado de un largo proceso de investigaciones y descubrimientos, de experiencias y de acumulación de acontecimientos".<sup>15</sup> No es posible fijar la fecha exacta del descubrimiento para cada invención, pero sí se puede determinar, al menos aproximadamente, el momento en que en un campo de la investigación intervienen hechos nuevos y significativos. En el caso de la televisión, se toma como primera referencia 1843, año en el que el inglés Alexander Bain puso a punto un incipiente aparato para la reproducción a distancia de imágenes fijas. Alexander Bain desarrolló teóricamente un sistema para enviar imágenes por medio de cable.

"En el transcurso de la historia, la televisión ha tenido varias etapas por las que pasó su evolución, estas han sido conocidas como radio visión, vídeo y televisión; pero hasta 1900 surgió el término televisión, que tuvo su origen en la foto telegrafía, sin olvidar que la radio y el cine tienen una importante influencia en el descubrimiento y nacimiento de ésta."<sup>16</sup>

Por ejemplo la cinematografía había dado, entretanto, pasos agigantados y había acostumbrado a grandes masas al nuevo tipo de espectáculo, de un extremo a otro del globo. En el transcurso de pocos años, el cine destruye el muro del sonido, y a finales de los años veinte, inicia la producción y distribución a escala industrial de los filmes sonoros. Progresos que preparan el terreno al público televisivo. El rápido desarrollo de la televisión está igualmente relacionado con la cantidad de inversiones efectuadas por las empresas privadas, principalmente en los Estados Unidos y Europa.

<sup>15</sup> Grob, Bernard, "Televisión, práctica y sistemas de vídeo" México, pág. 1

<sup>16</sup> Bethancourt Machado, Tomas, "La Televisión", Madrid, 1991.



Los comienzos remotos de la era de la televisión parten del descubrimiento del selenio.

“En el año de 1817, el sueco Jacobo Berzelius, descubre este elemento (de la familia de los metaloides), capaz de producir una emisión espontánea de electrones por la acción de la luz, denominada fotoelectricidad, que es el principio fundamental de la televisión”<sup>17</sup>. A partir de entonces se realizaron un gran número de investigaciones como el fototelégrafo explorador de Shelford Bidwell, donde se trasmitían siluetas.

El primer ensayo de transmisión a distancia, se debió al alemán Paul Nipkow quien en 1884 inventó por medio de proyección de radios catódicos, un sistema de disco giratorio perforado, llamado analizador de imágenes que podía transmitir a distancia imágenes en movimiento más o menos nítidas, compuestas por 180 rayas horizontales, patentado por el inventor alemán Paul Gottlieb Nipkow en 1884.

Sin embargo, debido a su naturaleza mecánica el disco Nipkow no funcionaba eficazmente con tamaños grandes y altas velocidades de giro para conseguir una mejor definición.

Los primeros dispositivos realmente satisfactorios para captar imágenes fueron el iconoscopio, descrito anteriormente, que fue inventado por el físico estadounidense de origen ruso Vladimir Kosma Zworykin en 1923<sup>18</sup>, y el tubo disector de imágenes, inventado por el ingeniero de radio estadounidense Philo Taylor Farnsworth poco tiempo después. En 1926 el ingeniero escocés John Logie Baird inventó un sistema de televisión que incorporaba los rayos infrarrojos para captar imágenes en la oscuridad. Con la llegada de los tubos y los avances en la transmisión radiofónica y los circuitos electrónicos que se produjeron en los años posteriores a la I Guerra Mundial, los sistemas de televisión se convirtieron en una realidad.

<sup>17</sup> Idem pág.30

<sup>18</sup> El descubrimiento del Iconoscopio estimuló la investigación en Europa y América y como consecuencia uno de los primeros países en desarrollar la tecnología de transmisión de imágenes fue Estados Unidos por medio de la RCA.

Díaz, Mancisidor Alberto, “Radio y Televisión: Introducción a las nuevas Tecnologías”. Madrid, 1990, pág. 129.

Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuó la BBC en Inglaterra en 1927, la CBS y NBC en Estados Unidos en 1930. En ambos casos se utilizaron sistemas mecánicos y los programas no se emitían con un horario regular. Aunque diversos países investigaban sobre los procesos de la transmisión de imágenes, el boom televisivo surge en 1935 en los Estados Unidos con una definición de imagen de 431 líneas.

La FCC (Federal Communications Commission) establece en NTSC, (National Television System Committee), quien recomendó un estándar de 525 líneas a treinta cuadros por segundo, el cual se hizo obligatorio en Julio de 1941 y sigue vigente hasta hoy.

Sin embargo Europa adoptó el sistema PAL con 624 líneas de resolución <sup>19</sup>, mientras Francia adopta el SECAM con 819 líneas. El sistema Estadounidense fue adoptado por Canadá y Japón.

Las emisiones con programación se iniciaron en Inglaterra en 1936, y en Estados Unidos el día 30 de abril de 1939, coincidiendo con la inauguración de la Exposición Universal de Nueva York. Las emisiones programadas se interrumpieron durante la II Guerra Mundial, reanudándose cuando terminó.

En España, se fundó Televisión Española (TVE), hoy incluida en el Ente Público Radiotelevisivo Español. A partir de los años cuarenta, las mejoras más importantes de la tecnología de la televisión se relacionan con la mejora de los instrumentos que realizan la exploración de la imagen, es decir con el incremento de la resolución.

<sup>19</sup> Se define como resolución o definición de un sistema de televisión el número de puntos de luz en que se divide una imagen para su exploración y posterior conversión en impulsos eléctricos.

Díaz, Mancisidor, op.cit.;pág. 127

En México el pionero de la Televisión es el Ing. "Guillermo González Camarena"<sup>20</sup>.

El 19 de Agosto de 1940 patentó en México un adaptador cromoscópico para la televisión, donde Azcárraga lo apoyó en el juicio para patentarlo en el mismo año y logra conservar su patente. En 1947, el Presidente Miguel Alemán Valdéz, nombra una comisión para investigar qué sistema es el conveniente para México si el Inglés o Americano. Y así sucesivamente se inicia la transmisión y desarrollo de diferentes señales.

-En 1950, comienza la XHTV canal 4 del concesionario O'Farril.

-En 1951, la XEW-TV canal 2.

-En 1952, se le da la concesión a González Camarena XHGC canal 5.

-En 1955, el Tele sistema Mexicano se forma de la unión de los 3 canales, cada canal se orienta a públicos distintos y se forma una sociedad llamada Teleprogramas de México para crear programas y transmitirlos hacia América Latina constituida en un 45% por Azcárraga, 35% por O'Farril y un 20% por Camarena que posteriormente vendió sus acciones a Azcárraga para seguir con sus experimentos en función de la televisión.

González Camarena no logró ver la transmisión a colores en los Juegos Olímpicos de México en 1968 ya que murió 3 años atrás, pero si transmitió pruebas anteriores por lo tanto ya estaba listo todo el equipo para las emisiones. Su hermano y estudiantes de su escuela ayudaron a hacer posible el proyecto.

<sup>20</sup> Nacido en Guadalajara en 1917 y muere en 1965. Inicia el sistema de televisión cromática basado en tres colores: rojo, verde y azul, patente que vendió en 1940 a las compañías RCA y Víctor en los Estados Unidos."



Un problema al cual se enfrentaron los técnicos e ingenieros fue el transmitir a control remoto desde el estadio olímpico a lo cual mandaron cables desde ese punto a la transmisora. Muchos inventores del mundo se asombraron de la tecnología que México había desarrollado y se dedicaron a apoyar el proyecto para avanzar juntos. Las cámaras que se habían inventado eran muy pesadas, así que se fabricaron unas de mejor manejo ubicándolas en el estadio, conectadas todas a una consola especial.

Un proyecto que Camarena ya no logró terminar fue la cámara aérea a control remoto para tener una mejor perspectiva del estadio. Sin duda éste inventor mexicano dio a su país y a la tecnología un gran avance.

En 1958 se funda el canal 11, con finalidad de programas educativos de alto nivel, pero tuvo un problema de transmisión en la antena y 11 años más tarde arreglan el problema y se ve en la ciudad de México en 1969, comenzando con una clase de matemáticas.

La era de la televisión por satélite surge en 1959 con la sonda espacial Lunic III, quien envió a la tierra las primeras imágenes de la cara oculta de la luna. En 1961 se transmitieron las primeras imágenes del hombre en el espacio. Y así en 1967, fue posible rodear completamente la tierra con transmisión simultánea, mediante los satélites estadounidenses y soviéticos.

En 1965, Barbachano Ponce funda la Telecadena Mexicana, con 14 estaciones en el país, después vende sus canales al TIM.

En 1968, se funda el canal 8 de Monterrey (XHTM) por el Grupo Industrial Monterrey, que después fue Grupo Alfa.

Esta estación después fue competencia del Telesistema Mexicano y formó televisión independiente de México junto con las televisoras de provincia. En 1969, Francisco Aguirre dueño de Radio Centro, funda el canal 13 y años más tarde el gobierno mexicano lo compró a través del Banco en 1972.



El 29 de abril el gobierno fundó la televisión rural de México con programas educativos y rurales, después se cambió el nombre a Televisión Cultural de México, posteriormente a Televisión de la República Mexicana.

La década de 1980 ha sido testigo de una revolución en las formas de acceder a los productos cinematográficos, con la sustitución del visionado en las salas de cine por la Televisión por cable, en el que los títulos de estreno —especialmente los de las grandes superproducciones— están disponibles poco después de su pase por las salas. Este hecho, unido a la implantación progresiva de la televisión de paga, con canales temáticos, en los que hay y habrá aún más canales especializados en la emisión continua de películas, que tome fuerza la Televisión por cable.

### 1.3.1.- Televisión por Cable

“ La Televisión por cable (CATV) comenzó siendo un medio de proveer señales a una comunidad que no podía recibir las estaciones de teledifusión ya sea a causa de la distancia o bien del área de sombra en que la señal era demasiado débil.”<sup>21</sup>

La historia de la Televisión por cable inicia a finales de 1940 en Pensilvania Estados Unidos. En esa época, las pocas antenas de televisión que existían estaban ubicadas únicamente en grandes ciudades, como era el caso de Filadelfia por lo tanto las ciudades en crecimiento y poblaciones pequeñas tenían dificultad para recibir la señal que se emitía desde allí.

En Mahanoy, vivía el señor John Walson, propietario de una tienda de artículos eléctricos, quien no podía vender sus televisores porque a los pobladores no les interesaban, ya que la señal era muy deficiente.

<sup>21</sup>Grob, Bernard, “Televisión, práctica y sistemas de vídeo”, México, 1992, pág. 356

Entonces pensó que la clave para aumentar sus ventas estaba en mejorar la señal de televisión, así que colocó una antena en lo alto de una torre, la instaló en una montaña cercana y al recibir la señal la transportó hasta su almacén por medio de un cable, logrando con ello muy buenos resultados.

Como era de suponerse, las ventas de sus televisores aumentaron. Y lo impulsaron a perfeccionar su logro, utilizando desde ese momento un cable coaxial y de amplificadores de señal.

Posteriormente, Milton Jerrold Shapp gobernador del estado de Pensilvania, estructuró un sistema para consolidar la cantidad de antenas que había tanto en las tiendas como en los edificios de los apartamentos.

De esta forma, utilizó una antena maestra (MATV) <sup>22</sup> que servía para ser utilizada por todos los televisores de un mismo edificio. Su secreto fue la utilización del cable coaxial y los amplificadores, capaces de llevar la señal a varios lugares de una sola vez.

En Lansford, Robert Tarlton basándose en el mismo principio de Shapp tendió una línea alrededor de todo el pueblo, dando inicio a la televisión por cable, la cual se propagó rápidamente hacia ciudades remotas y zonas rurales alejadas del punto de transmisión. Por muchos años el cable fue simplemente una especie de antena comunitaria pues su principal objetivo era mejorar la recepción de las transmisiones realizadas por las cadenas de televisión nacional.

<sup>22</sup>El MATV es un sistema de cable miniatura distribuido en complejos de apartamentos, edificios, hoteles, etc. Consiste en una antena única que capta señales de TV y los envía por una distribución por cable, a cada uno de los aparatos receptores del edificio o complejo. La antena se coloca en áreas de buena recepción, se amplifican y posteriormente se transmiten por medio de cable coaxial a los receptores individuales. La ventaja de MATV se centra en la eliminación del uso de una antena por cada aparato de televisión y la mejora de calidad de recepción.

Díaz, Mancisidor, op,cit; pág. 225.

Fue en el mes de junio de 1948 cuando se dio inicio a la televisión por cable. En los años cincuenta Walson comenzó a experimentar con microondas para llevar la señal desde ciudades distantes. De esta forma, los sistemas de Pensilvania, que sólo tenían tres canales, aumentaron a seis o más, importados desde estaciones independientes de Nueva York y Filadelfia. Esta modalidad se fue expandiendo a otras ciudades, motivando un gran crecimiento de la industria de la televisión.

De la misma manera que en Estados Unidos, la televisión por cable nace en Latinoamérica con el propósito de llevar televisión a las zonas que carecían de señales de televisión abierta. En Argentina, este fenómeno se presenta a comienzo de los años 60, como respuesta a la necesidad de superar ya no las alturas montañosas, sino las grandes distancias que representaban un impedimento para las señales de televisión enviadas por las pocas emisoras del momento.

Así en los años 60 surgen los primeros circuitos cerrados de televisión que ofrecían una sola señal generada gracias a una simple cámara de vigilancia y, poco a poco, tanto los circuitos cerrados de televisión como las antenas comunitarias se fueron multiplicando en el interior del país, debido en gran medida a que no se utilizaba el espectro radioelectrónico, y no se necesitaba un permiso municipal para poder utilizar el espacio aéreo para la instalación de un sistema de cable.

Marcos Huller quien instaló el primer circuito cerrado de la ciudad de Salta, asegura que lo hizo en octubre de 1962. Sin embargo, tal como consta en la Resolución del Consejo Deliberante de Mercedes del 23 de diciembre de 1963 y según lo publicado por los diarios de la época, el ingeniero Edsel Aeschlimann instaló el sistema en Villa Mercedes (San Luis) en noviembre de ese año, que contó con 50 abonados desde su inicio.



La primera transmisión por cable a larga distancia se realizó el 4 de noviembre de 1963 en la ciudad de Córdoba y consistió en transmitir la señal de un canal de televisión a varios televisores instalados en el camino mediante un modular transistorizado ubicado a mil metros, con un cable coaxial RG11 y un amplificador transistorizado con varias bajadas, según el número de televisores.

Según lo publicado por la revista de la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) los ingenieros Edsel Aeschlimann y Carlos Muscio explican cómo fabricaban artesanalmente los equipos para poder armar un sistema de cable.

Por citar un ejemplo, los amplificadores que usaron eran una válvula y en la línea del cable coaxial se enviaban, junto a la señal de televisión, 110 voltios, para lograr alimentar los amplificadores. Estos tenían, además otras limitaciones: la cantidad de televisores a los cuáles podían llevar la señal (máximo 10) y su distancia del cabezal (Head end) que no podía ser superior a seis cuadras: fue con la implementación del sistema transistorizado que logró disminuirse el voltaje a 48 voltios y, por ende, el peligro que representaba para los técnicos.

Pero estos no eran los únicos inconvenientes. Había otro aspecto que se debía superar y era la generación de la señal, asunto que se complicaba debido a los altos costos de las máquinas de video-tape y a la complejidad de los sistemas. Para superar estos obstáculos, la señal se emitía mediante el uso de una pequeña cámara de vigilancia: la Compact El 8000 de Philips.



Los primeros operadores de cable proyectaban películas de 16 mm en blanco y negro o diapositivas en una pantalla, tomaban las imágenes con la pequeña cámara y la transmitían. Inicialmente para llevar la señal hasta los televisores se usaba cinta paralela de 300 ohms la cual captaba todo tipo de ruidos. Posteriormente fue remplazado por el cable coaxial.

Con respecto a los amplificadores, se utilizaban amplificadores monocanales a válvula ya que tampoco existían las videograbadoras. Este sistema se mantuvo hasta llegada la década de los 70 cuando apareció la primera video casetera la U Matic que permitió superar los obstáculos técnicos y financieros.

Fue hasta 1972 cuando la televisión por cable empezó a ser considerada como un servicio especial de radiodifusión,.

En Noviembre de 1972 se dio inicio a la televisión pagada cuando la empresa Service Electronic ofreció Home Box Office (HBO) en su sistema de cable en un pueblo llamado Wilkes-Barre, también del estado de Pensilvania, convirtiéndose en el primer servicio de televisión por cable pagada en los Estados Unidos y el primero también en utilizar un satélite para distribuir su programación. Hoy en día es considerado el sistema de televisión por cable más grande del mundo con más de once millones de televidentes. Otro ejemplo de expansión y consolidación de la industria de la TV de paga es Argentina.

Basta con citar que hasta hace pocos años el noventa y nueve por ciento de los cableros utilizaban materiales fabricados en el país. Hoy, Argentina cuenta con una extensa red de fibra óptica que, en el caso concreto de Buenos Aires, es superior a la existente en la Isla de Manhattan y el sistema de televisión por cable cuenta con más del 55% de los hogares del país como abonados.

Los adelantos tecnológicos de los años setenta y ochenta posibilitaron el incremento de canales hasta límites nunca antes imaginados. La introducción del chip semiconductor en el diseño de amplificadores analógicos permitió aumentar a cerca de cincuenta la capacidad de los cables coaxiales, años más tarde, en los ochenta, los avances en "optoelectrónica" (láser) convirtió no sólo en una nueva industria de la comunicación, si no también en una moderna tecnología. Pasó de ser una simple-

extensión de televisión a un nuevo medio de comunicación. Actualmente, un único sistema puede transmitir a sus suscriptores más de cien canales de capacidad.

No cabe duda que el ingenio, la persistencia y la utilización adecuada de los recursos, han permitido que en menos de cuarenta años (en el caso de Latinoamérica) el servicio de televisión por cable se propague a millones de hogares, ofreciendo una infinita variedad de posibilidades en cuanto al número de canales y de programas, todo con el propósito de complacer el gusto del televidente de esta manera se ha logrado consolidar una industria.

### 1.3.2.-Surgimiento de la Televisión por cable en México

El sistema de televisión por cable, de acuerdo a su reglamento, "es aquel que se proporciona por suscripción mediante sistema de distribución de señales de vídeo y audio a través de líneas físicas, con sus correspondientes equipos amplificadores, derivadores y accesorios que distribuyen señales de imagen y sonido a los suscriptores del servicio".<sup>23</sup>

En 1950, la televisión era ya una alternativa más de diversión y entretenimiento. Disfrutar los programas de variedad, novelas y películas, se había vuelto una costumbre dentro de los hogares.

El problema era que en algunas zonas, la geografía y la distancia limitaban el alcance de la televisión abierta. Superar esta barrera natural y llevar la mejor calidad de imagen y sonido, era el desafío. La solución: Televisión por cable.

Con este nuevo recurso, en 1954 se instaló

en Nogales (Sonora), el primer sistema de Televisión por Cable de México y de América Latina, el cual sólo se dedicaba a retransmitir las señales de la televisión abierta que tomaban del aire los Sistemas de Cable. La televisión por cable en México surge en 1954, al poco tiempo de iniciar sus transmisiones la televisión abierta.

Existen varias versiones respecto a lo que motivó la instalación del sistema de cable de nuestro país:

- 1.-El surgimiento de la televisión por cable en México respondió, en un primer momento, a la necesidad de información de norteamericanos residentes en el país.

<sup>23</sup> Reglamento del Servicio de Televisión por Cable

La instalación de los primeros sistemas en la República Mexicana surgen en Nogales, Sonora en 1954; Piedras Negras Coahuila, 1962; Monterrey, Nuevo León, 1962 y Acuña Coahuila, 1964, las cuales tenían como objetivo transmitir señales generadas en E.U. y así, satisfacer a la comunidad norteamericana que radicaba en estas zonas.

“De esta manera, la transmisión de canales norteamericanos permitían establecer a los residentes de ese país en México un puente de unión para contar con la programación e información en su idioma”.<sup>24</sup>

2.- Establecer un sistema de televisión que limita su recepción a aquellos que paguen por el servicio.

3.- Por su parte los concesionarios del servicio de televisión por cable aseguran que “la televisión por cable en nuestro país, al igual que en muchos otros del mundo, nació de la necesidad de llevar señales de televisión abierta a zonas que, debido a la distancia o complicada geografía tenían dificultades en su recepción. En un principio eran únicamente estas señales las que transmitían a través de los sistemas de cable, que los tomaban al aire”.<sup>25</sup>

No cabe duda que la televisión por cable en México se generó bajo una influencia igualmente ejercida sobre la televisión abierta; por las difíciles condiciones de recepción de diferentes comunidades y por el crecimiento de las zonas urbanas y de los sectores medios.

El desarrollo de la televisión por cable en México no ha sido constante, desde 1954 hasta 1969 únicamente se otorgaron 11 concesiones y se contaba con menos de 2,500 suscriptores.

<sup>24</sup> Esquivias Fuentes, María. “Efectos de la programación de Cablevisión en el público receptor del área metropolitana de la CD. De México”, pág.47.

<sup>25</sup> PCTV.PCTV:origen, presente y futuro, pág.4.



Durante los primeros años de operación, la televisión por cable adquirió pocas ganancias y no fue hasta los años setenta, que el cableado y el número de suscriptores aumentaron. Ese desarrollo "es consecuencia del crecimiento de esta industria en Estados Unidos y del hecho que la televisión comercial en México estaba consolidada y buscaba nuevos mercados incorporando tecnologías probadas a nivel mundial".<sup>26</sup> Fue en esa época cuando el uso de la televisión por cable se extendió en razón del interés por organizarla como empresa comercial.

En los años setenta se otorgan 84 concesiones, lo que representa un crecimiento anual del 8.4 por ciento. Para 1979 ya se contaba con 210,211 suscriptores. En 1975 las inversiones en la industria de la televisión por cable "ascendieron a 175 millones de pesos y los ingresos por cuotas fueron de 66,900.000 pesos."

En la década de los años ochenta, se otorgaron 26 concesiones a la industria de la televisión por cable, lo que representó un crecimiento de 2.6 por ciento.

"En 1980 el ingreso por cuotas ya se ubicaba en 130 millones de pesos y, en 1982, fue alrededor de 300 millones de pesos. Mientras tanto, los egresos por mantenimiento permanecían estables".<sup>27</sup>

Aún cuando el otorgamiento de concesiones se redujo en comparación al de la década anterior, los ingresos aumentaron debido a que esta industria requiere de una inversión inicial fuerte, pero los gastos por mantenimiento son poco cuantiosos y las cuotas de acuerdo a los flujos inflacionarios.

A partir de 1990 y hasta la fecha, la industria de la televisión por cable ha obtenido 159 concesiones, el mayor número a lo largo de su historia. Hoy en día, la TV por cable se ha perfeccionado tanto que ha sido adoptada por grandes sistemas para cubrir grandes áreas, incluso para lugares en que hay buena recepción.

<sup>26</sup> PCTV.PCTV:origen, presente y futuro,pág.4.

<sup>27</sup> CANITEC, Directorio 1997.

### 1.3.3.-El caso PCTV (Productora y comercializadora de televisión por cable)

El crecimiento de esta nueva industria era muy difícil, un largo camino de obstáculos que sólo podían ser superados gracias al arduo trabajo de los concesionarios mediante la capacitación de personal y la infraestructura necesaria para poner en marcha una tecnología nunca antes usada. Otro paso muy importante fue en 1968, cuando el Gobierno Federal creó la red de microondas, por medio de la cual se logró llevar la señal a ciudades que no habían tenido esta facilidad.

En 1985 el Gobierno Mexicano puso en marcha el sistema de satélites Morelos I y II, con los cuáles se facilitaba contratar a las grandes cadenas internacionales de televisión y con ello se daba un impulso mucho mayor a nuestra industria.



Esto representaba nuevamente un reto, ya que no era fácil que cada sistema de cable negociara individualmente su contratación con las cadenas de televisión.

En 1988 un grupo de concesionarios de Televisión por Cable, decidieron formar una empresa autónoma que les suministrara las mejores señales a un costo negociado de un grupo.

Así se funda Productora y Comercializadora de Televisión, S.A. de CV. (PCTV), que desde su inicio en 1990 a la fecha, ha logrado la contratación de las mejores señales internacionales y la producción de cinco canales: TVC, Cinema Platino, Cinema Platino2, PlatinoPlus y CMC, lo que da a los concesionarios de Televisión por Cable de la República Mexicana un sinnúmero de oportunidades de negocio.

PCTV. Productora y Comercializadora de Televisión, S.A. de CV., es una sociedad 100% mexicana, perteneciente en su totalidad a los concesionarios de los Sistemas de Televisión por Cable de la República. Es muy importante para la industria, ya que concentra los recursos y comparte los objetivos de un medio en total crecimiento, buscando nuevas y mejores opciones de negocio para sus socios.

Dentro de los canales que transmite PCTV, existen 19 que son comercializables, estas señales cubren todos los géneros de televisión, desde el infantil hasta el documental. La cobertura de la empresa es de 470 ciudades en todos los estados del país.

Actualmente se cuenta con 31 señales entre las propias (ESPN, ESPN 2, Nickelodeon, Telemundo, MTV Latino, People and Arts, Hallmark, Cartoon Network, Animal Planet, Discovery Kids, MGM, AXM, Cinema Platino, Platino Plus, etc) las de participación y las representadas, lo que los convierte en la mayor proveedora de señales de Televisión por Cable en Latinoamérica, contando con las cadenas líderes de la Televisión Internacional.

Uno de los principales objetivos de PCTV es el de generar y distribuir señales propias, a partir del desarrollo y planeación de su Imagen y contenido, para ser distribuidos vía satélite.

Entre los que destaca TVC un canal generado y producido en su totalidad por PCTV.

-Esta señal está enfocada a programas para la mujer y de orientación familiar, series de gran impacto, la credibilidad y el respaldo informativo de sus noticieros *TVC Noticias* y *Detrás de la noticia*, el agudo análisis de sus programas de opinión, la diversión para los pequeños y el entretenimiento que buscan los jóvenes, así como el mejor cine contemporáneo, todo en la comodidad de su hogar.





Para lograr esto PCTV al igual que las cadenas de televisión abierta se encuentra estructurada, de la siguiente forma:

-Dirección General

-Dirección de Ingeniería

Transmisión

Unidades móviles

Postproducción

Estudios

-Dirección de Finanzas

Recursos Humanos

Contaduría

Tesorería

Presupuestos

Compras (activos)

-Dirección Ventas

Mercadotecnia

-Dirección de Operaciones

Videoteca

Adquisición de material para transmisión.

Continuidad

Programación

Control y calidad

Producción

Promoción

Imagen

Como sabemos PCTV cuenta con diferentes departamentos los cuáles son indispensables para la realización o lanzamiento de la imagen de un canal: Así en el presente trabajo, el canal TVC será el objeto de estudio, y en el cual veremos la enorme responsabilidad del área de promoción e imagen para crear el paquete gráfico.



*Sala de post producción*



## **Capítulo 2**

### El Diseño Gráfico en la producción de Televisión

## 2.-El Diseño Gráfico en la producción de Televisión

### 2.1.- Antecedentes

La provisión de títulos y subtítulos fue requerimiento básico del medio Televisivo desde sus inicios, el diseñador gráfico siempre ha estado relacionado en la presentación de palabras, sin embargo la falta de conocimientos de los productores y realizadores acerca del potencial del diseñador gráfico aplicado a la televisión no se evidenciara en sus inicios.

*Rollers realizados para el canal Cinema Platino, a través de los cuáles se presenta la programación del canal.*



Resulta sorprendente que el reconocimiento de la importancia de la aportación del diseño gráfico a la Televisión tardara tanto en producirse, al ser la Televisión un medio que depende de las imágenes y de la información gráfica, hasta hace pocos años la competencia desatada por la audiencia entre las distintas televisiones y la publicidad con sus elevados estándares de producción impulsaron definitivamente esta profesión.

De esta forma, la necesidad que tiene la Televisión moderna de incorporar títulos, símbolos, ilustraciones e imágenes en movimiento en la pantalla ha acabado por crear una nueva rama: el Diseño Gráfico Televisivo.

“El Diseño Gráfico se ha convertido en la contribución más significativa al lenguaje televisivo de los últimos años, ya que mejora la calidad de la imagen y expresa ideas e información en formas imposibles de conseguir con ningún otro medio”.<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Hervás Ivars Christian, “ EL Diseño Gráfico en Televisión”, Madrid, 2002.

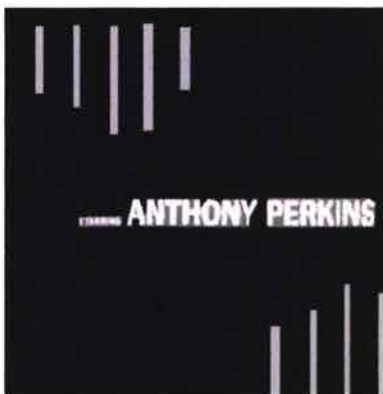
## 2.2.- Los Precursores

El diseño gráfico para Televisión es bastante reciente y pueden considerarse como auténticos pioneros: Saul Bass (E.E.U.U), Bernard Lodge (Inglaterra) y Jaime Agulló (España).

El cine mudo de los años 20 fue un medio de comunicación internacional muy potente por que trabajaba manipulando imágenes que en gran medida trascendían al lenguaje hablado. La introducción de palabras, encabezamientos y rótulos en las películas mudas fue una temprana intrusión del elemento gráfico.

En la década de los 50 las cadenas de Televisión norteamericanas estuvieron muy ocupadas en dotarse de una organización propia antes de la Segunda Guerra Mundial, el cine dejó de ser un juguete para desarrollarse como una de las industrias mayores y altamente difundidas, uno de los métodos empleados para combatir la menor asistencia al cine fue la mejora de su publicidad. Se contrataron diseñadores gráficos no sólo para realizar los carteles si no también para las cabeceras de las películas, entre los más importantes y de mayor éxito destaca Saul Bass.

Saul Bass <sup>29</sup> consideraba que el interés del espectador por la película debía despertarse desde el primer fotograma. Los créditos de Saul Bass dieron un impulso creativo al uso tradicional de rótulos confeccionados a mano y filmados sobre muchos metros de tela colgados. La obra de este diseñador influyó en el trabajo de muchos grafistas durante la década de los 60.



*Cabecera realizada por Saúl Bass para la película "Psicosis", de Alfred Hitchcock (1960)*



*Cabecera realizada por Saúl Bass para la película "Anatomía de un asesinato", de Otto Preminger(1950)*

<sup>29</sup> Saul Bass "Nació el 8 de mayo de 1920 en New York donde estudio Diseño Gráfico en la Art Students League. Bass revolucionó el diseño de los títulos de créditos, empezando con la película de Otto Preminger "Carmen Jones", en 1954".



Otro de los pioneros en el Diseño gráfico televisivo fue Bernard Lodge <sup>30</sup>, interesado en el uso de técnicas de vídeo para poder prescindir del trabajo artístico dibujado y pintado sobre la película. Inventó y puso en práctica numerosos efectos; por ejemplo, explotó el efecto de retroalimentación que se produce cuando una videocámara se dirige hacia un monitor, también conocido como efecto "feedback" o "howl".



*Técnica de retroalimentación de video utilizada en una cortinilla de T.V.E a mediados de los años 80.*

<sup>30</sup> Bernard Lodge se sumó al equipo de la BBC en 1959. En 1997 puso en marcha su propia empresa junto con Colin Cheesman, donde contribuyeron a la realización de secuencias de efectos gráficos de las películas Star Trek, Alien y Blade Runner.

Pero las principales aportaciones de Lodge se encuentran en el desarrollo de las técnicas de animación cinematográfica utilizando la cámara controlada por una computadora; sin recurrir al uso de la convencional secuencia de animación dibujada a mano.

Jaime Agulló <sup>31</sup> durante su trabajo en TVE, desarrolló nuevas técnicas como el "croma Key" que le llevó a realizar trabajos muy interesantes para decorados ficticios (posiblemente los orígenes del decorado virtual en la actualidad); a su vez realizó numerosas mascotas para programas, así como ilustraciones en programas infantiles y logotipos donde destacan los personajes Ruperta mascota del Programa Uno, Dos, Tres o la "Familia Telerín"



*"Ruperta", la conocida mascota del programa T.V.E. "Uno, dos, tres", creación de Jaime Agulló.*

<sup>31</sup> Jaime Agulló "Nació en Madrid en el año 1930 y falleció en 1994. En sus comienzos profesionales hizo numerosas incursiones en el mundo de la publicidad, más adelante forma parte del departamento gráfico de la Televisión Española TVE".

### 2.2.1.- Años 50

Gracias a las mejoras técnicas, y al aumento potencial de espectadores, la Televisión se convirtió en un gran fenómeno de masas durante esta década. La CBS (Columbia Broadcasting System) contrató a William Golden como director artístico, y su trabajo respecto a la Identidad de la corporación y la presentación en gran parte de los programas han dejado huellas imborrables desde 1951. Creador del "Ojo" de la CBS, uno de los logotipos más conocidos en la historia del diseño gráfico televisivo.

*El inconfundible ojo de la CBS ha conseguido sobrevivir fiel a su diseño original*

La BBC (British Broadcasting Company) nombró a Richard Levin como su primer jefe de diseño en 1953 y en 1954 acordó con la BBC la contratación de su primer diseñador, Jonh Sewel. El interés de la BBC por el diseño gráfico se debió a la noticia que en otoño de 1955 empezaría a emitir una cadena rival de televisión comercial, la ITV. La BBC temía que la ITV pudiera ganarse parte de la audiencia que durante veinte años fue de su monopolio. A partir de 1954 el número de diseñadores gráficos comenzó a incrementarse.

En aquellos años quedaron establecidos los cuatro sistemas que permanecerían ya prácticamente inalterables: 405 líneas en Gran Bretaña (aunque posteriormente cambió al sistema PAL de 625 líneas), 525 en estados Unidos, 625 en casi todo el resto del mundo, incluido España, y 819 en Francia (aunque la posterior introducción del sistema de color SECAM limitó el número de líneas a 625).



Debido al soporte económico de la publicidad y el apoyo masivo de un público numeroso y adicto, la televisión se convirtió en una poderosa fuente de información y por tanto en un arma sociológica. Pero además de la información, la Televisión empezó a ofrecer también entretenimiento. El programa más sonado de la década 1959-1960, fue la presentación de Elvis Presley en "El Show de Ed Sullivan", en 1956.

También durante esta época, un grupo de científicos representantes de los países que en ese entonces estaban desarrollando sistemas propios de televisión en color se reunieron en New York para discutir la posibilidad de establecer un estándar de transmisión universalmente válido:

No consiguieron llegar a un acuerdo, por lo que ahora existen tres sistemas de color que varían según los países: "PAL (Phase Alternative Line), este sistema funciona con una frecuencia de 25 imágenes por segundo y 625 líneas y presenta mayor fidelidad que el NTSC en la reproducción de colores, NTSC (National Television System Committee) opera a 30 imágenes por segundo, el resultado es una imagen mas estable y menos parpadeante. Este sistema tiene la desventaja de contar con un menor número de sólo 525 líneas

Además, el NTSC presenta poca estabilidad en la transmisión y recepción de color, lo que le ha valido irónicamente ese nombre de NTSC "Never takes the same color". Y SECAM (Séquentiel à mémoire) se utiliza en Francia y sus países de influencia, así como en la Unión Soviética, funciona a 625 líneas y 25 cuadros por segundo." <sup>32</sup>

<sup>32</sup> Grob Bernard, "Televisión Práctica", México, 1980.



### 2.2.2.- Años 60

La década de los 60 se caracterizó por la aparición de los satélites y la globalización de las imágenes y los gráficos televisivos. A finales de la década de 1960-1970 ya existían en el mundo alrededor de 230 millones de receptores de Televisión. El paso de los años y el desarrollo de la tecnología dio las condiciones para que el desarrollo del diseño gráfico fuera mejorando. El aumento de la resolución de la imagen, la introducción de las emisiones en color con la paulatina sustitución de los televisores en blanco y negro, fueron avances que permitieron trabajar con mayor detalle en todas las formas del diseño, alcanzar niveles mas altos en la filmación de animaciones y mejorar el aspecto del subtulado. A medida que la presencia del diseño televisivo iba alcanzando proporciones considerables, cada vez más emisoras establecieron sus propios departamentos de diseño gráfico.

Pero pese a las mejoras técnicas que iban incorporando los receptores respecto a modelos anteriores, las pequeñas pantallas de 14 pulgadas en blanco y negro, seguían determinando el estilo inicial del diseño gráfico en Televisión: líneas pesadas, tonos duros, falta de detalles. Gran parte del trabajo realizado en la época reflejaba el estilo "Pop Art", un diseño que resulta perfectamente adaptable a la extrema sencillez técnica y a los trazos gruesos de las primeras secuencias de animación realizadas para Televisión.

El primer avance significativo para la producción de gráficos informativos vino de la mano de un estudiante del MIT (Massachusetts Institute of Technology), llamado Ivan Sutherland. Este creó un programa de dibujo llamado "Sketchpad". Mediante la utilización de un lápiz óptico, el cual te permitía dibujar formas simples en la pantalla de un ordenador, guardarlas y recuperarlas más tarde. Otra solución sentada por Sutherland fue la posibilidad de modificar zonas determinadas de una imagen sin afectar el resto; por ejemplo modificar el tamaño de la ruedas de una bicicleta.

Estos primeros gráficos eran vectoriales, es decir, gráficos donde las formas son definidas matemáticamente y que por tanto pueden modificarse libremente sin pérdida de calidad. Las imágenes que forman los gráficos televisivos son habitualmente de tipo "bit map" (también llamados "raster"), es decir, formadas por un mosaico de puntos de imagen o

pixels ("picture elements").

Este tipo de imágenes responden a reglas estrictas de resolución por lo que no pueden modificarse con la misma libertad que los vectoriales. Sin embargo las imágenes "bit map", son más versátiles en el tratamiento de color y su estructura se asemeja más a la pintura tradicional y a la formación de la imagen en la propia pantalla de Televisión, por lo que resultan más apropiadas para trabajar en este medio.

IBM respondió al creciente interés generalizado por los gráficos informáticos fabricando el IBM 22250, la primera computadora comercializada para la generación de gráficos.

En 1966 Sutherland inventó en el MIT el primer casco virtual HMD (“Head Mounted display”), en el que se mostraban dos imágenes con una estructura similar al hilo de alambre (“wireframe”) y separadas una por cada ojo, construyendo una escena estereoscópica y tridimensional. En ese mismo año John Warnock, estudiante atraído por el departamento de Evan y Sutherland, también fue un pionero, ya que años más tarde fundaría Adobe Systems y crearía una revolución en el mundo del diseño con su lenguaje “PostScript”, una descripción digital de la impresión de una página. Otro estudiante, Jim Clark, fundaría años más tarde Silicon Graphics.

*Gracias a los avances de la tecnología se han podido desarrollar espacios virtuales en el medio televisivo.*





### 2.2.3.- Años 70

Los años 70 fueron testigos de los primeros pasos en el camino hacia la autorregulación personal televisiva, por otro lado comenzaron a descubrirse nuevos usos para la pantalla electrónica, como son los videojuegos, verdaderos precursores del diseño electrónico. La tecnología informática altamente desarrollada en Estados Unidos por el impulso del programa espacial, fue aplicada al mundo del entretenimiento. Los antiguos gráficos tridimensionales utilizados para simulaciones de vuelo pasaron a ser, a mediados de la década de los años 70, animaciones gráficas en la pantalla del televisor.

Las primeras imágenes por computadora que tuvieron una repercusión pública en España fueron exhibidas en televisión a finales de los años 70, a través de programas musicales y de variedades que comenzaron a verse.

Uno de los avances más importantes para la creación de gráficos por computadora apareció también en 1971, el microprocesador. Utilizando circuitos integrados, la electrónica de un procesador podía miniaturizarse en un sólo "chip", llamado también CPU (Unidad Central de Proceso).

*Los primeros acercamientos de la animación por computadora fueron realizados a través de los videojuegos*





Durante los años 70 se crearon un gran número de empresas especializadas en animación por computadora, entre las que destacan Information Internacional Incorporated, Lucasfilm de George Lucas, Systems Simulation Ltd y MAGI (Mathematical Applications Group). MAGI produjo en Inglaterra en 1972 el primer spot para Televisión realizada por computadora. Por su parte, la Universidad de UTA continuaba su desarrollo de los gráficos 3D. Entre los modelos que allí se crearon destaca la tetera realizada en 1975 por M. Newell, que se ha convertido en todo un símbolo para los gráficos 3D. La tetera original puede verse en el Boston Computer Museum, al lado de su imagen computarizada.

Por su lado, George Lucas, con el éxito de "La guerra de las galaxias" bajo el brazo, se interesó por la utilización de imágenes por computadora para su siguiente película, "El Imperio contraataca". Trabajo con Triple I que le produjo una secuencia de cazas galácticos volando en formación. La falta de acuerdo económico hizo que Lucas abandonara el proyecto y volviera a los modelos hechos a mano.

*Los adelantos en la informática alentaron el desarrollo de la trilogía de Star wars*



Otro de los principales pioneros en el campo de la infografía fue James Blinn fue el primero en aportar una perspectiva artística a las imágenes creadas por computadora en su animación "El hombre gota."

"En 1979 fue una empresa británica Quantel, fabricante de hardware y microelectrónica, que presentó su primera máquina de efectos especiales, abriendo la puerta a la utilización de este tipo de recursos a la Televisión y la publicidad. Sus primeros productos (el editor digital Harry, el sistema de pintura digital Paintbox, el manipulador de imágenes Encore o el simulador de efectos 3D Mirage) han sido muy conocidos en el sector del vídeo profesional."

Los años 70 conocieron la introducción de los gráficos por computadora en el mundo de la Televisión. Computer Image Corporation (CIC) desarrolló sistemas complejos de software y hardware tales como Antimac, Scanimate y Caesar. Todos estos sistemas trabajan a partir de imágenes reales que después podían manipularse, reducirse, estirarse, rotarse, hacer volar por la pantalla, etc. El departamento de deportes de la CBS fue uno de los primeros en utilizarlos. Los años 70 fueron los primeros años de experimentación en el ámbito del diseño y animación por computadora, pero desarrollaron la base de una teoría posterior muy sólida.

### 2.2.4.- Años 80 y 90

Los años 80 y 90 han constituido dos décadas de desarrollo sin precedentes en la tecnología televisiva: desarrollo comercial de las emisiones por satélite, televisión digital, e Internet; cualquier progreso en la producción televisiva depende del tamaño de la audiencia y de los ingresos disponibles, y el Diseño Gráfico ha crecido en relación a ambos factores. La competencia por la audiencia entre los dos sistemas de televisión, el público y el comercial y la competencia que se desarrolla en los campos de la televisión digital y por cable han propiciado que se mantengan altos estándares en todas las áreas de producción de programas, beneficiándose de ello el diseño gráfico.

Los años 80 fueron los años de la implantación definitiva de la infografía en Televisión. Tal y como ocurrió en tiempos de Saul Bass con la adopción de la animación cinematográfica por la televisión, el diseño gráfico digital ha sido heredero de las técnicas de animación infográfica desarrolladas para los efectos especiales en cine.

En 1980, un animador tradicional llamado Steven Lisberger y un distribuidor, Donald Kushner, decidieron presentar la idea de una película de fantasía sobre la vida dentro de un videojuego: TRON. Después de presentar el proyecto a varias compañías cinematográficas de Los Ángeles, Disney se comprometió a su realización, la calidad de la imagen infográfica obtenida fue muy buena, pero la película era pobre.

Otro acontecimiento importante para el desarrollo del Diseño gráfico por computadora, fue el desarrollo de las computadoras gráficas en 1982, Jim Clark crea la fundación "Silicon Graphics Inc"<sup>33</sup>(SGI). Y así sucesivamente las compañías de animación tuvieron que desarrollar su propio software par la creación de imágenes.

Está situación comenzaría a cambiar en 1984, cuando en Santa Barbara, California, se fundó una nueva compañía llamada Wavefront, que produjo el primer software de animación capaz de ser ejecutado en computadoras personales. Ese mismo año se fundó la empresa Thomson Digital image (TDI) que saco a la venta su software 3D en 1986. El software TDI ha sido utilizado por muchas empresas para la generación de gráficos televisivos.

La segunda parte de la década de los 80 vivió un auténtico boom en la proliferación de programas 3D. Daniel Langlois fundo en 1986 en Montreal, Canadá, una empresa llamada Softimage. Al año siguiente desarrolló su programa comercial para la producción de imágenes 3D en computadoras SGI y Macintosh, y en 1988 lo presentó en Siggraph. El programa Softimage ha sido todo un estándar en Europa, utilizado en gran parte para la producción de gráficos televisivos.

<sup>33</sup> "SGI, se especializó en la producción de las mejores computadoras para infografía. Estas computadoras incluían capacidad 3D, procesadores RISC (Reduced Instruction Set Chip) de alta velocidad. En 1983 SGI presentó su primer sistema , la terminal gráfica IRIS 1000."  
Howard Rheingold, "Realidad Virtual", Barcelona España, 1994 , pág. 54.



En 1987 Paul Sidlo forma un estudio de Diseño Gráfico televisivo ReZ.n8.

ReZ.n8 se convirtió en una empresa líder en la producción de gráficos televisivos americanos, atrayendo a empresas como ABC, CBS, FOX, ESPN y NBC. Mientras tanto se crea la empresa Pixar a cargo de Ed Catmull como presidente y Alvy Ray Smith, Pixar continuó desarrollando el algoritmo de render utilizando originalmente en Lucasfilm y lo comercializo bajo el nombre de "Renderman". Hizo historia el 29 de marzo de 1989 ganando un Oscar por su corto de animación "Tin Toy". La película había sido creada completamente utilizando gráficos 3D y "Renderman" el director de la película fue John Lasseter.

Debido al gran éxito obtenido en la realización de gráficos por computadora en 1991 Pixar y Disney anunciaron su acuerdo para producción del primer largometraje de animación por computadora, llamado "Toy Story", y que sería finalmente presentado en 1995, este proyecto supuso la culminación del sueño de todos aquellos los iniciadores del diseño gráfico por computadora y gracias a este éxito se comienzan a desarrollar diferentes tipos de software en animación 2D y 3D aplicados para televisión como es el caso de "3DStudio Max"<sup>34</sup>, After Effects, Adobe Photoshop, software que han sido pieza clave en el desarrollo del diseño gráfico en Televisión.

<sup>34</sup> 3DStudio Max, creado por Autodesk por Gary Post en 1990, programa líder en animación en el entorno PC.

### **2.3.-El Diseño Gráfico en la producción de Televisión**

Diseñar para el medio más potente de comunicación de masas es un privilegio al alcance de muy poca gente. Las audiencias son enormes y, sin embargo, el grupo de gente comprometida con el diseño gráfico televisivo es muy pequeño, especialmente si lo comparamos con el número de diseñadores gráficos presentes en publicidad o en prensa. Este desequilibrio se debe a particularidades del trabajo de televisión que no se encuentran en el diseño gráfico tradicional.

Como menciona Díaz, Mancisidor Alberto "La característica dual del medio televisivo: imágenes y sonido, se centra en ampliar la extensión de los sentidos de la vista y el oído más allá de sus límites naturales. Dicho en otras palabras, la televisión se basa en la posibilidad de poder ver y oír a distancia."<sup>35</sup>

El diseñador gráfico de Televisión debe planificar y producir imágenes con sonido y movimiento. Combinar las palabras, la música y los efectos sonoros y luego sincronizarlos con precisión con la imagen que es la esencia del Diseño Gráfico.

Esta combinación de elementos ha probado ser una de las formas más eficaces de llamar la atención. Basta con hacer dos pequeñas pruebas: si extraemos una imagen de una secuencia en movimiento para imprimirla sobre papel veremos como pierde todo su sentido, y si quitamos el sonido de una secuencia animada comprobaremos cómo ésta pierde gran parte de su atractivo, y posiblemente su significado.

<sup>35</sup> Díaz Mancisidor, Alberto, "Radio y Televisión: Introducción a las nuevas tecnologías", Madrid, 1990, pág. 124.

El diseñador gráfico necesita conocer técnicas de vídeo especializadas que no son familiares ni accesibles para el diseñador gráfico tradicional. El corto lapso en el que tantos mensajes gráficos aparecen en pantalla suele ser inversamente proporcional a la cantidad de tiempo y esfuerzo necesarios para preparar el trabajo. Incluso con el apoyo de equipos electrónicos e informáticos, sigue siendo muy elevado el número de horas necesarias para producir unos pocos segundos de imágenes animadas.



*Identificación del canal EURO TV desarrollada por PCTV en el año 2000.*

Una de las funciones que el diseñador gráfico tiene a su cargo es el desarrollo de la Identidad corporativa, así como la Imagen de canal, (que es el tema de estudio del presente trabajo) y la promoción de la misma ya que sin la promoción no sería posible la identificación de la imagen del canal con el público.

### **2.3.1.- Identidad Corporativa**

Las Televisoras, crean programas diferentes y novedosos para ganarse un sitio dentro de los televidentes pero eso ya no es suficiente hoy en día. Los canales de televisión deben gustar más que sus competidores. Como menciona Olins Wally <sup>36</sup> "Deben ganarse el corazón y la mente del público". Y es aquí donde entra en escena la Imagen Corporativa. El diseño de su logotipo es la base y la totalidad de su reconocimiento con el público.

"La identidad corporativa, es decir, lo que habitualmente conocemos como la imagen, es un elemento fundamental en nuestra sociedad de comunicación de masas".<sup>37</sup>

Para la elaboración de la Identidad corporativa de cualquier canal, se requiere en principio, de un estudio de mercado para saber cual es el "target" o público al que va dirigido. Esto nos dará la oportunidad de elaborar un concepto gráfico y un "slogan" que permita la identificación del televidente con la señal. El trabajo de diseño es el resultado final de un proceso de investigación que conduce a un posicionamiento importante.

El diseño de la Identidad corporativa del canal TVC, desarrollado hace un año permitió articular su imagen, clarificar y hacer visible su estrategia; y de esta forma conseguir diferenciarse de la competencia, ganar participación en el mercado y enfatizar la dirección que ha tomado; es también un vehículo para organizar la cultura interna de la compañía con el fin de proyectar una imagen externa.

<sup>36</sup> Olins Wally, "Imagen Corporativa Internacional", Barcelona España, 1995, pág.191.

<sup>37</sup> Hervás Ivars Christian, "El Diseño gráfico en Televisión", España, 2002, pág.33.



La identidad corporativa de TVC, determinó desde un principio un marco de referencia de su logotipo; así se puede conceder mucha o poca libertad a cada diseño individual; las Normas y directrices se pueden revisar en su manual de Identidad Corporativa, con el fin de procurar que otros sigan lealmente la misma concepción hasta el final.

Con la imagen se busca la identificación de éste con el público, es importante crear una buena Identidad corporativa desde el inicio del canal, ya que en ello se basa y se concentra un esfuerzo importante en la definición de la identidad de la imagen del canal.

Para lograr esta complicidad con el público se debe gestionar la personalidad de la cadena de televisión.

Hoy en día las cadenas de Televisión se han convertido en productos que compiten con otras cadenas, por ello el manual de Identidad corporativa de una empresa de Televisión podría tener dos apartados principales en los cuáles el Diseño Gráfico es fundamental. Por un lado es la continuidad, es decir todo el paquete gráfico cuya función es articular el discurso televisivo y a la vez proporcionar la imagen del canal; y por otro lado la imagen propia de cada uno de los programas que aunque pueden incluir elementos corporativos, suelen diseñarse individualmente.

*El diseño del logotipo para un canal de televisión se desarrolla tomando en cuenta el público al que va dirigido: Platino Plus, Cinema Platino y Gran Canal Latino son canales enfocados a la transmisión de películas y series.*



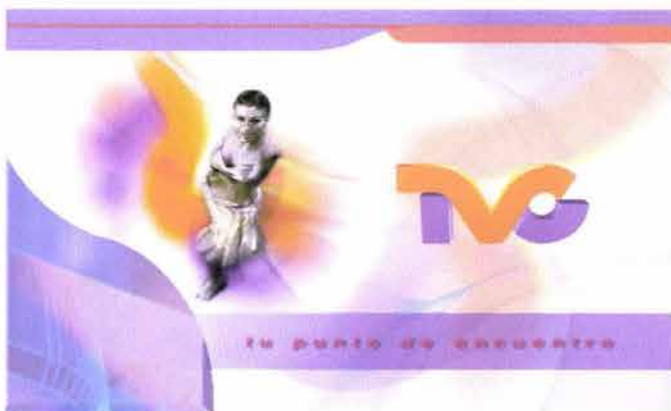
La revolución Tecnológica ha afectado profundamente al mundo de la Imagen corporativa, lo que para algunos la Identidad corporativa solo era un término para el diseño de papelería, vehículos y toda la parafernalia visual de una empresa; hoy día y en particular si hablamos de la Imagen corporativa de un canal; abarca una compleja red de aplicaciones como es la Imagen de canal.

### **2.3.2.- Imagen de canal**

Entendemos como Imagen de canal, toda la serie de cortinillas que aparecerán por un período de tiempo al aire; realizadas en base a su logotipo y a los lineamientos determinados en el manual de Identidad Corporativa.

La imagen de canal Implica la reorganización y la nueva presentación de este, a través de diseños coordinados de una serie de cortinillas, sin perder nunca de vista los diversos elementos que integran la Identidad Corporativa del canal ya que todas sus aplicaciones deben poseer un único tono.

*Identificación para adultos del canal TVC*



Lo cuál implica analizar lo que el canal intenta decir de sí y donde quiere estar en el mercado.

En el caso de la televisión cuyo producto es precisamente la difusión de imágenes a millones de espectadores, el tratamiento de su propia imagen, es un factor primordial, el paquete gráfico de la imagen del canal está comprendido de la siguiente forma:

Identificaciones de canal de acuerdo a las barras de programación, Clasificaciones, Rollers, Cortinillas Continuanos con, Estas viendo, Cortinillas de Entrada y Salida de promocional, Indicativos (flashes o desmaches) y protecciones del canal.

Para el desarrollo de todos estos elementos existe una gran organización y planeación de los mismos, ya que una cadena de televisión busca alcanzar una mayor complicidad emocional con sus espectadores para vencer a la competencia por lo cual es importante considerar los siguientes factores.

-Simplicidad y claridad del mensaje. El mensaje debe ser transmitido de manera que pueda ser identificado instantáneamente deben estar libre de complicaciones o elaboraciones innecesarias, el mensaje debe ser directo. Por ejemplo una animación de la protección del canal se crea en función que será repetida muchas veces al día y no debe cansar al público.

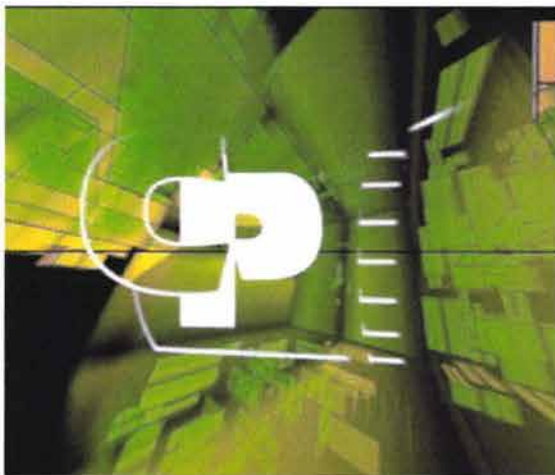
-Personalidad propia. Desarrollar la personalidad de un canal de televisión requiere considerar todas las formas en las que esta es proyectada, sentida y percibida por la audiencia. Se debe realizar un análisis de cuáles son los gustos de nuestro público, esto es importante para poder iniciar el proceso de "lluvia de ideas".

Una vez desarrollada la imagen se le debe dar mantenimiento y promoción a la misma para lograr su posicionamiento en el mercado televisivo



-Continuidad. El manual de Identidad corporativa de una empresa de televisión debe estar basado en la continuidad, es decir las autopromociones, rollers o avances de programación, cortinillas, etc.; en todos estos casos el logotipo debe utilizarse como marca, como elemento constructivo, como soporte e incluso como la base en las animaciones. El logotipo debe adaptarse a cada circunstancia con el fin de hacerlo más dinámico, sin que con ello pierda su identidad inicial.

El concepto "imagen" en un canal, es parte fundamental para cualquier estación de televisión, pues ésta es la encargada de dar personalidad, y posicionar cualquier señal en el gusto del público.



En el caso de la Televisión cuyo producto es precisamente la difusión de imágenes, el tratamiento de su propia imagen es un factor primordial; en términos de estrategia de marketing como se menciona en el libro El Diseño gráfico en televisión la imagen se basa en elementos racionales y emocionales.

Los elementos racionales no son más que la producción de una programación superior a la de la competencia, pero sucede a menudo la imposibilidad de alcanzar una diferenciación clara en términos de los factores racionales, ya que sus productos, es este caso los programas o películas pueden ser fácilmente copiados por sus rivales.

Frente a esta situación una televisora busca alcanzar una mayor complicidad emocional con sus espectadores para vencer a la competencia y lo logra a través de las identificaciones de canal.

*Identificación del canal Cinema Platino*



### 2.3.2.1.- Identificaciones de canal

Las identificaciones de canal son todas aquellas animaciones o exposiciones donde aparece el logotipo del canal y a través de las cuáles se presenta su slogan. Estas, darán la pauta para todo el desarrollo de la imagen. Las identificaciones están divididas de acuerdo a las clasificaciones, hay identificaciones para la barra de adultos, adolescentes y niños.

Si logramos que el público haga "suya" la imagen, entonces tendremos un gran porcentaje de nuestro objetivo ganado: vender nuestro producto, es decir nuestro Canal.

Por disposición Oficial todas las cadenas de televisión deben "identificar estación" (contemplar su imagen institucional dentro de la programación) cada media hora, es por eso que dentro de la imagen de un canal "las identificaciones", juegan un papel muy importante.

Este tipo de promoción se le denomina "cortinillas" su característica principal de estos programas corresponde a su duración, que varía de los 5 a los 20 segundos, los cuáles deben ser directos, claros y atractivos ya que su finalidad es la de difundir el canal a través de las identificaciones y venderse como producto es decir posicionarnos como "marca" en el gran espectro de propuestas televisivas que existen en la actualidad.

El porcentaje restante para lograr nuestro objetivo es la autopromoción.

### 2.3.2.2.-Autopromoción

"Podemos definir la promoción como la Fórmula Motivacional cuyo objetivo es ganar la preferencia del público, en el caso de la televisión la preferencia puede ser por imagen o por programa".<sup>38</sup>

Los promocionales, son esos "pequeños comerciales" de la programación que tienen como objetivo, despertar el interés del tele espectador para seguir determinado programa.

<sup>38</sup>González Treviño, Jorge E., "Televisión teoría y práctica", España, 1989, pág 74.

Si esto se logra, repercutirá directamente en el "raiting" y esto a su vez provocara un incremento en el número de patrocinadores interesados en participar económicamente en determinada emisión.

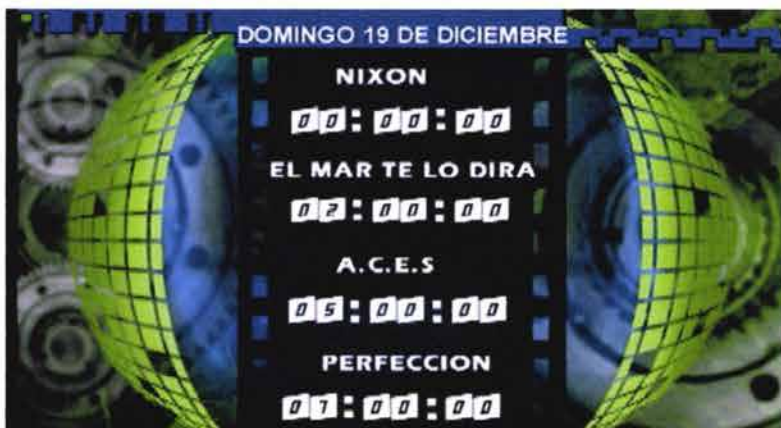
Actualmente, los promocionales han dejado de ser un instrumento de información para el auditorio, y se han convertido, a través de la creatividad con que se realizan, en un motivo más para ver la televisión.

Hay que recordar que el enemigo No.1 para cualquier estación de televisión es: el control remoto, por eso existe la imperiosa necesidad de mantener al auditorio en nuestro Canal, y una buena Promoción e Imagen pueden lograrlo.

Elementos que conforman la imagen de un canal.

- Rollers
- Cortinillas Continuamos con
- Cortinillas Estás Viendo
- Cortinillas de Indicativos
- Clasificaciones
- Cortinillas de Salida y entrada de promocional.
- Animación del logotipo y protección del canal.

La información sobre los próximos programas de transmisión suelen darse en forma de un sencillo bloque de letreros ilustrados conocido como "Rollers", menus o rundowns, sirven para anunciar y seducir a la audiencia para que vea futuros programas que se transmitirán en unos pocos minutos o dentro de varias semanas, y todo sin salir del mismo canal.

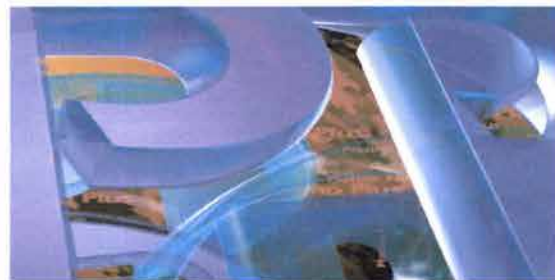


*Roller del canal  
Cinema Platino*

Deben estar diseñados y producidos tan rápidamente como sea posible, por lo cuál se actualizan sobre un modelo base.

Cuando se promociona un sólo programa o película generalmente por que va a ser el próximo en emitirse o por tratarse de un programa importante para el canal en términos de audiencia se utilizan títulos, los cuáles aparecen sobre un sencillo back y se refuerzan a través de la voz en off del locutor institucional en donde siempre aparece la frase de "Continuamos y Estas viendo" por lo cual reciben el nombre de "A continuaciones". Son de carácter informativo y sirven para invitar al espectador a seguir viendo la programación. Se identifican ya sea por el color o por un icono representativo.

"Indicativos o desmaches" son secuencias animadas acompañadas, ya sea de efectos de sonido o música, con las que un canal de televisión se da a conocer promocionando su marca o logotipo.



*Los indicativos son secuencias animadas que dan a conocer el logotipo de un canal*



Los indicativos no suelen ser metafóricos, se trata simplemente de dar tridimensionalidad y movimiento a una figura emblemática por lo que se les conoce como desmaches.

“Cortinillas de Salida y entrada de promos”

El principal uso de estas animaciones es la de servir como transición entre los anuncios y los programas. Visten los promocionales de las diferentes películas, series, programas o eventos deportivos, por lo cual deben conservar un estilo muy general que contenga los elementos gráficos esenciales de la Identidad corporativa.

“Clasificaciones” Este tipo de cortinillas son requeridas por gobernación y su finalidad es advertir al auditorio el contenido de cada programa. Por lo general se clasifican de la siguiente manera.

Clasificación A.- su contenido puede ser apto para toda la familia, esta clasificación se hace presente en la barra de programas infantiles y misceláneas.

Clasificación B.-considerada para adolescentes y adultos.

Clasificación C.- solo adultos, por lo general los programas con clasificación C aparecen programados después de las 10 de la noche debido a que su alto contenido de violencia y sexo.



*Cuadro extraído de la secuencia de animación correspondiente a la cortinilla de entrada de un promo, utilizado por el canal Cinema Platino*



## **Capítulo 3**

### Diseño de la Imagen del Canal TVC: El Método de Rudy Gaskin

### 3.- Diseño de la imagen del canal "TVC": El Método de Rudy Gaskin

"En el campo de diseño tampoco es correcto proyectar sin un método, pensar de forma artística buscando enseguida una idea sin hacer previamente un estudio para documentarse sobre lo ya realizado en el campo de lo que hay que proyectar; sin saber con qué materiales construir la cosa sin precisar bien su exacta función".<sup>39</sup>

<sup>39</sup> Munari Bruno, ¿Cómo nacen los objetos? (apuntes para una metodología proyectual), Barcelona España, 1983, pág 18.

<sup>40</sup> Rudy Gaskin , en los 25 años que lleva trabajando en televisión ha ocupado puestos en ABC News, CNN y WCBC. Inició su carrera como editor de películas en el canal WRC de Washington D.C, a su vez a trabajado con Jonathan Demme, Francis Ford Coppola, Milos Forman, Spike lee y Brian De Palma.

<sup>41</sup> Frank Radice, ejecutivo encargado del área de marketing para el lanzamiento de MSNBC y para la creación del Departamento de servicios creativos de MSNBC.

<sup>42</sup> David Coleman , está a cargo de la supervisión del equipo de escritores-productores de la costa este y trabajó como Escritor-Director-Productor de Fox, A&E, The Sci-Fi Channel y otras empresas televisivas.

Para la creación de la imagen del canal "TVC" me apoyaré en el método propuesto por Rudy Gaskin <sup>40</sup> (Director Ejecutivo de Promoción al aire Court TV), en colaboración con Frank Radice <sup>41</sup> (Vicepresidente de Publicidad y Promoción NBC División de la Costa Este) y David Coleman <sup>42</sup> (Director de Promoción al Aire NBC División de la Costa Este), elaborado en 1997.

El Método de Rudy Gaskin consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias y dispuestas en un orden lógico dictado por su experiencia en el campo televisivo, con la única finalidad de conseguir un buen resultado.

El cuál explica que en el área de promoción e imagen el Diseñador Gráfico juega un rol importante ya que es el encargado de atraer al televidente a través del trabajo visual, por lo cual se requiere de un proceso organizativo para la realización y desarrollo de la imagen del canal.

**ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA**

Este modelo ha sido pieza importante en el desarrollo de la promoción e imagen de distintos programas dentro de la cadena NBC así como en sus diferentes noticieros Nightly News, Today, Dateline NBC; la comedia Saturday Night Live; Late Night with Conan O'Brien; la telenovela Another world, y otros especiales de entretenimiento de la NBC.

Uno de los problemas con los que se enfrenta el diseñador gráfico al desarrollar la imagen de un canal es lograr la ilación de la pantalla con los requerimientos del material publicitario impreso o presentado en cualquier otra forma. Lograr la coherencia de significados en la comunicación global del canal de Televisión no es cosa de suerte, si no es producto de una estrategia planificada.

En el método de Rudy Gaskin una buena manera de comenzar un proyecto que concierne a la comunicación visual es definir con precisión el tema principal; es decir el problema.

### **3.1.- Problema**

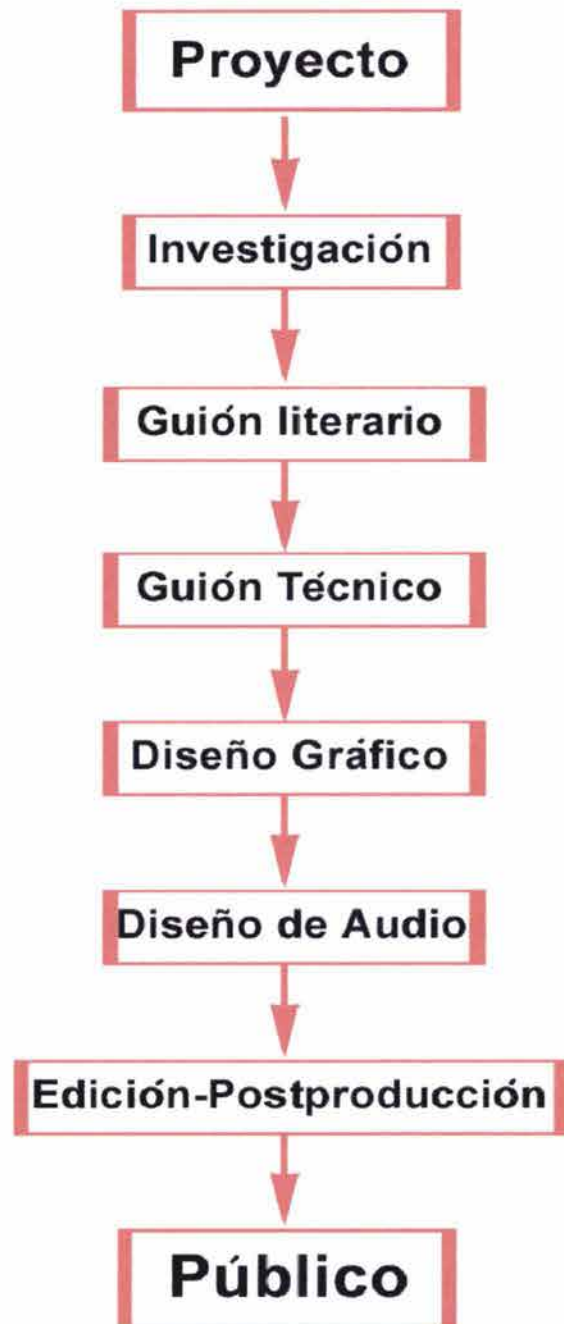
El problema de diseño surge de una necesidad, en este caso nos enfrentamos a la necesidad de renovar la imagen del canal TVC por un período de un año.

TVC se constituyo hace 12 años, en sus inicios no contaba con una imagen de canal definida, el paquete gráfico no existía, y lo único establecido era el nombre del canal y su logotipo.

Al revisar la imagen se podía observar que no contenía elementos gráficos dentro sus cortinillas que lo unificaran, ni que estuviesen diseñadas en un mismo tono; así funciono durante estos años mientras la empresa no tuvo el interés de desarrollar producciones propias en donde era indispensable el posicionamiento del canal en el mercado; lo cual era determinante para la obtención de mejores ventas de tiempo aire dentro de su programación y así despertar el interés de nuevos anunciantes dentro del canal.

Por lo cuál los Directivos de la empresa deciden renovar la imagen del canal TVC; así como definir el target o público objetivo al que ira dirigida. Es por ello que el área de Promoción e Imagen tiene la tarea de renovar la imagen de TVC.

A continuación explicaremos el método propuesto.





### 3.2.- Proyecto

Un proyecto se define como la transformación de una idea a un plan de acción, en donde se especifica cual es el tema principal, las intenciones expresivas y comunicativas para lograrlo; definiendo sus objetivos, su audiencia, los medios y el presupuesto necesario para desarrollarlo.

En este caso PCTV, en su proyecto de renovación de imagen del canal TVC 2003-2004, tiene como objetivo "La creación de un canal familiar", con una imagen fresca, vanguardista y contundente, que comunique de una forma directa las cualidades y bondades que el canal ofrece; con el fin de atraer mas suscriptores, proporcionar un escaparate para ofrecer productos, servicios y con ello incrementar su nivel de ventas.

### 3.3.-Investigación

La Investigación o análisis de mercado es un estudio tanto cualitativo como cuantitativo para determinar los hábitos de consumo y necesidades de nuestro grupo objetivo.

En el caso del canal TVC su área de mercadotecnia inició su investigación, a través de un estudio de campo para detectar las necesidades tanto de anunciantes, como de consumidores y con ello definir el plan de acción para lograr sus metas.

En éste estudio se detecto que a partir de la década de los 80' los programas ofrecían un paraíso terrenal siempre a futuro, prometiéndole felicidad con la obtención de ciertos productos o servicios, saturados por series americanas estereotipadas de Top- model.

La sobre carga de clichés y exageraciones en los programas americanos han logrado que la gente deje de creer en el contenido de estos, ocasionando una fuerte aversión al telespectador, ya que la mayoría del público televidente se muestra apático a los programas y le cambia de canal.

En la década de los 90', la sociedad inicia la etapa del televidente consciente, como lo explica Jaime Puig en "La publicidad historia y técnica"; se llegó el tiempo de las nuevas generaciones, han desaparecido "Los doctores y maestros que aconsejaban productos. El televidente huye de los programas que le parecen un abuso de autoridad".<sup>43</sup> El ama de casa o el público en general prefiere reconocerse a si mismo en los protagonistas que aparecen en los programas.

A pesar de la diversidad de sistemas de cable (Cablevisión, Sky, Direc TV) PCTV se da a la tarea de ofrecer una alternativa con visión nacional y latinoamericana. El canal "TVC" transmite series latinoamericanas, tal es el caso de Torbellinos, programa Peruano dirigido a jóvenes entre los 15 y 20 años, el cuál alcanzó un alto rating (porcentaje de audiencia) dentro de este segmento, ya que el público se sintió identificado con el tipo de situaciones que se presentaban. Aunado al éxito que se presentó en la audiencia se descubrió un mercado potencial que dio la posibilidad de comercializar una amplia gama de productos, tales como: cereales, refrescos, colchas, ropa deportiva, perfumes, etc.

Por ello PCTV determinó que el canal "TVC", sería de carácter familiar ya que el público objetivo va desde niños hasta ancianos, por lo cual se tendrá que desarrollar un concepto que abarque esa gama de emociones y satisfaga las diferentes necesidades y costumbres que requiera ese sector.

Una vez definido nuestro público objetivo o "target" se inicia el proceso creativo.

<sup>43</sup> Jaime, Puig, "La publicidad, historia y técnica", pág 162.

### 3.3.1- Estrategia de comunicación

El proceso de gestación comienza con una idea o concepto que resume de forma sintética la estructura de la nueva imagen. Una vez que el diseñador gráfico posee la información recabada en los estudios de mercado, se inicia con el proceso de lluvia de ideas y bocetaje, para posteriormente elaborar un análisis Semántico en base a los resultados obtenidos en nuestra lluvia de ideas.

El proceso de lluvia de ideas dio inicio en una junta realizada con los integrantes del área creativa, donde cada miembro del equipo trabajó en una lista de palabras o conceptos, a través de las cuáles fuera posible transmitir las bondades y cualidades del canal es decir un canal de carácter familiar dirigido al interior de la República Mexicana, con una imagen fresca y vanguardista.

El carácter regional, demandaba la creación de una imagen clara, unificadora, coherente y que connotara no únicamente los valores de la empresa, sino su alcance universal.

"TVC" es vínculo y vanguardia, estas características se debían reproducir gráficamente en una forma avanzada, y que soportara el paso del tiempo.

Como resultado de la lluvia de ideas se rescataron los conceptos que eran recurrentes en cada una de las lista y determine que los valores que representaban las cualidades del canal eran: identidad nacionalidad, vanguardia y cosmopolitismo. En base en estos conceptos se desarrolló el trabajo creativo.

Por lo anterior se comunicaron tres valores en la imagen:

-Cosmopolita

El cosmopolitismo esta representado a través de las diferencias por edad, sexo, y rasgos de las personas.

-Identidad Nacional

Nuestro origen y vocación están representados por diferentes culturas de los estados de la República.



**-Vanguardia e innovación**

La vanguardia innovadora está representada con dos rasgos contundentes; la utilización libre y creativa tanto del color como de la imagen.

Una vez definidos los valores que transmiten las bondades y cualidades del canal se inicia la etapa de bocetaje; la cuál nos permite fijar una idea útil para su proyectación. Mediante el bocetaje se obtiene una idea clara de lo que será la imagen del canal.

La etapa de bocetaje es la base para el desarrollo de la estrategia de comunicación, a través de esta, es posible analizar y contemplar todos los elementos y requerimientos necesarios para la elaboración de la imagen; que posteriormente se explicarán a detalle en el análisis semántico y storyboard. Por ello debe existir sumo cuidado en su desarrollo, estudio y planeación, ya que serán nuestros principales puntos de venta para obtener la aprobación del proyecto con los miembros del consejo del canal.



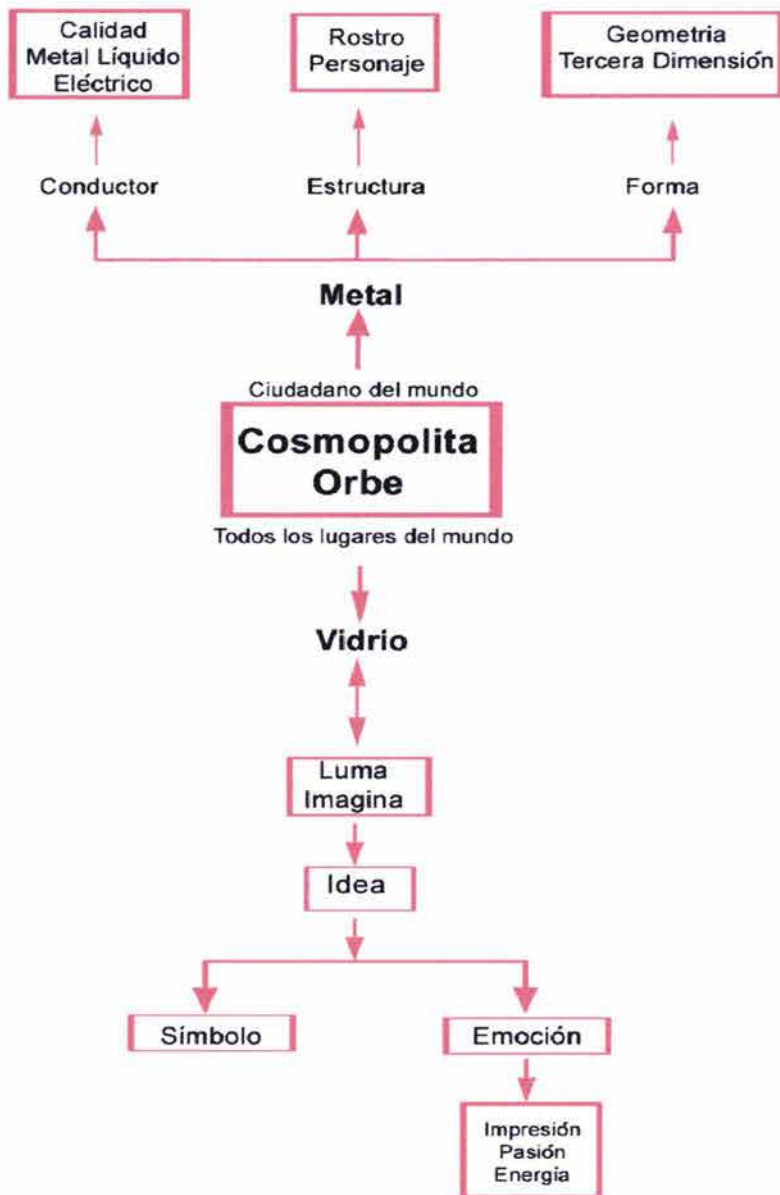
*Vestuario seleccionado para cortinilla navideña*



### 3.3.1.2.- Análisis Semántico

A Continuación se muestra el cuadro semántico que resume lo obtenido de nuestra lluvia de ideas y bocetaje.

**Cuadro Semántico**



### **Análisis Semántico para el desarrollo de la imagen del canal TVC**

El punto principal nos subraya que la imagen del canal es Cosmopolita y que representará las diferentes características del ser humano, ya que va dirigido a todos los ciudadanos del mundo, por lo cual fue necesario realizar un casting donde se seleccionaron tres grupos que abarcan: niños, adolescentes y adultos con diferentes rasgos a fin de resaltar las cualidades que los hacen ciudadanos del mundo. Fue de especial interés la selección del vestuario a fin de contemplar diferentes situaciones y que los televidentes pudieran identificarse y encontrar coincidencias, que los hiciera parte de este concepto.

Del punto central se derivan dos aspectos: Metal y Vidrio, elementos característicos de las grandes ciudades, son los que diferencian la ciudad del campo, y la idea de TVC es hacer un canal que refleje el mundo de hoy en una ciudad que englobe las diferencias existentes, el metal y vidrio se complementan para crear una imagen universal y vanguardista.

Vidrio, es un elemento que refleja luz, que es maleable y que da origen a distintos utensilios que van desde los más prácticos a los más sofisticados, el vidrio es un resultado de la combinación de la naturaleza y el ingenio humano y que simbólicamente nos da la idea de imaginación; el vidrio y la luz son compañeros inseparables del hombre y esta última es la que ha servido a lo largo de la historia para representar la creatividad o ser portadora de ideas, de la creación de imágenes y símbolos.

Con el fin de resaltar las cualidades del vidrio como son la transparencia, brillo y reflejo se recurrirá a la creación de diferentes backs que contengan estas cualidades.

Metal, elemento conductor del calor y la electricidad, dotado con un brillo particular, goza de una estructura sólida y maleable capaz de transformarse en diversos objetos dentro de las grandes ciudades. Son estos objetos los que dan forma y la convierten en espacio tridimensional logrando así una perspectiva realista. Por ello la necesidad de recurrir a elementos gráficos modelados en tercera dimensión, ya sean objetos, backs o efectos (metal líquido, luces de neón, destellos de luz, electricidad), así como maquillar a los modelos con colores metálicos (plata y oro), con el fin de recrear ambientes urbanos.



A partir del uso de esta serie de elementos se creará el concepto de nuestra identidad, es decir, lo que somos y lo que queremos que los demás conozcan de nosotros, mostrando por lo tanto la eficacia del manejo puro de imágenes cuyo contenido simbólico repercute mediante la emisión de estímulos y despierta distintas sensaciones al televidente, logrando así atraer su atención y reconocimiento de la imagen. El comunicólogo David Zamora asegura que "el almacenamiento de estos estímulos reside en el hipotálamo, lugar donde se guardan las emociones".<sup>44</sup>

Las emociones forman parte del ser humano y son las que nos diferencian de otros animales, es la pasión la fuerza que nos hace movernos y la que nos ha llevado a transformar la naturaleza; la fuerza es la emoción que nos ayuda a resistir y modificar aquello que parece imposible. El canal por lo tanto a través de su imagen, quiere transmitir pasión fuerza, energía y búsqueda constante de nuevas emociones, de nuevas experiencias.

<sup>44</sup> David, Zamora, Rangel. "La simbología subliminal de la publicidad televisiva, ejemplo: promoción del Ron al estilo Bacardi" T-4314, Pág. 49.

### **3.3.1.3.- Características gráficas**

Como parte de la estrategia de comunicación es necesario definir las características gráficas, y el número de cortinillas que conforman el paquete gráfico del canal, antes de comenzar su desarrollo.

#### **Características gráficas**

##### **-Tipografía**

Existen millares de tipos adecuados para titulares, sin embargo el número de familias de tipos adecuados para textos en Televisión es mucho más limitado, las tipografías palo-seco han funcionado en el medio televisivo; debido a su fácil legibilidad.

El tipo seleccionado fue escogido entre múltiples combinaciones de familias tipográficas palo-seco. Las tipografías palo-seco fueron creadas para dar una información práctica y objetiva aparecen como sinónimo de eficiencia, orden y modernidad. Se determinó que la tipografía a utilizar sería Bauhaus por las siguientes características:



Los tipos para textos en televisión, con los cuáles el espectador capta gran cantidad de información, presentan en su gran mayoría anchos normales, es decir cuando su anchura sea de aproximadamente cuatro quintos de su altura; como es el caso de la Bauhaus. La tipografía Bauhaus basa su legibilidad en la orientación de la abertura de los espacios interiores, que la hacen por lo tanto distinguible con facilidad.

El grosor del texto también es determinante en este tipo de selección, un grosor considerado normal corresponde a un trazo ligero más no delgado; debemos recordar que la tipografía con un trazo delgado en televisión no se percibe y tan solo se aprecia como líneas verticales o una tipografía con un trazo grueso tampoco permite la lectura de los textos y se convierte en una mancha para el espectador.

La posición de la tipografía será normal o estática debido a que su aparición en pantalla se limita a unos segundos, con ello tan bien se facilita su lectura.

Por lo anterior la fuente seleccionada es Bauhaus, tanto para las cabezas como para el cuerpo del slogan, Se podrá utilizar tanto en altas como en bajas, dependiendo de la composición. Únicamente para apoyar visualmente el slogan o el contenido del texto se presentara en seminegra.

Bauhaus  
Bauhaus

#### **-Slogan**

Después de desarrollar una serie de ideas tales como Tu punto de reunión, Un canal familiar, etc. Se llego a la decisión que la frase que los identifica como canal y que encierra todo el concepto de "TVC" es "Tu Punto de encuentro", este slogan servirá como entrada o salida en toda la promoción.

**Tu punto de encuentro**  
**TU PUNTO DE ENCUENTRO**

### **-Logotipo**

En fondo blanco o sobre los diferentes backs en los colores institucionales (naranja y morado)



**Tu punto de encuentro**

### **-Color**

"El color tiene que atraer la atención del público, emitir un mensaje específico acerca del producto y conseguir la venta."<sup>45</sup>

Deberá armonizar con los colores del logotipo (naranja y morado), al tiempo que se utilizara para distinguir las tres diferentes barras de la programación.

Se selecciono el color anaranjado para representar la barra infantil ya que este es un color cálido y suele dar al diseño una apariencia inocente, el púrpura estará presente en la barra de adolescentes debido a las características de éste: fuerte, de gran brillo y contraste lo cual denota rebeldía, es un color que atrae especialmente a gente joven. Por último el rojo se utilizara en la barra de adultos siendo la que cuenta con más series en su programación y la más importante, por ello la elección de este color.

<sup>45</sup> Alan Swan, "El Color en el diseño gráfico", Barcelona España, 1993, pág 50.

Los rojos se convierten casi con certeza en los colores dominantes, y son adecuados para cualquier diseño en el que la exigencia primordial sea captar la atención de la gente, su aspecto atrevido y limpio puede darle un aire actual. El rojo sobre blanco o el blanco sobre el rojo tiene una excelente legibilidad.



### **-Símbolos**

"El símbolo es un intento de definición de toda realidad abstracta, sentimiento o idea, invisible a los sentidos bajo la forma de imágenes u objetos".<sup>46</sup> Las técnicas audiovisuales dan a las imágenes y a los símbolos un gran relieve.

El conocimiento de los símbolos está ligado al más vasto dominio de la historia de las religiones, los ciclos solares, los ritos de la fertilización, al contenido sexual, y a las leyes cósmicas de nuestra cultura. Las sociedades primitivas están profundamente jerarquizadas, y esta organización favorece la continuidad de los símbolos y, en cierta medida explica las interrelaciones entre las diversas tradiciones.

A través del símbolo se representan las cualidades y sentimientos de las culturas prehispánicas para fortalecer el concepto de nacionalismo se recurrirá a la utilización de símbolos prehispánicos o bien siguiendo el estilo gráfico que los caracteriza. Con ello se pretende establecer una simbología para el paquete gráfico del canal que contenga rasgos nacionales y culturales; los cuáles estarán presentes dentro de las cortinillas de autopromoción así como en las identificaciones de canal.

<sup>46</sup> Beigbeder Olivier, "La Symbolique", Barcelona España, 1971, pág 103.



A continuación se muestra la simbología desarrollada para el Paquete Gráfico del canal TVC.



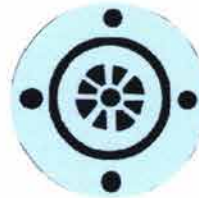
Clasificaciones



Estas viendo

A continuacion

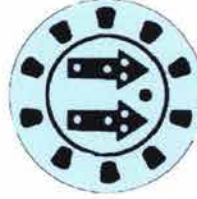
Esta noche



Noticias

Películas

Generico



Regresamos

Continuamos

-Background o Backs (cualquier ilustración o modelado en 3D utilizado detrás de figuras u objetos en movimiento de la imagen).

Para reforzar el concepto del metal y el vidrio se utilizarán texturas luminosas, metálicas y eléctricas.

### **-Cortinillas**

Se realizarán diferentes identificaciones:

- a) Cuatro identificaciones para adultos, una de 5 seg. y tres de 10 seg.
- b) Una para adolescentes con una duración de 20 seg.
- c) Infantil de 20seg.
- d) Genérica de 20 seg.
- e) Animación del logotipo de 30 seg.

### **Autopromoción**

- a) Una cortinilla para cada una de las clasificaciones a, b, c, con duración de 10 seg.
- b) Tres cortinillas de "Continuamos con" una para cada una de las barras (niños, adolescentes, y adultos)
- c) Tres cortinillas de "Estas viendo" (una para cada una de las barras niños, adolescentes, y adultos)
- d) Rollers de 20 seg.
- e) Cortinillas de "Entrada" y "Salida" de promo para cada día de la semana con una duración de 20 seg. Cada una.

Determinadas las características gráficas podemos concluir que la investigación dicta los lineamientos y el carácter con el que se va a construir la imagen: desde la elección de los planos, la edición de los mismos, la música como soporte, la creación de gráficos, la contratación del casting, las locaciones si es que se requieren, y todas aquellas observaciones que contribuyan al desarrollo del proyecto. Por ello es necesario recurrir a la elaboración de un storyboard que nos servirá como muestra de lo que será la imagen del canal.

### 3.3.2.-Story Board

El storyboard es una versión dibujada del guión, bastante parecida a una historieta.

Sirve como planificación antes de la producción de un trabajo audiovisual, y es el diseño central. Ayuda al equipo de diseñadores, realizadores, productores, post-productores, y músicos a comunicarse durante el proceso de realización mediante dibujos o imágenes fijas, debido a que estos facilitan al diseñador la explicación de las características técnicas y gráficas, estos simples dibujos o imágenes proporcionan el modelo básico de la historia estableciendo la continuidad, y desarrollo.

En el story board se determinan cuáles son los personajes (si los hay), el ambiente (día o noche, interior o exterior), las luces, las texturas, (color y materiales), la posición de las cámaras, las imágenes, efectos visuales, el sonido y el texto.

La construcción del storyboard se apoya en pequeños dibujos esquemáticos que reflejen los principales momentos del trabajo audiovisual, así como la utilización de textos que sirven para describir las diferentes situaciones e indicaciones deseadas.

Una vez terminado el trabajo de investigación, y conocidas las características técnicas y visuales, se establece a continuación el costo y calidad del proyecto.

*Storyboard realizado para el desarrollo de la imagen del canal TVC 2003-2004*

## Story board Imagen de Canal TVC 2003-2004

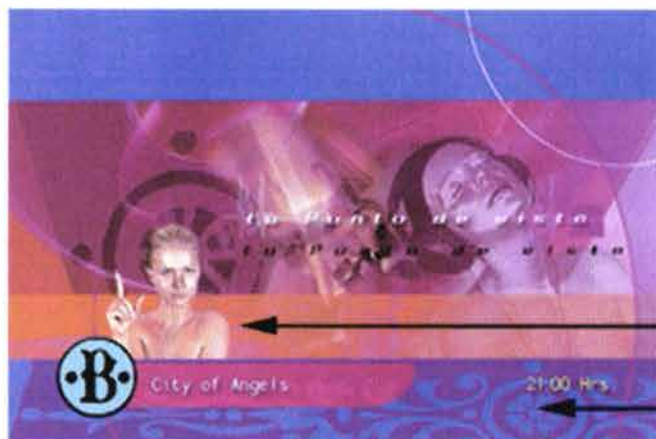
### Rollers 20'



Utilización de diferentes símbolos

Creación de Backs animados,translucidos

### Identificación Adultos 10'



Incrustación de la imagen real sobre los diferentes backs

Piecas ,presencia de simbolos en sello de agua



### 3.3.3.- Valoración Integral del Proyecto

Para asegurar el éxito de la imagen del canal "TVC", una vez determinadas todas las características del proyecto y aceptado por la junta de consejo, el diseñador gráfico debe iniciar con el desglose de la producción, en esta etapa se trabaja en conjunto con el área de producción. Aunque aun no esta definido en su totalidad el guión, el director creativo inicia un desglose, en el se considerara los escenarios y locaciones, personajes, efectos especiales precisos si es que se requieren, y todo aquello que aporte datos sobre los requerimientos de la producción (personal, equipos, materiales, etc)

A partir del desglose, el director creativo prepara en este estadio, un primer plan de trabajo para calcular las horas de filmación y deducir un costo estimativo denominado "Por debajo de la línea" (significa que al evaluar los costos no se han considerado a los *copys* definitivos, ni el *casting* de los actores o bailarines).

En esta etapa se valorará también el costo salarial de los actores según el tiempo estimado de la contratación y las cargas asociadas (contrato de uso y explotación de imagen, contrato laboral); el costo de alquiler de estudios que se prevén, las salas de post producción, los medios técnicos, la construcción del escenario, el vestuario, la ambientación, locaciones, el transporte, alimentación, cintas de vídeo o película cinematográfica, los revelados, los costos de la música, derechos, registros, seguros que afianzan la producción, permisos necesarios; y se determinará un margen para imprevistos.

Con esta estimación, la casa productora PCTV (Productora y Comercializadora de Televisión por Cable) puede valorar la viabilidad económica de la producción.

Cuando las producciones son propias como el caso de la imagen del canal "TVC", no hay necesidad de recurrir a la renta de equipo, ya que la producción se realizará íntegramente con los recursos humanos, técnicos y presupuesto de la propia empresa de televisión.

Una producción propia o interna se financia con los recursos de la emisora. Se recurre a fondos públicos o privados obtenidos de la publicidad o del cobro de las cuotas por suscripción o recepción del servicio codificado, o precedentes de patrocinio de programas.

Para el diseño de la imagen del canal "TVC", se considerará únicamente la contratación de bailarines y modelos que estarán presentes en la imagen del canal, por lo cual se tendrá previsto la realización del *casting* y la contratación de estos por una temporada de un año, tiempo que durará al aire la imagen. Por lo cual se deben contemplar los contratos laborales y de uso de explotación de imagen.

Así como el diseño de la música ya que se pretende crear algo que vaya acorde a la imagen y que se desarrolle con base a esta, ya que no se desea usar música de stock.

Una vez que se ha dado el visto bueno al proyecto comenzará la fase de preparación, en donde se deberá planificar y organizar todos los aspectos propios de la producción para que en el momento de la filmación y montaje todo este previsto.

El productor en conjunto con el área creativa y realizadores se incorporan también a la preparación pues tienen entre otras cosas la responsabilidad de terminar el guión literario y a su vez transformarlo en guión técnico, requisito de partida para facilitar todas las etapas siguientes de la producción.

### 3.4.-Guión Literario

La etapa de investigación dicta los lineamientos para la elaboración del guión literario, este es muy variado y depende del tipo de producción que se pretende realizar.

El guión literario, es el desarrollo exacto de la idea por escrito, es decir es la relación determinada de ideas con una liga en común, con un desglose que dará descripciones de la idea principal. Este a su vez es la historia central de nuestro trabajo; cómo se desenvuelve, qué se quiere demostrar, es la base del guión técnico.

Existen producciones que requieren de la elaboración de una trama o historia en donde se considera una dirección minuciosa para obtener ciertas situaciones o diálogos específicos. Otro tipo de producciones como es el caso de la imagen del canal "TVC" donde se pretende capturar una imagen libre y espontánea en los movimientos y gestualizaciones de los diferentes personajes, no se recurre a la elaboración de un guión literario, debido a que no hay necesidad de marcarles a los modelos parlamentos que interpreten junto con sus movimientos.

*En esta imagen podemos observar las diferentes reacciones de los modelos*





En este tipo de filmaciones la dirección corre a cargo del diseñador gráfico en donde se llegan a dar ciertas indicaciones al modelo haciendo énfasis en diversos conceptos por ejemplo: enojo, frío, alegría, nostalgia, etc; con ello se pretende captar la reacción o la forma en ellos perciben estas sensaciones y de esta manera capturar toda esa serie de expresiones naturales que manifiesta el ser humano ante diferentes situaciones.

Como dice James Ryan "un buen personaje es el corazón, el alma y el sistema nervioso de un guión"<sup>47</sup>, busca el riesgo se adentra en la apariencia externa del género desbarata los planes. Tan sólo se pide que los personajes sean fascinantes, que hablen por sí mismos, y busquen maneras de expresión.

El guión literario o sinopsis (*breve resumen de la narración*), sirve como base para su transformación en el guión técnico y este a su vez para efectuar el diseño de la producción.

### 3.5.-Guión Técnico

El diseñador gráfico tiene la capacidad de construir un buen mensaje visual a través del diálogo y la selección de imágenes, así como encuadres, tomas de fondo, detalles cuidadosos que enriquecen la escena y ejercen una determinada persuasión.

Escribir un guión requiere del manejo de ciertos términos y convencionalismos, de no ser así difícilmente podrán comunicarse los demás miembros de una producción. En el guión se definen las tomas y se dan las especificaciones principales bajo las cuáles se va a desenvolver la grabación. Toda esta serie de indicaciones deben ser cuidadas físicamente en el guión con la intervención del Diseñador Gráfico.

<sup>47</sup> James Ryan es autor de obras de teatro, guiones para cine y promocionales. Actualmente es profesor en Nueva York y Los Ángeles, también es fundador de Brass Tacks Screenwriting Workshop.








Los formatos de guión más usados en televisión son el guión de dos columnas y el guión de una columna o formato continuo tipo guión de cine. Los dos formatos de guión manejan los mismos elementos o contenidos y producen los mismos resultados. Ya que ambos presentan distribución en las cargas visuales, textuales y se conforman con su correspondiente columna de vídeo y audio. En ambos se definen toda una serie de contenidos adaptados al lenguaje de televisión.

El formato a seguir dependerá más que nada de la facilidad de realización y a la comodidad que represente en su hechura para el guionista.

Para la filmación de las tomas fijas y en movimiento previamente contempladas en el storyboard de la imagen del canal "TVC", el guión técnico sirve como base durante la grabación para el equipo de producción (camarógrafos, iluminadores, vestuaristas, maquillistas), ya que en él se especifican las tomas y encuadres necesarias para el desarrollo de la imagen.

Día de Filmación 1 de 3  
Imagen Canal TVC 2003 - 2004

ESC.	HORA	FOTO	DESCRIPCIÓN	LOCACION	ARTE	TALENTO	VEST/MAQU	NOTAS
	09:00							
VENTO			MEDIUM SHOT	STUDIO 1		LIZ	MAQUILLAJE PLATEADO	DIORAMA GREEN SCREEN
							TRAJE DE BAÑO COLOR PLATA	
								
								
								
								
								

12:00

*Formato de guión técnico utilizado durante los días de filmación para la realización de la imagen del canal TVC*

### 3.6.-Diseño gráfico

El Diseñador Gráfico debe ser una persona sumamente creativa capaz de transformar ideas, conceptos y situaciones en imágenes, para disponerlas, explotarlas, "reinventarlas" y debe tener la capacidad de asociar imágenes, textos e integrar los silencios, y las pausas, debe manejar la correcta utilización de los sentidos básicos a los que va dirigido el medio: la visión y el oído.

"Partimos de la base que el rol del Diseñador Gráfico, en la realización de este tipo de proyectos, es el de transmitir visualmente un mensaje que informe, motive, o exprese gráficamente un contenido determinado".<sup>48</sup>

El concepto de diseño tal como lo conocemos ahora es relativamente reciente, hoy día el profesional se da cuenta de que sus ideas pueden ser transmitidas de forma inmediata a cualquier parte del mundo gracias a la tecnología. Ya que al diseñador se le presentan más opciones y debe tomarlas, puesto que el medio la determina. El diseñador debe de ser más complejo y sus respuestas más sencillas, deberá diseñar ambientes y señales, de pulsos y sonidos. Asume su evolución tanto en campos específicos como en entornos nuevos: diseñar animaciones, ediciones, cajas de supers, sets virtuales así como la imagen de un canal.

La Imagen del canal TVC, es responsabilidad del equipo de diseñadores, donde tomando como referencia el storyboard se inicia el proceso creativo de este trabajo audiovisual.

<sup>48</sup> Semiótica y Diseño "Algunos códigos del Diseño Gráfico", Paciorek Kowalowska ,Bárbara.

Así, la comunicación visual es posible por que existen los códigos visuales compartidos por las personas, el receptor puede decodificar los contenidos presentes en la pantalla del televisor en parte consciente y en parte inconsciente.

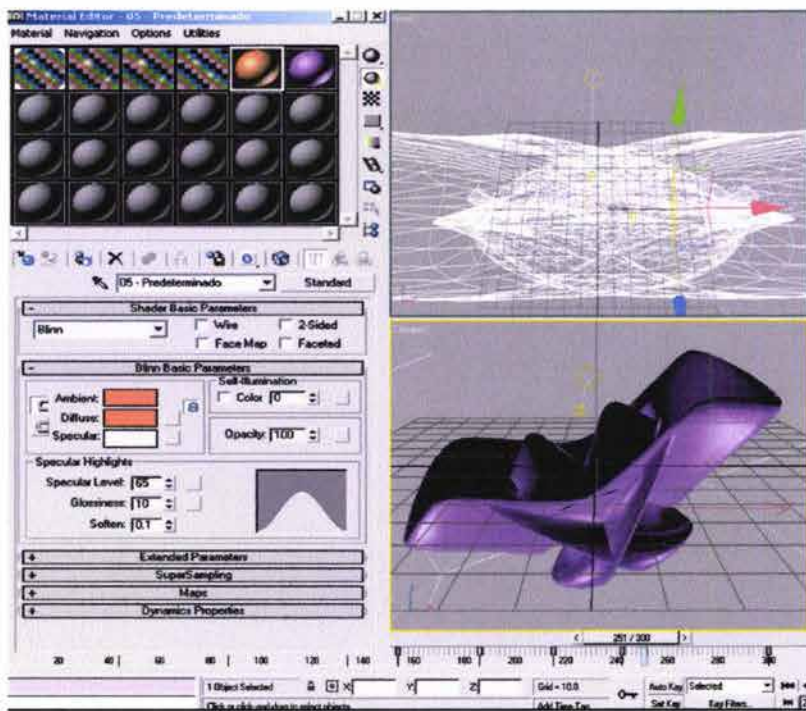
Estos últimos son débiles en el sentido de que no hay una relación automática y estricta entre el significante y el significado. Por ello la capacidad de acumular esta información no es una mera operación acumulativa, si no que se trata de un proceso constructivo en el que se produce una integración sucesiva de imágenes hasta contemplar el mensaje.

El Diseñador gráfico televisivo se apoya en este concepto para de esta forma lograr transmitir mensajes rápidos pero de forma repetitiva y así lograr que el espectador perciba una imagen parcial, a la cual a través de cada repetición agregue nueva información, hasta completar el mensaje y reconocer todos los elementos que lo integran.

La limitación del tiempo en televisión se traduce a menudo en el diseño de mensajes paralelos, es decir la posibilidad de mezclar imagen real e infográfica (imagen generada por una computadora), así como elementos estáticos o animados, un ejemplo de ello es la imagen del canal TVC.

El diseño de esta imagen se basa en los siguientes elementos: imagen real (tomas fijas y en movimiento), infografía (animaciones, backs), tipografía, materiales, color, manejo de espacio y la composición.

El departamento de Animación se especializa en distintos rubros, de acuerdo con los recursos y especialistas disponibles, así el área se ha dedicado más a los trabajos en dos y tres dimensiones. Una vez detallados y enumerados todos los objetos necesarios se comienza a trabajar en el modelado de ellos como son backs, y logotipos. Para lograrlo se cuentan con aplicaciones como: 3D Studio Max y Maya, donde se le dará el tratamiento de aplicación de texturas, mapas, movimiento y volumen.

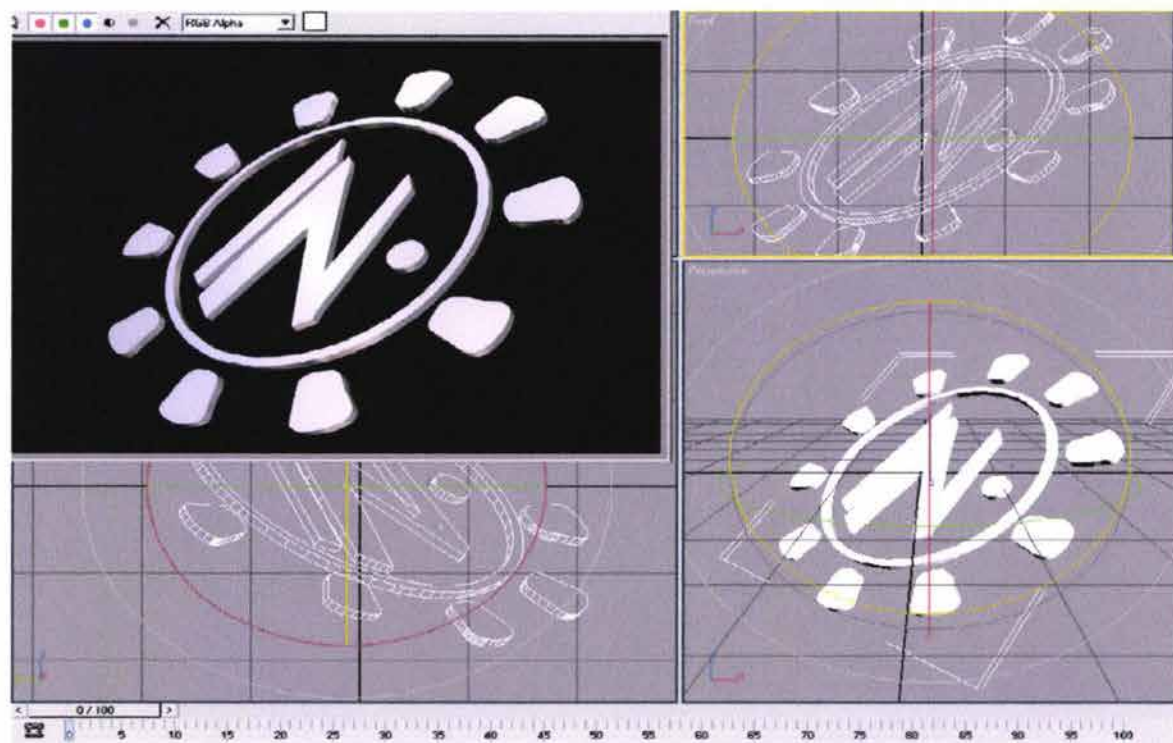


*Al modelar objetos en 3D, pueden ser visualizados a través de mayas o alambres lo cuál facilita su manejo.*

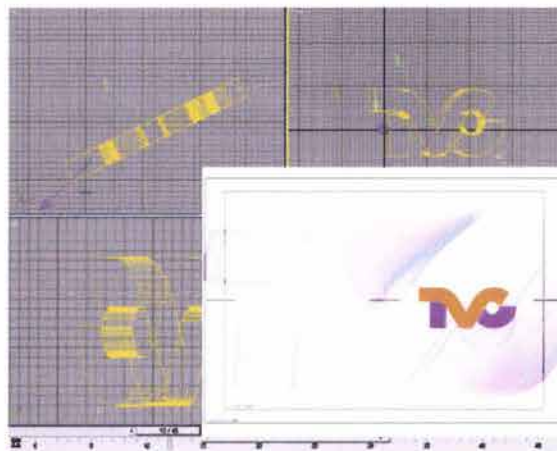


Los modelos abstractos como es el caso de los backs nos permitieron visualizar objetos que no existen en realidad, produciendo una imagen más creativa a través de imágenes fantásticas del vidrio y el metal, que son nuestros elementos base para la realización del canal. Una de las ventajas al trabajar con herramientas 3D, es la capacidad de cambiar el punto de vista (animación de cámara) para así poder obtener distintas representaciones de un mismo objeto y de esta forma enriquecer nuestro trabajo.

*Los modeladores en 3D permiten visualizar los objetos desde diferentes vistas, como tal es el caso de la animación de cámara*



El modelado del logotipo requiere de un trabajo minucioso ya que este nos permite verlo desde diferentes perspectivas así como acercamientos, observarlo desde cualquier ángulo, rotarlo, y de esta forma asignarle el movimiento que nos permita su legibilidad. Debemos recordar que al diseñar la imagen de una televisora es conveniente que su logotipo sea fácilmente memorizado por la audiencia. Antes de integrarlo en toda la variedad de aplicaciones. Una vez modelados los objetos, es el momento de agregarles texturas, color, material, y luces.



*Vista del logotipo en malla, con aplicación de color*

*Animación del logotipo TVC*

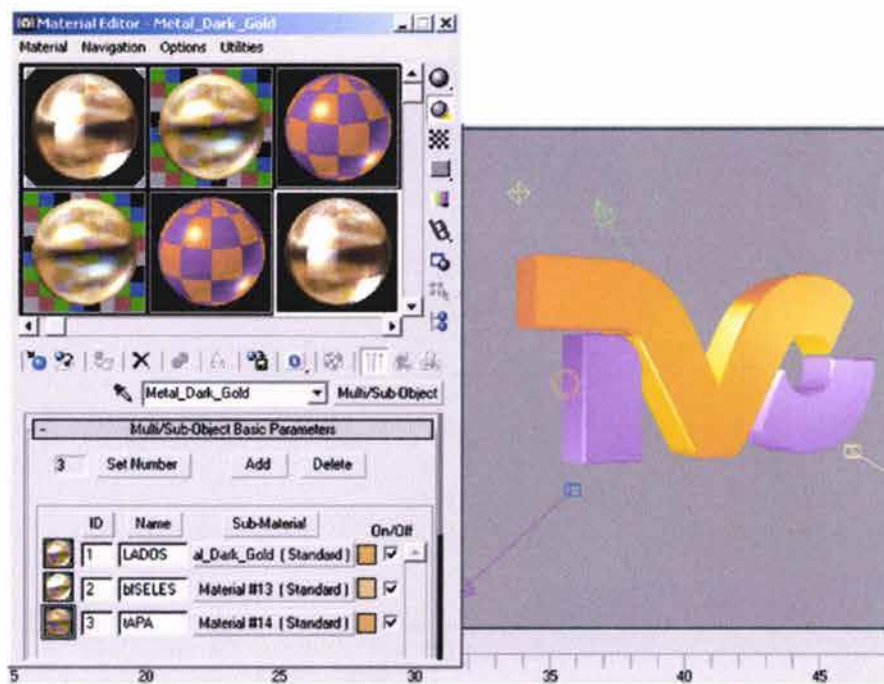


La aplicación de las texturas así como el color son indisolubles en este trabajo ya que las texturas reúnen las propiedades ópticas y táctiles que dan realce a los objetos y así se afecta o se modifica la forma de percibirlos.

Gracias a los programas de animación podemos alterar la luz, brillo y contraste para así representar la profundidad en la pantalla y crear el acabado de los objetos deseados como tal es el caso del metal y de esta forma acercarnos o alejarnos a la realidad.

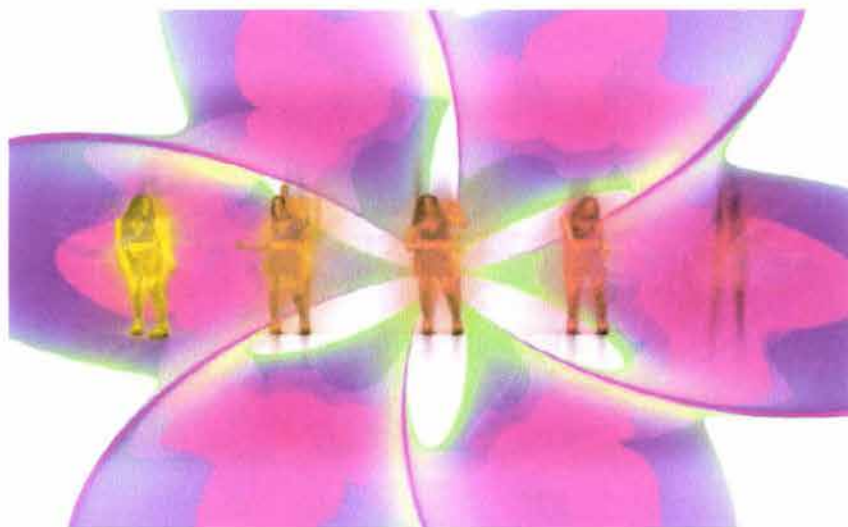
La aplicación del color es otra de las variantes al diseñar en televisión; ya que en este medio se utilizan los denominados colores Luz tradicionalmente explicados como el resultado de una síntesis aditiva de diferentes proporciones de azul, rojo o verde o mejor conocido en este medio como RGB (red, green, blue).

*En esta imagen puede apreciarse la diversidad de texturas, materiales y colores que son aplicados al logotipo*



Por otro lado la precisión del color no es tan delicado en el diseño gráfico televisivo como lo es en el diseño impreso, lo cual nos permite jugar con diferentes tonalidades hasta obtener el resultado deseado. Variando saturación de color, el brillo y el contraste es posible crear perspectivas cromáticas, así como los ambientes necesarios de la imagen del canal.

*Con el manejo del color es posible crear diferentes atmósferas, variando la saturación, el brillo y el contraste.*





Ya que se cuenta con el modelado de los objetos, es el momento de generar la animación o secuencia. En el "Time line" o línea de tiempo se puede ver como se va a mover un objeto dentro de la animación, y verificar el tiempo total de esta. Normalmente la duración de las animaciones es muy corta y no suelen durar más de 5 o 10 segundos y pueden llegar a los 30 segundos. La duración se determina de acuerdo a la ubicación de los elementos en la composición o su aparición en la pantalla.

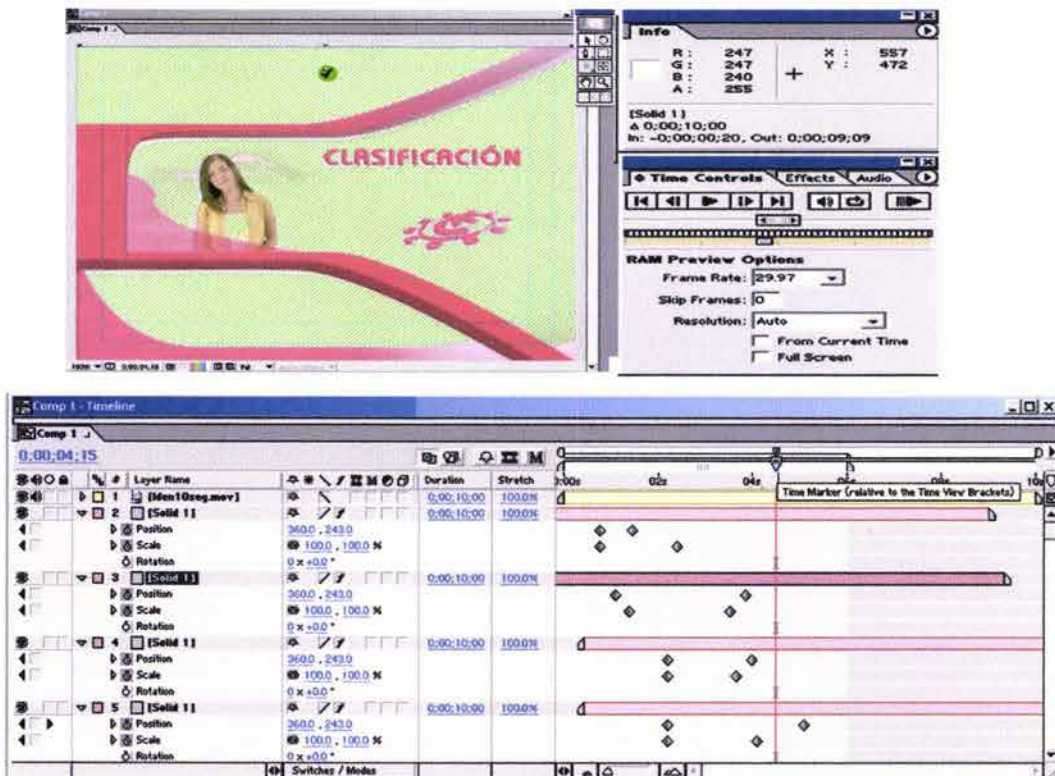
El diseñador debe tener un sentido del tiempo, lo que los animadores tradicionales llaman "timing", para que la duración de las escenas no sean tan largas y que se vuelvan aburridas, ni tan cortas que no se alcancen a percibir las ideas básicas de lo que se quiere contar. Hay que hacer el mayor número de pruebas para verificar si las texturas aplicadas se ven como se pensaron, si un objeto no se encima con otro, si los encuadres son adecuados y si la duración y el "timing" son correctos.

Una vez terminado el proceso de modelado y animación se inicia la etapa de renderizado de todos los gráficos animados, para así poder contar con ellos e integrarlos al resto de la imagen.

## Diseño de la imagen del canal "TVC": El Método de Rudy Gaskin

Ahora se lleva a cabo el proceso de integración y ordenación de todos los elementos animados, tipografía, imagen real, fija y en movimiento. Para lograrlo se cuenta con aplicaciones como After Effects y Final Cut, las cuáles permiten crear multicapas para la súper imposición de todos nuestros objetos.

*Gracias al uso de softwares como After Effects; es posible visualizar capas simultáneas, lo cual nos permite tener un completo control de la imagen.*



Nuestro elemento base es el back , sobre el cual se incrustarán las imágenes reales obtenidas por la caracterización de los modelos, una vez que se tiene esta imagen seleccionada se comienza a trabajar en la limpieza del fondo, para lograr una buena incrustación de esta contra el back. Se ubica la imagen real en la zona central de la pantalla ya que es sin duda la más importante y que implica simultáneamente una gran estabilidad y es la zona de gran atracción visual, donde los pesos visuales se incrementan notablemente y también debe considerarse como el centro de equilibrio en nuestra composición.

*Integración de la imagen real (modelo niño) con los elementos animados en 2D y 3D.*



El logotipo se ubicará a la derecha de la composición debido a que en esta zona del plano televisivo se aumenta su peso visual y por consiguiente su actividad plástica.

También debe existir en la composición una correspondencia entre el formato de la pantalla y los objetos. Estos se organizan de forma horizontal objetos 2D (plecas y tipografías realizadas a partir de diversas mascarar y filtros que ofrecen este tipo de software) y en perpendicular objetos en 3D dando origen a un espacio con profundidad. En cuanto a la organización de los objetos ubicados en perpendicular para crear espacios con profundidad, se utilizan una serie de recursos con esta variación de tamaño de los objetos, los cambios de color para crear sombras y el uso de planos superpuestos.

Este efecto espacial es ilusorio, pues el diseñador gráfico trabaja siempre en un espacio bidimensional pero es un recurso que añade interés al diseño televisivo.

En esta etapa se desarrolla toda la creación de la tipografía necesaria, la asignación de esta requiere de cierto cuidado y trabajo.

La tipografía debería ser en palabras de Saul Bass "un instrumento creativo y expresivo en manos de diseñadores con imaginación"



La principal diferencia entre el diseño tipográfico para impresos y el televisivo es la ausencia de párrafos y largas extensiones de textos.

En el caso de la tipografía utilizada en la imagen del canal TVC, se limita en la utilización del Slogan "Tu punto de encuentro", es poco texto que introducir y en un formato constante. La legibilidad depende sobre todo de la composición tipográfica, la selección de la fuente, el tamaño y el color; ya que un texto que no se lee se convierte en textura.

En Televisión predominan las tipografías, sin serif por que resultan más legibles sobre un soporte en baja resolución como es la pantalla.

Considerando esto se selecciono la fuente tipográfica Bauhaus la cual no posee patines y facilitan su lectura.

La tipografía tiene una imagen por si misma, es capaz de expresar las cualidades y características del canal, además los medios audiovisuales le han permitido el desarrollo de una cualidad inédita: la animación de los tipos recurriendo a los efectos y filtros que nos ofrecen este tipo de sistemas.

*Animación de los tipos en las cortinillas de entrada y salida de promoción*



Con la selección y elaboración de la tipografía, damos por terminado el trabajo gráfico de la imagen del canal TVC.

Como hemos visto en muchos de los productos audiovisuales del momento se observa un gran flujo de imágenes generadas por computadora que configuran una nueva generación en el diseño gráfico televisivo. Por esta razón los departamentos de diseño gráfico en las productoras de televisión incorporan a un ritmo acelerado este tipo de trabajos en su producción.

### **3.7.-Diseño de Audio**

Es importante el diseño de audio ya que este condiciona la forma de percibir a la imagen por la audiencia. La relación entre los textos lingüísticos y los visuales es fundamental desde el punto de vista gráfico, las palabras, así como los ruidos o gritos, son importantes para crear las escenas o secuencias gráficas y de esta forma determinar el ritmo de la promoción

La percepción de la imagen y el sonido son muy diferentes, aunque a nosotros nos parezcan relativamente cercanas. Como dice Christian Hervás "El sonido hace ver la imagen de un modo diferente a lo que esa imagen sería sin él, y la imagen hace oír al sonido de forma distinta a como lo oiríamos por sí solo"<sup>49</sup>. El oído funciona con mas rapidez que la vista, lo que provoca que el sonido asocie a las imágenes que acompaña la idea de movimiento.

<sup>49</sup> Hervás Ivars Christian, "El diseño Gráfico en Televisión", Madrid España, 2002, pág.174

El sonido en la imagen televisiva cumple tres funciones:

-causal: el sonido informa sobre su propia causa, lo que contribuye a dotar de realismo a una imagen creada. Todos aquellos golpes, choques, caídas o explosiones que visualizamos en pantalla adquieren mediante el sonido una materialidad muy real.

-semántica: el sonido es la expresión de un código o lenguaje con el fin de interpretar un mensaje, como, por ejemplo cuando asociamos una música determinada a la imagen de una cadena.

-reducida: el sonido afecta a las cualidades y formas (materialidad, textura).

Partiendo de estos conocimientos, el trabajo para el diseño de audio del canal TVC se desarrolla a través de tres apartados:

a) Voz off; se utiliza para completar el contenido de la imagen estática, como sucede al final de las cortinillas donde tan sólo aparece posicionado ya sea el logotipo o el slogan.

La voz humana o voz off corre a cargo del locutor institucional del canal, la cual nos sirve para resaltar a través del audio nuestro slogan ya que esta jerarquiza la percepción de todo lo que hay a su alrededor.

b) Los ruidos o incidentales: Su función es la de resaltar todos aquellos sonidos relacionados con las animaciones, texturas y backgrounds.

Es decir todos aquellos sonidos que parecieran ser imperceptibles, pero que son básicos para la creación de diferentes ambientes. Puntualiza de una manera discreta, sin forzar los movimientos de los objetos en la pantalla.

En este caso se recurrió a ruidos eléctricos (ondas, frecuencias...), naturales (el ruido del viento, metal...) e instrumentales (violines, percusiones arrítmicas...) que se crearon con base a las secuencias de animación, haciendo énfasis en puntos que el diseñador considero claves en el desarrollo de las cortinillas, como son descargas eléctricas para los logotipos animados, sonidos de viento que se utilizaron en el posicionamiento de diferentes objetos.



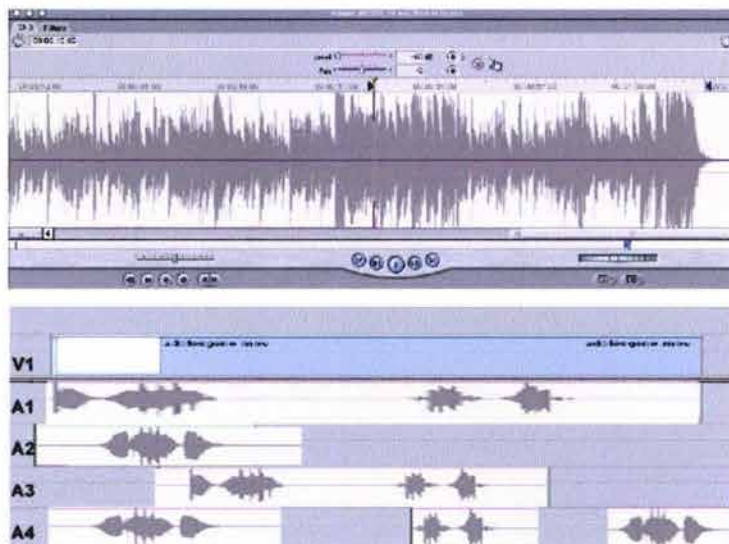
c) Música: Sirve para enriquecer una imagen y dirigir el ritmo de esta.

En el caso de TVC partiendo del análisis semántico y tomando como ejemplo el storyboard, una vez que se tiene un acercamiento a la imagen final, esta sirve como base para la composición de la música. A través de la música se crearon diferentes atmósferas que expresan el significado de la imagen y de esta forma, reforzar el concepto.

Una vez que se cuenta con la grabación de la voz off, así como los sonidos incidentales y pistas de música, se inicia la etapa de sonorización, la cual se realiza contra la imagen, para de esta forma poder tener un acercamiento a lo que será nuestro trabajo final .

Contando con las diferentes pistas de audio de acuerdo a la imagen se procede a la ecualización de los diferentes tracks ,para así jerarquizar los sonidos y revisar los niveles de audio, y realizar nuestra mezcla final que posteriormente se utilizará en la etapa de post producción.

*En la etapa de musicalización se realiza la ecualización de audios y ubicación de estos contra imagen.*





### 3.8.- Edición y postproducción

#### Edición

Aquí tiene lugar el montaje u ordenación expresiva de las distintas tomas de acuerdo al storyboard, es importante señalar que la participación del diseñador no es nada más del interés gráfico, tiene una gran colaboración en el diseño cronológico de la edición del vídeo; ya que es fundamental que exista una relación entre las escenas seleccionadas y la elaboración de gráficos.

A su vez la edición consiste en revisar la imagen activa o en movimiento tomando en cuenta el guión técnico y storyboard. Una vez determinada la selección de tomas a partir de sus códigos de tiempo, estas se transfirieren de sus cintas de vídeo o también llamados master, al sistema de edición y postproducción contemplado.

Ya identificadas las cintas originales de acuerdo a los números de cassette se montarán en las máquinas y el editor procederá automáticamente a la búsqueda de las tomas a través del *off-line* (sistema identificador de cada cuadro de imagen empleando distintos códigos de tiempo y duraciones), previamente realizado, es decir la transferencia o digitalización de las imágenes originales o un editor; las cuáles serán almacenadas en varios discos duros en tiempo real. Para así poder trabajar en la realización de las secuencia, el diseñador gráfico en conjunto con el editor ordena las imágenes de acuerdo a las necesidades requeridas y obtiene la edición en "Frío".

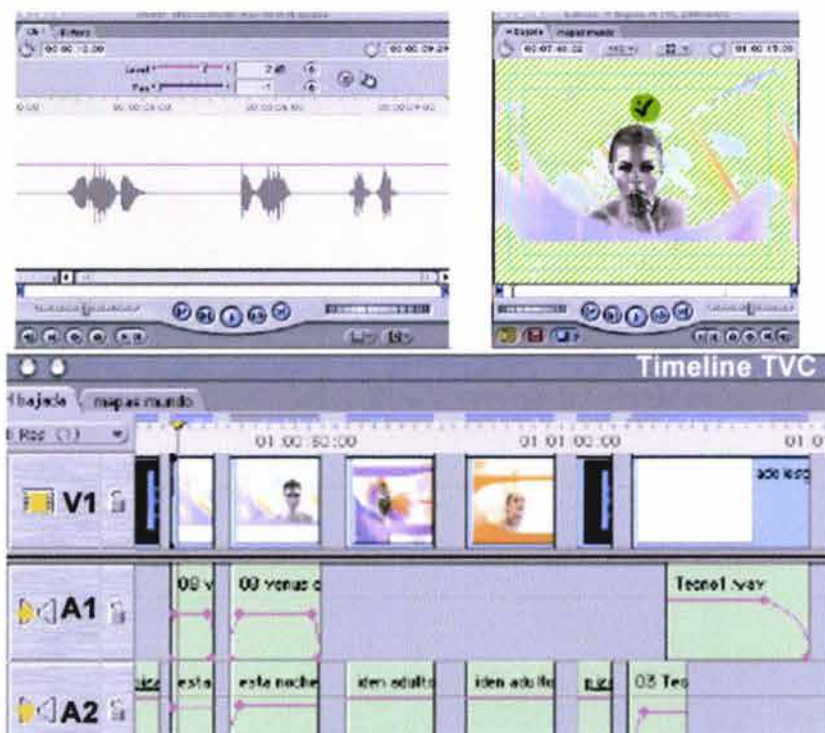
Se le denomina en frío porque carece de animaciones, cajas de supers, música, efectos de sonido, etc. Una vez que esta lista la edición, se comienza a afinar el ritmo en función de la música, y los sonidos; por que editar no sólo implica una edición de imagen, también implica una edición sonora

A partir de esta etapa tiene lugar una de las fases más creativas del proceso de producción audiovisual "la postproducción".

## Postproducción

El trabajo final de postproducción es sincronizar e integrar la imagen con el sonido (voz off, incidentales, pista de audio) a fin de mezclarlos y combinarlos en una pista final o master. Agregar títulos, gráficos, animaciones y lograr la incrustación de la imagen activa. En esta etapa se pueden generar algunos efectos especiales (cámara lenta o "Slow", congelación de imagen o "still- Frame") así como hacer correcciones de la imagen.

La postproducción del canal TVC se realizó con la ayuda de equipos no lineales (off line) como son el Avid y Final Cut, debido a que hoy en día la postproducción responde a diversas necesidades, como son la importación y exportación de gráficos y sonidos realizados en diferentes sistemas. Actualmente la tecnología nos permite esta compatibilidad entre softwares, así como la reducción en los tiempos y costos de postproducción. Este tipo de editores han desplazado a las salas de edición análogas o de edición lineal.



*Interfase del editor no lineal Final Cut, donde se observa, como es posible manipular simultáneamente la imagen y el audio*

Lo que hacemos en esta etapa comprende la integración de las imágenes creadas por computadora, mezcladas con ediciones, efectos y sonido. Para ello es necesario exportar todas las secuencias de animación así como gráficos creados en otros sistemas (3D Studio Max, Maya, Photoshop, y After Effects) y así poder manipularlos en el sistema offline.

*Final Cut* trabaja a partir de canales de audio y vídeo, lo cual nos permite visualizar en forma simultánea todos los gráficos, el vídeo digitalizado durante edición y a su vez sincronizar el audio con la imagen.

A su vez es posible manipular, o corregir defectos de vídeo (estabilización de la imagen, corrección de color) o audio (ecualización) o si se desea agregar algún efecto.

Los avances más importantes en el campo de la postproducción se han relacionado con el tratamiento o manipulación de imágenes, las posibilidades creativas se han multiplicado y el diseñador cuenta con una ilimitada cantidad de efectos especiales que se utilizan para mejorar la calidad del producto.

***Secuencia de animación generada para la identificación de adultos***





Gracias a este tipo de sistemas el diseñador cuenta con más recursos para hacer más atractiva la imagen, además con esta modalidad, el proceso de grabación de imágenes, no pierde calidad, ya que es digital lo que hace al producto terminado lo mas perfecto posible.

El Diseño y la presentación de distintos símbolos de los canales; los elementos y fondos que acompañan a la imagen; el material gráfico, toma fija, ilustraciones secuencias animadas y efectos gráficos dan prueba del poder del diseñador en las actuales producciones.



El diseño realizado para la imagen del canal "TVC" 2003-2004, logró crear la Identidad Gráfica del canal mediante el desarrollo de una metodología y planeación, los cuáles ayudaron a lograr una comunicación eficaz entre el público y el emisor y cuyos resultados aumentaron la audiencia y por lo tanto las ventas del canal, registrado a través del incremento de suscriptores interesados en contratar la señal.

Constaté la importancia del Diseño Gráfico en la industria televisiva, tuve que integrar las ideas de los clientes a las teorías existentes y conjugarlo con mi propia práctica profesional; no fue sencillo pero tener una metodología en que basarme, desarrollar y una planeación gráfica y creativa de la pantalla lo convirtió en algo funcional que pudo cumplir los objetivos para los que fue creado.

El trabajo creativo muchas veces se confunde con simple inspiración pero realmente lleva muchas horas de trabajo cuya base se encuentra en el estudio y la planeación de hacia donde se quiere llegar, significa el integrar las ideas, los recursos, el diseño gráfico, el diseño cronológico de la edición del vídeo, la selección musical y el diseño del audio en una sola meta. Es el diseñador gráfico el director de la orquesta, es el encargado de materializar una idea, se convierte en el puente de comunicación entre la emisión y la recepción a través de mensajes visuales.

Existen diversas formas de planear y metodologías, lo mas importante es que cada uno de nosotros logre descubrir la idónea de acuerdo al trabajo y a las características propias, lo imperdonable y desgastante es cuando nos enfrentamos sin las herramientas necesarias y no contamos con un buen plan de trabajo.

---

En primer lugar debemos determinar los objetivos, las necesidades de los clientes y el público al que se va a dirigir, considerando los recursos y el presupuesto con el que se cuenta.

Cuando se parte de este principio se facilita el papel del Diseñador Gráfico y por lo tanto también se puede evaluar fácilmente los resultados obtenidos de acuerdo a lo marcado en nuestro propio plan.

La imagen del canal se convirtió en pieza clave para la casa productora demostrando que el Diseño Gráfico es parte fundamental en la producción en televisión, los resultados se pudieron evaluar a través de lo que anteriormente mencione, se incrementó el número de suscriptores en un 27 % (como se ve en la gráfica N° 1, y 2) y con ello fue necesario generar nuevos espacios publicitarios al ser requeridos por diferentes marcas mediante la compra de tiempo aire disponible durante su programación.

Antes de la renovación de la imagen del canal se contaba con 30 patrocinadores como H24, Astro Diet, Blancos Millet, Andrea, Pantalones Britos, Ariel, Ace, etc. Después aumentaron 20 más entre las que destacan Nextel, Banamex, Santander, Telcel, Hollywood Diet, Kleen Bebé, Nestlé, Banorte, Termorub, Grisi, Laboratorios Novartis, etc.

Todo ello fue debido al perfil del canal obtenido por medio del diseño de la imagen realizada, en el que es posible enunciar los beneficios y bondades de sus productos, y que pudo ser comprobado a través del incremento de sus ventas. Porque la imagen obtenida dio como resultado la identificación del canal "TVC" con su público, al ser novedosa, y vanguardista.

---

Para el desarrollo de la imagen resultaron fundamentales los conocimientos adquiridos durante la Licenciatura sobre teoría del color , geometría , psicología del diseño, semiótica , fotografía, cine, televisión y diseño, etc., así también es necesaria la práctica adquirida en el medio televisivo a través de la utilización de diferentes máquinas y software como switchers, generador de caracteres, modeladores, cámaras, editores, etc; por lo cual sugiero que los futuros diseñadores complementen sus estudios con los que acabo de mencionar, pues generalmente al terminar la carrera se desconoce su uso, debido a que estos conocimientos, prácticos y técnicos se aprenden al trabajar en este medio.

Considero importante hacer notar para aquellos diseñadores gráficos cuyo interés es trabajar en el medio televisivo, lo importante y primordial de conocer todo relacionado al lenguaje utilizado en Televisión así como el dominio de diferentes softwares como: 3Dstudio Max, After Effects, Maya, Final Cut, o Avid, entre muchos otros, por ser indispensables en las áreas de promoción e Imagen, animación, edición y post-producción; áreas donde los diseñadores gráficos se desenvuelven.

Gracias al Diseño Gráfico televisivo las ideas pueden ser fácilmente transmitidas a todo el mundo debido a la tecnología desarrollada en los medios de comunicación, mediante un mensaje que motive, informe y exprese su contenido, a través de los sentidos que son básicos en el medio televisivo; la visión y el oído, y en ello radica la particularidad de los medios audiovisuales.

Una de las conclusiones a las que llego es que existe una particularidad al diseñar en el medio televisivo y es que el diseñador se debe preocupar por la integración del audio y la imagen, en otras áreas del diseño el audio no juega un papel importante o simplemente no se considera, es el color y la forma las que determinan el mensaje, en la televisión el diseño de audio condiciona la forma de percibir la imagen.



---

La integración de conocimientos, planeación y técnica dan como resultado la renovación de la imagen del canal, la teoría se vuelve práctica y las consecuencias son resaltar la identidad propia del mismo. Es por ello que el diseño es pieza clave en la realización y desarrollo de la Imagen del canal, ya que participa en cada una de las etapas del método utilizado que nos lleva a la creación de este.

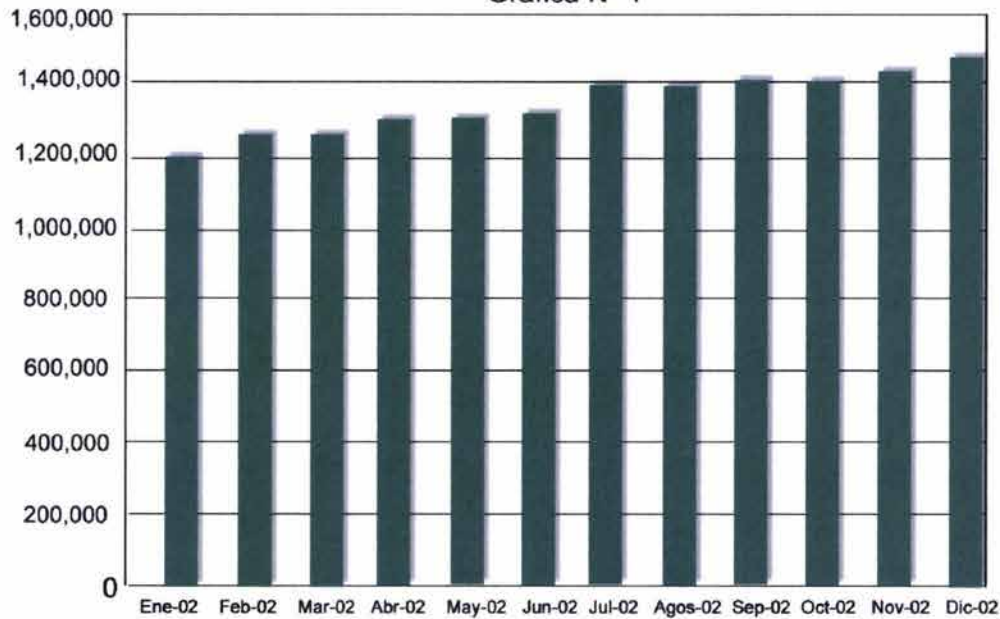
Cabe destacar la importancia de los conocimientos adquiridos durante la licenciatura, ya que gracias a estos son los que nos diferencian de los técnicos y de la gente que se hace en el medio televisivo, antiguamente se contaba con diseñadores empíricos que apoyaban la producción y dependían básicamente de sus conocimientos técnicos. Hoy en día se está luchando por la profesionalización de la carrera que solo se da si el diseñador tiene cimientos sólidos a través de conocimientos adquiridos gracias al estudio y a la revisión constante de los planes de estudio existentes, así como a la importancia que cada uno de nosotros le debe dar a nuestra profesión.

Al terminar debemos preocuparnos por la actualización constante para no quedarnos atrás ya que el diseño gráfico televisivo se apoya en las nuevas tecnologías de cómputo como instrumento para enlazar diferentes medios, por lo cual softwares y programas se vuelven obsoletos en un lapso de tiempo muy corto, así que debemos estar al día en manejo de esos sistemas ya que facilitan y agilizan nuestro trabajo.

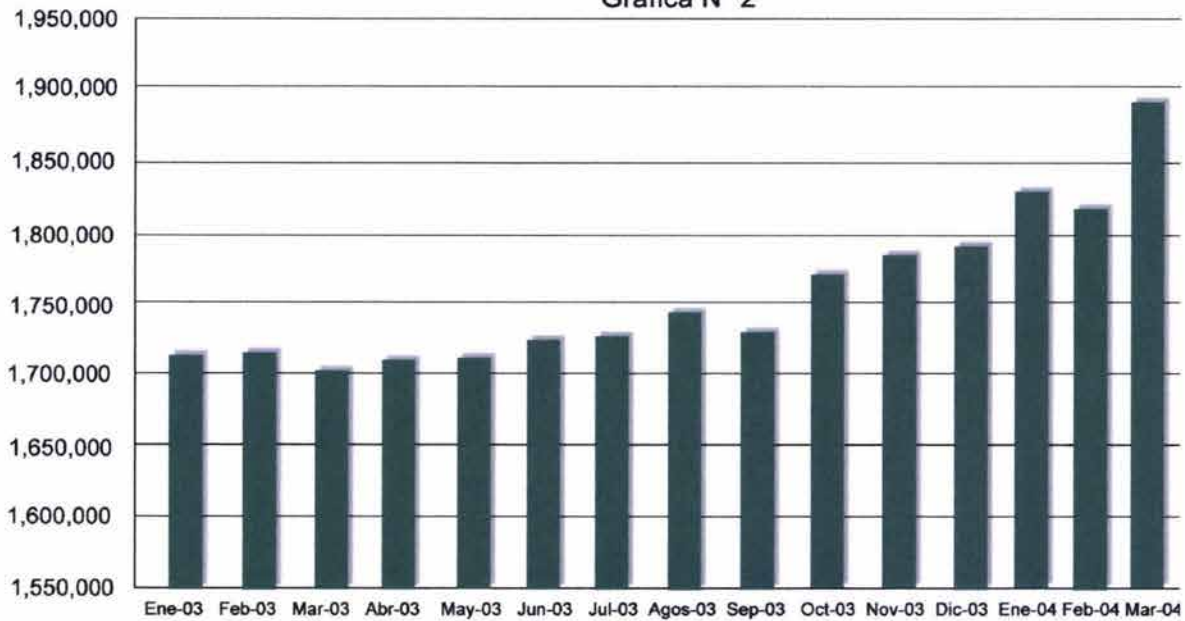
Con base a mi experiencia laboral puedo afirmar que el Diseño Gráfico ha evolucionado al adaptarse a las necesidades requeridas por el medio utilizando los conocimientos teóricos y prácticos, siendo a mi juicio el primero de ellos insustituible para obtener excelentes resultados, para beneficio de quienes los solicitan y su aceptación para quienes va dirigido, y con ello ha logrado ocupar un lugar preponderante e importante dentro las cadenas televisivas; y como consecuencia a ello es la creación de un nuevo campo de trabajo para el Diseño.



Número de suscriptores en el año 2002  
Gráfica N° 1



Número de suscriptores en el año 2003-2004  
Gráfica N° 2



**Algoritmo de render:** conjunto de operaciones matemáticas definidas para la representación final de un modelo 3D en el plano bidimensional de la pantalla, incluyendo la descripción de luces, sombras, colores y texturas.

**Animación:** creación de movimiento para cine o televisión a partir de una secuencia de imágenes relacionadas.

**Backs o backgrounds:** cualquier ilustración o modelado en 3D utilizado detrás de las figuras u objetos en movimiento de la Imagen.

**Betacam:** formato de vídeo profesional de media pulgada desarrollado por la empresa Sony y establecido en la mayoría de emisoras de Televisión en todo el mundo.

**Bit:** abreviación de la voz Inglesa "binary digit". Es la unidad más pequeña de información con la que trabaja el procesador de un ordenador.

**Bit map:** Grupo ordenado de bits que forman una imagen en la pantalla de la computadora.

**Brief:** documento que sintetiza los datos, instrucciones y conclusiones de las juntas que se dan al diseñador para la realización de un trabajo.

**Broadcast:** Literalmente significa emitir, y se utiliza para denominar los equipos profesionales destinados a la emisión.

**Capa o layer:** cada una de las subdivisiones en las que se organiza el diseño de una imagen en el espacio perpendicular al plano de la visión. Es la analogía digital de un acetato.

**Casting:** audición realizada para seleccionar al reparto ya sean modelos, bailarines, actores, etc.

---

**Código de Tiempo:** cada cuadro de vídeo tiene registrado en una pista especial un número identificativo que permite localizarlo exactamente y sirve para su sincronización y edición.

**Copy (copywriter):** redactor de textos (así se le nombra coloquialmente) pero el copy también es el texto de un anuncio.

**Croma key:** patente de un sistema de vídeo que permite a imágenes de dos o más fuentes de vídeo ser visualizadas separadamente pero presentadas como una sola imagen. Generalmente se utiliza un color clave (key) para delimitar el área de máscara de una de las dos imágenes; los más utilizados son el blue screen o green screen.

**Cuadro:** cada una de las imágenes secuenciales completas que forman la imagen de vídeo.

**Ecuilibración:** Es el balance de varias frecuencias para crear un sonido más agradable, por la atenuación o ampliación específica de estas.

**Editar:** compilar distintas secuencias de vídeo en un soporte final. El código de tiempo permite al magnetoscopio la localización exacta de cualquier cuadro de vídeo, y su número se muestra en el monitor.

**EDL:** (edit decisión list) listado en formato digital de todos los fragmentos, transiciones y efectos especiales utilizados durante la edición off-line de vídeo. Esta información se transfiere mediante un disquete a los dispositivos de una sala de edición on-line donde se realiza la edición definitiva de forma automatizada.

**Fade:** es una disolución de vídeo a negros o de audio a silencios o viceversa.

---

**Frame:** es una imagen completa de vídeo. Un cuadro contiene 2 campos, la exploración en NTSC es aproximadamente de 30 cuadros por segundo.

**Hertz (Hz):** Unidad usada para medir frecuencia. Un hertz es igual a un ciclo por segundo.

**Infografía:** imagen generada por computadora.

**Locación:** Lugar o sitio más apropiado para filmar, grabar o fotografiar, fuera de un estudio de Televisión.

**Logotipo:** palabra que designa el nombre de un canal. Síntesis gráfica a base de letras o formas cuyo objetivo es identificar y comunicar la imagen de la Televisora

**Logosímbolo:** marca formada por la unión del símbolo y el logotipo de un canal.

**Mapeado:** aplicación de patrones 2D representando texturas sobre objetos 3D.

**Master:** Versión completa original de una secuencia de animación o programa de Televisión a partir de la cual se pueden producir copias.

**Mix de audio:** es el proceso para combinar algunos tracks de audio en uno solo.

**Modelar:** creación de un objeto tridimensional por computadora.

**No lineal:** acceso aleatorio instantáneo que permite manipular cualquier track, en cualquier capa de cualquier secuencia.

**NTSC:** Nacional Televisión System Committee (Comité Nacional de Sistemas de Televisión). Funciona con una frecuencia de 29.9 cuadros por segundo y 525 líneas.



---

**Off line:** trabajo realizado fuera del proceso de transmisión en directo, generalmente con una calidad de imagen inferior.

**PAL:** Phase Alternate Linea (Linea Alternada de fase), sistema desarrollado por Telefunken. Este sistema funciona con una frecuencia de 25 imágenes por segundo y 625 líneas y presenta mayor fidelidad que el NTSC en la reproducción de colores. Utilizado en Alemania, Inglaterra y España.

**PCTV.-** Productora y Comercializadora de Televisión por Cable S.A. de C.V.

**Perspectiva:** arte de representar en una superficie los objetos, en la forma y disposición con que aparecen a la vista del observador.

**Pixel:** abreviación de la forma Inglesa "picture element", es decir cada uno de los pequeños puntos luminescentes que forman la imagen de televisión.

**Raiting.-** Porcentaje de audiencia alcanzada.

**Resolución:** número de pixeles disponible para mostrar una imagen en pantalla.

**RGB:** Componentes Rojo, verde y azul de la señal de vídeo.

**SECAM:** Systeme Electronique Couleur Avec Memoire (Sistema Electrónico con Memoria de Color). Este sistema es utilizado en Francia y sus países de influencia, así como la Unión Soviética y el Bloque del Este, funciona a 625 líneas y 25 cuadros igual al PAL ,pero su forma de decodificar la información del color es distinta.

---

**Serif:** remate con el que acaban los trazos de algunas tipografías.

**Slogan:** lema del canal de Televisión. Frase corta que señala sintetizadas, las mejores características del canal.

**Staff:** miembros de un grupo que asesoran a una compañía o trabajan para esta.

**Stock:** banco de imágenes o sonidos.

**Storyboard:** documento que presenta mediante la sucesión de imágenes aisladas el desarrollo de una secuencia de animación, lo que permite coordinar el trabajo de todas las personas involucradas en el proyecto.

**Target:** público objetivo al que va dirigido el canal.

**Time line:** Es la representación gráfica de cualquier edición hecha en una secuencia incluyendo todos los efectos y las capas de vídeo y audio.

**Vectorial:** gráficos informativos donde las formas son definidas matemáticamente, lo que permite realizar infinitas modificaciones sin pérdida de calidad. El modelo matemático de este tipo de representaciones fue desarrollado por el matemático francés Henri Bezier, dando lugar a las denominadas curvas Bezier.

**Voz off:** término que se refiere al audio cuando la fuente no aparece a cuadro o en pantalla, se abrevia VO.

Los términos anteriores fueron obtenidos de las referencias bibliográficas que cité en el presente trabajo.

- Beigbeder, Olivier, "La Symbolique",  
Barcelona España, Editorial Oiko- tau, 1971.
- Berlo, David. K, "El proceso de la comunicación "(*Introducción a la teoría y a la práctica*),  
Argentina, Editorial El Ateneo, 1985, 173 p.p.
- Bethancourt Machado, Tomas "La  
Televisión", Madrid, Editorial Granada 1991,  
127 p.p.
- Crovi, Delia, "La Televisión por cable El caso  
Mexicano", Cuaderno de ciencias de la comunicación 1 F.C.P y S, 1990.
- Díaz Mancisidor, Alberto "Radio y Televisión:  
Introducción a las nuevas tecnologías",  
Madrid, Editorial Paraninfo, 1990, 288 p.p.
- Eastman Kodak Company, "Como hacer buenas  
Fotografías", New York E.U.A, Editorial  
Kodak, 1953.
- Esquivias Fuentes, María "Efectos de la programación de Cablevisión en el público receptor del área metropolitana de la Cd. de México" México, 200 p.p.
- Fernández, Díaz Federico, Martínez, Abadía José "La Dirección de producción para cine y televisión", Barcelona, Editorial Paidós, 1994,  
168 p.p.
- Fontcuberta, Joan, "Foto – Diseño", Barcelona España, Editorial Ceac, 1988, 260 p.p.
- González Treviño, Jorge, "Televisión teoría y práctica", España, Editorial Alhambra, 1989,  
167 p.p.
- Grob Bernal, "Televisión Práctica y sistemas de vídeo", México, Editorial Alfaomega Marcombo, 1992, 453 p.p.
- Gubert Roman, "Historia del cine", Madrid España, Editorial Danae, 4ª edición, 1977,  
480 p.p.
- Gutiérrez Espada, Luis, "Historia de los Medios Audiovisuales", Madrid, Editorial Pirámide, 1982, Vol 2 y 3.
- Hart John, "The Art of the Storyboard"  
(Storyboarding for film, TV, and animation),  
United States of America, Editorial Focal Press,  
1999, 223 p.p.

---

Hervás Ivars Christian, "El Diseño Gráfico en Televisión "(Técnica, lenguaje y arte), España Madrid, Editorial Catedra, 2002, 242 p.p.

Howard Rheingold, "Realidad Virtual", Barcelona España, Editorial Gedisa, 1994.

Ian, Jeffrey "La fotografía: Una Breve historia", Barcelona, España, Editorial Destino.

Jarvins, Peter, "A production Han book", London, Editorial Focal Press, 1993, 130 p.p.

Jones, Christopher, "Métodos de Diseño", Barcelona, Editorial G.G, 370 p.p.

Kinden, G. Musburger, "Media production; from Analog to digital", U.S.A, Editorial Focal Press, 1997, 488 p.p.

Linares, Marco Julio, "El Guión" (Elementos, Formatos, estructuras) México, Editorial Alhambra Mexicana, 1998, 302 p.p.

Llovet, Jordi, "Ideología y Metodología del diseño", Barcelona, Editorial G.G, 1979, 161 p.p.

Martínez Abadia, José "Introducción a la Tecnología audiovisual", Barcelona, Editorial Paidós, 1998, 231 p.p.

Meggs,B.Philip, "Historia del Diseño gráfico", México, D.f., Editorial Trillas, 1991, p.p.280.

Munari, Bruno, "Diseño y comunicación visual", España, Editorial G.G., 1985.

Olins Wally, "Imagen Corporativa Internacional", Barcelona España, Editorial G.G, 1995, p.p.191.

Prieto, Castillo Daniel, "Diseño y comunicación", México, Ediciones Coyoacán, 1994.

Satué, Enric , "El Diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días", España, Editorial Alianza, 1992, p.p.500.

Swam, Alan, "El Color en el diseño Gráfico", Barcelona España, Editorial G.G, 1993, p.p.149.



---

Treviño González Jorge E. "Televisión", México, Editorial Alhambra ,1988.

Vandike, Scott, "De la línea al Diseño: comunicación", México, Editorial G.G, 1984. p.p.157.

Wong, Wucius, "Principios del Diseño en color", México, Editorial G.G, 1990, p.p.100.

#### **Fuentes Auxiliares**

Canitec Directorio 1997.

Enciclopedia Encarta 2003.

PCTV: Origen, Presente y futuro. (Suplemento 2001)

Reglamento del servicio de Televisión por cable.

Reyes Rodríguez Rafael "El vídeo y el Diseñador", Tesis ENAP, UNAM, México 1995.

Sauter Bindel María Leticia, "Realización de un vídeo promocional del instituto Universitario Cuauhnáhuac", Tesis ENAP, UNAM, México 1992.

Semiótica y Diseño "Algunos códigos del Diseño Gráfico" Paciorek Kowalowka, Bárbara. Boletín del programa editorial de la UAM-x División CyAD

[www.Fotografías/artes/historia](http://www.Fotografías/artes/historia)

[www.Historia del cine.com](http://www.Historia del cine.com)

Zamora Rancel David, "La Simbología Subliminal de la Publicidad Televisiva" Tesis UNAM.

---

*No solo no hubiera sido nada sin ustedes,  
Si no con toda la gente que estuvo a mí alrededor desde el comienzo,  
Algunos siguen hasta hoy.*

**GRACIAS TOTALES**  
G.Cerati

---