

50



**TPSIS CON
FALLA DE ORIGEN**

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

Programa de Señales para el canal 22

**Tesis que para obtener la
Licenciatura en Comunicación Gráfica**

PRESENTA: César Claudio Sánchez Cisneros

DIRECTORA: Mtra. A.V. María Elena Martínez Durán

ASESOR: Prof. Gerardo Clavel de Cruyff

México D.F. Junio de 2002



**DEPTO. DE ASesorIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
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.

**“Gracias a la gente que de corazón me abrigó con
conocimientos y los que de abrazos me llenaron el corazón.”...**

Gracias Dios, gracias Papá, gracias Mάma, gracias Cynthia.



Tema
Señalética

Título
Programa de señales para el canal 22

Planteamiento

Las instalaciones de Canal 22 carecen de un programa de señales, de ahí que dentro de estas instalaciones se genera un problema de identificación en sus áreas físicas. Se parte del principio real de lograr una identificación con el propio canal para reforzar y uniformar visualmente las secciones al permitir que las señales se integren y sean parte constitutiva de la nueva imagen.

Objetivos generales

Diseñar una serie de señales que identifiquen las secciones contenidas dentro de las instalaciones del Canal 22.

Objetivos Específicos

- Lograr una cohesión entre las señales y la nueva imagen que refleje la personalidad del canal y lo que representa.
- Concretar un entorno plenamente identificado con todas las secciones logrando un orden dentro de las instalaciones.

Hipótesis

Por medio de esta serie de señales se mejorará las instalaciones con un ordenamiento y una plena identificación en sus áreas físicas.

Justificación

Al realizar el programa de señales, la contribución será satisfactoria para nuestro cliente por contar con una nueva imagen que manipule sus objetivos y muestre identificación para la gente.

Es enriquecedor contar con un programa de señales que dé continuamente una guía visual y un sentido de ubicación para los trabajadores y los usuarios para así agilizar y mejorar productivamente el ambiente laboral y el manejo de las funciones dentro de las instalaciones.

Índice



CAPÍTULO I

Canal 22

1.	Antecedentes Históricos	5
1.2	Desarrollo en el País	12
1.3	Misión y Visión	11
1.4	Función Social	12
2.	Ubicación	18
3.	Antecedentes Gráficos	24
3.1	Logotipo	24
3.2	Nueva identidad	25
3.3	Detección de necesidades	25
Resumen Capítular		26

CAPÍTULO II

Comunicación

1.	Comunicación y Diseño	27
1.1	Comunicación Visual	28
2.	Semiótica	29
2.2	Elementos de la Semiótica	30
2.1	Niveles Signícos	32
3.	Señalización y Señalética	35
3.1	De la Señalización a Señalética	38
3.2	Tipos de Señales	42
3.3	Color	43
3.4	La Tipografía en la Señalética	44
4	Ángulos de Visión	45
4.1	Materiales	46
4.2	Sistemas de Reproducción	48
4.3	Sistemas de Sujeción	49
5.	Método Proyectual	50
Resumen Capítular		51

CAPÍTULO III

Proyectación

1.	Planteamiento	52
1.1	Identificación del Problema	52
1.2	Investigación de Campo Documental	52
1.3	Material Gráfico	53
2.	Pictógramas	54
3.	Tipografía	55
4.	Cromatismo	56
5.	Medidas y Proporciones	57
5.1	Tabulador	58
6.	Construcción Gráfica	60
6.1	Proceso de Bocetaje	61
7.	Resultados Gráficas	65
7.1	Geometrización	66
7.2	Gráfica final	67
•	Conclusiones	86
•	Bibliografía	87
•	Glosario	88
•	Colofón	89



Introducción

El espacio, es definible como algo inmenso en donde se puede tener todo, para saber dónde estamos, necesitamos de una gufa o de alguien que nos gufe.

Para conocer sobre un hecho necesitamos informarnos lo que se revisa en esta tesis será dedicado a servir como memoria y trasladarse a otro punto de la realidad, la televisión es el medio mas conocido y visto en estos tiempos uno de los medios mas atrayentes y sustanciosos de conocimientos trasmitibles a la gente, la importancia de este medio es la necesidad de contar con una imagen que cumpla satisfactoriamente con los requisitos necesarios para poder comunicar mensajes en un mundo en donde la comunicación es eje central y columna vertebral de la sociedad en todo, en el tiempo mismo y en el actuar cotidiano. las necesidades crecen y son mas fáciles de resolver en ayuda de los medios tecnológicos o las tecnologías de vanguardia, este es el caso de una televisora que su principal objetivo es realizar programas televisivos para transmitir cultura, con lo cual nos identificamos de lo cual somos y es un claro reflejo de lo que hacemos, canal 22 surge y se mantiene por cautivar a un público que dependa de sus conocimientos para poder representarlos y conservarlos a través del tiempo, una rica herencia en virtudes estéticas en información precisa, y de un contenido cultural de orígenes mismos del conocimiento.

Dentro de estas páginas esta contenida la información relevante de este canal así como toda aquella información que nos brinda la oportunidad de resolver necesidades de comunicación y de cualquier otro tipo, que servirá de gufa para ubicarnos dentro de la realidad actual.

El caos y el orden son cimientos en esta pieza que busca resolver un problema de ubicación y uniformidad dentro del funcionamiento integral de esta televisora, que tiene por obligación guardar una imagen de conocimiento global.



LA CONACULTA

Capítulo 1

1. Antecedentes Históricos



1.1. Memorias de un canal cultural

La realidad de un país se forma desde su cultura la posibilidad de crecer como personas es a través de los medios audiovisuales que cubren la mayor parte de la República Mexicana por ser uno de los medios mas demandantes por el gusto del público.

Es así que el 25 de enero de 1991 en una carta abierta la comunidad cultural de México solicitó al presidente Lic. Carlos Salinas de Gortari que la frecuencia del Canal 22 de Imevisión no se vendiera a inversionistas privados, que siguiera en propiedad del estado y se propusiera cubrir por cualquier vía del territorio nacional con vistas a convertirlo en el futuro en un canal no comercial de interés público y contenido cultural.

La respuesta fue favorable se acepto la propuesta de la comunidad intelectual y se designo de inmediato un Consejo de Planeación integrado en forma plural la tarea inmediata consistía en desarrollar las directrices pragmáticas, técnicas jurídicas y administrativas de la nueva televisora cultural.

Fue el 25 de junio posterior a un amplio proceso de consulta a personalidades del medio televisivo y cultural del consejo de planeación que se le entrego al presidente el documento llamado «Consideraciones en torno al canal 22» en el que se plasmaban las ideas de trabajo que debía desarrollar la empresa televisión Metropolitana para cumplir su cometido cultural. el presidente enfatizó la necesidad de ganar auditorio en base a la calidad de los contenidos y en su competitividad técnica y profesional. el compromiso con la sociedad civil al lograr un espíritu creador, talento a la imaginación.

El 23 de marzo de 1992 el presidente dio posesión al Dr. José María Pérez Gay como director del canal 22. ratificando el consejo de planeación como una instancia representativa de la sociedad civil con el logro de una nueva entidad televisiva. Durante el transcurso del año se conformo el personal mínimo para desarrollar todos los trabajos previos para concretar la primera salida al aire del canal. En diciembre de ese mismo año la Secretaría de Hacienda autorizó el primer presupuesto que dio principio a la realización de todos los trabajos de montaje de infraestructura técnica tanto en el cerro del Chiquihuite como en los estudios Churubusco, se realizaron las primeras adquisiciones de material extranjero se inicio la producción de series nacionales y se establecieron las bases de la administración en la empresa.

El 23 de junio de 1993 Canal 22 inicio sus transmisiones en la zona metropolitana llegado también a todo el territorio nacional por medio del satélite Morelos II y los sistemas de televisión por cable.¹



Para lograr esto se requirió de un gran grupo de profesionales que desde una concepción académica e intelectual hasta la instalación y operación de los equipos técnicos han estructurado un canal de televisión de servicio público y cultural.

A poco más de un año la salida del aire los principales esfuerzos se han centrado en elevar el auditorio, ampliar la cobertura de la señal, funcionalidad del equipo de transmisión, mejorar la formación del acervo de la televisión cultural, aumentar la producción nacional apoyando a los productores independientes. Se aumento la cotización de recursos vía comercialización y patrocinio al fortalecerse la red cultural regional.

Registro actual de la televisión Metropolitana

Televisión cultural S.A. de C.V. Canal 22 empresa de participación estatal mayoritaria, sectorizada en la Secretaría de Educación Pública y Subsectorizada al consejo Nacional para la cultura y las Artes. En cumplimiento a lo establecido en el acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación el 8 de junio de 1994. Presenta su memoria en gestión. Correspondiente al período comprendido entre el 25 de enero de 1991 al 31 de agosto de 1994.

1.2 Desarrollo en el país

Con el objeto de una amplia comprensión acerca de este surgimiento el proyecto fue dividido de la siguiente manera:

Planeación: Este período comprende desde la petición hecha por la comunidad de intelectuales hasta el nombramiento de su director.

Construcción de las bases técnicas, jurídicas organizativas y financieras de este proyecto. Comprende desde el nombramiento del director hasta la primera salida al aire del canal.

Desarrollo del proyecto: Comprende desde la salida al aire hasta la consolidación de esta televisora.

Período de Planeación

Este período se forma como resultado de la petición pública hecha por 800 integrantes de la comunidad cultural mexicana al presidente de la República Mexicana Lic. Carlos Salinas de Gortari, para no desincorporar a televisión Metropolitana y constituirla como entidad de interés público y fines culturales.

Con este propósito el presidente designó a un consejo de planeación que estudio las posibilidades y las realidades de la construcción de una nueva alternativa en la televisión cultural mexicana.

Los participantes en el consejo de planeación proceden de campos específicos de medios de comunicación electrónicos, dominan las materias de su competencia y elaboran sus conclusiones con la participación de instituciones y personalidades. El establecimiento de un proyecto mas acorde a nuestras necesidades de nuestro país a fin de siglo y dentro de los esfuerzos realizados en la última década por la modernización.

Con esto se aprovecharía la ventaja de derrocar el analfabetismo televisivo y cambiar la tradición de sensibilidad inteligencia del fenómeno televisivo. Sin perder de vista la intangibilidad de los hechos contemporáneos algunas consideraciones especiales serían el dar un mejor espectáculo desde la diversidad, la experimentación, la sensibilidad y la certeza de que ni la televisión es un aparato censurable en sí.

Planta de Transmisión

Canal 22 transmite su señal dentro de la banda UHF (siglas en inglés de ultra alta frecuencia) el espectro común de transmisión en Europa y Estados Unidos, pero prácticamente nuevo en las comunicaciones nacionales.

El consejo de planeación ya había realizado un estudio sobre los aparatos receptores capaces de captar la frecuencia UHF.

Este indicaba que en la década de los ochentas se vendieron 6.2 millones de televisores con esta característica, la mayor parte de ellos en la ciudad de México.

Se realizaron entonces los estudios para contar con un equipo, instalaciones y personal adecuados para las funciones de la televisora para llevar a la práctica una programación que incluyera los objetivos propuestos por el consejo.

El proyecto técnico de canal 22 se formuló considerando la cobertura geográfica que fuera lo más amplia posible desde su salida al aire las normas tecnológicas fungieran adecuadamente.

La planta transmisora fue trasladada al cerro del Chiquigüite en mayo de 1992

Programación

La carta de programación se elaboró conforme a los criterios expuestos por el Consejo de Planeación, es decir satisfacer las necesidades culturales de la sociedad mexicana y responder a los vacíos e insuficiencias de los esquemas de televisión que han predominado hasta hoy. En el documento "Consideraciones en torno al 22" el Consejo propuso que el Canal transmitiera pocas horas al día para cuidar la cualidad de los programas. Por esta razón se decidió que las transmisiones en una primera etapa fuera de 20:00 a 01:00 horas de lunes a jueves de 19:30 a 01:00 horas de viernes y domingo y los sábados de 19:30 a 02:00 horas.

La propuesta de programación pretende enriquecer la oferta cultural de la televisión mexicana en las distintas expresiones del conocimiento y la creación.

Ofrecen al tele auditorio series de las más diversas disciplinas culturales programas de enorme atractivo así como innovaciones en la difusión televisiva, tal y como sucede con nuestros ciclos cinematográficos que nunca habían sido presentados en la televisión mexicana en versiones originales.

Se han seleccionado grandes conciertos, análisis de problemas ecológicos, cine mexicano y mundial de excelente calidad, miniseries que narran pasajes de la historia universal, y dentro de estas, algunas de las mejores adaptaciones de la literatura latinoamericana que han sido llevadas al video y cine.





Con el objeto de reunir un acervo videográfico actualizado, así como para establecer relaciones de apoyo y colaboraciones con instituciones públicas y privadas, nacionales y extranjeras, se rastrearon, se catalogaron y se realizaron estudios de mercado de más de 300 distribuidoras y productoras de programas y series de televisión cultural nacionales y extranjeras, se estableció un sistema de información y de registro permanente sobre los mercados internacionales de materiales para la televisión extranjero fue exhaustiva y nueva en la historia de la televisión mexicana.

Se realizaron negociaciones para suscribir contratos de adquisición de derechos de exhibición y se aseguró la custodia, conservación, uso y aprovechamiento de los materiales adquiridos y grabados.

Entre las televisoras públicas del mundo con las cuales se iniciaron relaciones, se contaron la National Film Board de Noruega, la National Film Board de Canadá, el Canal ARTE franco-alemán, el BS de Estados Unidos, RAI de Italia y la Sociedad de radio-Televisión de Québec en Canadá. Sobre sale por su importancia el vínculo establecido con la sociedad de radio-televisión de Québec, unas de las televisoras culturales más importantes del mundo, con la cual se suscribió un Convenio General de Colaboración que le permitió a Canal 22 recibir asistencia técnica para la instalación y funcionamientos de los equipos de producción post-producción y transmisión, asistencia técnica para el análisis de audiencia, la investigación informativa, el seguimiento de la programación y la investigación evaluadora, asistencia técnica en gestión financiera, ventas publicitarias, financiamiento a proyectos y la representación exclusiva de los intereses comerciales de ambas entidades en sus respectivos países.

El número de televisoras públicas extranjeras junto con las distribuidoras y productoras nacionales con las que se establecieron relaciones directas sumaron más de 50. En total se lograron comprar a precios muy por debajo del promedio internacional 1,341 horas de programación cultural para sostener la programación de 1993 en los rubros siguientes: animación para niños y adultos, programas musicales de todos los géneros, películas de cine industrial de calidad, series ecológicas y de divulgación científica, perfiles de pensadores, escritores y creadores de todas las disciplinas y épocas programas de análisis y crítica cultural e histórica, miniseries y programas seriados sobre la cultura contemporánea y las corrientes de pensamiento de la modernidad.

En su mayor parte esta programación se ha transmitido por primera vez en nuestras pantallas y cuenta además con el reconocimiento internacional, pues muchos de sus materiales han sido premiados en diversos festivales y certámenes del mundo. Con el mismo fin de acceder y ocupar un lugar en las televisoras culturales del mundo, Canal 22 participo en el mercado de televisión MIPCOM de 1992 en Cannes, Francia, y obtuvo la firma de 15 contratos de adquisición de derechos de exhibición para televisión con algunos de los mejores distribuidores y productores de la televisión cultural del mundo, así como seis contratos con distribuidores nacionales.

Un estudio de factibilidad de Programación y perfil de audiencia posible del INRA (International Research Associates, una de las empresas más prestigiadas en el mercado internacional), encargado especialmente por Canal 22, además de un análisis del Canal ARTE el más ambicioso proyecto cultural por televisión de la Unión Europea, concluyó que la Carta de programación de Canal 22 incluía un porcentaje apreciable los géneros más vistos por el televidente promedio (miniseries, narrativos, informativos) y señaló los retos para la nueva modalidad de televisión cultural que Canal 22 propone: la imaginación y la frescura, la versatilidad y rapidez, la búsqueda de una relación racional, pero también efectiva, del canal con el televidente, así como la necesidad de crear una retroalimentación.



El resumen de actividades emprendidas durante el primer año de existencia del Canal, de marzo de 1992 a marzo de 1993, incluye:

- La catalogación de 7.000 cintas que pasaron a integrar el acervo videográfico.
- La conceptualización del diseño y la integración de un trimestre de la Carta Televisiva, más el control y la supervisión de más de 200 horas de traducción y subtítulo.
- La elaboración del manual de aplicaciones gráficas del logotipo de Canal 22 más la carpeta gráfica de presentación de contenidos.
- La elaboración de las pautas publicitarias para las campañas de lanzamiento y mantenimiento publicitario, así como el diseño y la elaboración de carteleras y anuncios promocionales y de autopromocionales.

Se atendió la normatividad establecida para la transmisión de los programas de televisión, así como la situación para el registro de guiones, rubricas musicales, diseño reserva de títulos, registros de marcas, registro de contratos autorales con la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, la Dirección General de Derechos de Autor de la Secretaría de Educación Pública y la Dirección General de Inventiones y Marcas de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

El 23 de junio de 1993 Canal 22 inicio su transmisión en la zona metropolitana, y en el resto del territorio por medio del satélite Morelos II y los sistema de televisión por cable.

Hasta agosto de 1994 se mantienen relaciones constantes con alrededor de 30 distribuidoras que han comprobado el nivel de excelencia de su programación.

Destacan entre ellas, RM, ARTE e itel, la proveedora de la serie "Survival", la competencia más consiente de "National Geographic."



Canal 22 participó en el mercado de televisión Natpe de Miami, Florida, y en el MIPCOM de Cannes, Francia, en el mes de marzo de este año abriendo las negociaciones de más de mil horas de programación para el segundo semestre de 1994 y los primeros tres meses de 1995.

Más allá de sus actividades como televisora, Canal 22 se ha preocupado por crear nuevas formas de concebir los trabajos de la televisión cultural de México.

Por ello organizó el seminario internacional "La autopía de la televisión" con la participación de ARTE, Radio Québec, Discovery Channel, PBS y RM, entre otras productoras y televisiones nacionales y extranjeras. El evento resultó un foro excepcional para intercambiar ideas, experiencias y abrir la posibilidad de proyectos futuros.

Nuestra estrategia de programación ha diversificado su oferta, con un balance entre la programación extranjera y la nacional, Se ha estimulado la producción nacional para responder al objetivo de ser un medio de expresión de los realizadores del país. Esto es así ya que actualmente nuestra Carta de Programación mantiene una proporción del 40% en la producción nacional y un 60% en la extranjera.

Se han realizado hasta hoy tres compras fundamentales de programación extranjera, la primera en 1992 cuando se adquirieron 1,341 horas para nutrir la transmisión de 1993, la segunda que se efectuó en 1993 y que fue de 1,148 horas cubrirá hasta el mes de septiembre de 1994 y la tercera realizada durante 1994 por 1,000 horas que cubrirán hasta el primer trimestre de 1995.

Para consolidar esta importante televisora es necesario tomar en cuenta una serie de objetivos propuestos por el consejo de planeación que buscaban concretar el proyecto en un proceso acelerado de su primera salida al aire, se conformaron varios objetivos como una visión a corto plazo.

1.3 Misión y Visión

Estos fueron los objetivos:

- Satisfacer necesidades culturales y responder los vacíos insuficientes resultantes de los esquemas utilizados por la televisión mexicana.
- Fortalecer la conciencia cultural social e histórica de México.
- Revalorar y hacer más efectivo el papel educativo en la televisión.
- Tender nuevos lazos y enriquecer los existentes con la cultura universal contemporánea.
- Realizar una televisión moderna para la transmisión de la cultura no desdeñe los recursos del espectáculo ni el rigor de la inteligencia creativa.
- Recobrar la esencia de la cultura como proceso vivo, accesible, entretenido, divertido.
- Ofrecer un foro de debate para los temas culturales que determinan y acompañan los grandes problemas del nuevo milenio.
- Desplegar una vocación múltiple, tolerante y plural, voz e imagen de la cultura nacional de nuestros días.
- Apoyar el trabajo de realizadores independientes y centros de producción televisivos y videográficos.
- Orientar al público ante las ofertas del espectro cultural del país.
- Desarrollar una programación con participación social especialistas con independencia creativa y nuevas formas de evaluación para elaborar y contratar programas.

Con los principios de libertad, pluralidad, corresponsabilidad, rigor, profesional y calidad.





1.4 Función Social

El teleauditorio de Canal 22

a) Campaña publicitaria

Con el propósito de ampliar el conocimiento público sobre Canal 22. Televisión Metropolitana ha estructurado una campaña publicitaria que permitió promover la imagen institucional de la emisora y difundir las características y contenidos de su programación.

La estrategia creativa diseñada para tal efecto distingue tres rubros principales de divulgación:

- 1) Campaña informativa "Como captar Canal 22" que promueve una intensa divulgación de las distintas alternativas y requerimientos técnicos que permitan la fácil captación de nuestra señal.
- 2) Promoción de Imagen institucional que persigue difundir las características y contenidos de la programación promoviendo las barras que constituyen la singularidad de nuestra oferta televisiva.
- 3) Publicidad de Programación específica, donde se difunden materiales que su importancia y calidad distinguen la programación del Canal 22.

Para lograr una mayor penetración de la campaña publicitaria su lanzamiento se realizó en enero de 1994, después del período de campañas navideñas que por su intensidad saturan la capacidad receptiva del auditorio.

Además de los autopromocionales la campaña a incluido anuncios en radio, prensa, revistas y espectaculares.

Los primeros resultados de la campaña han comenzado a reflejarse en el aumento de nuestro rating en el mes de enero, así como en las llamadas que hemos recibido en las cuales se solicita información sobre nuestros contenidos y se han atendido dudas sobre la captación de la señal. Durante el presente año. Se atendieron un total de 3. 500 llamadas de televidentes interesados en Canal 22.

Por esta vía se ha ubicado el tipo de problema de captación de la señal, las zonas donde existen dificultades en este sentido y los intereses específicos del auditorio. También a partir de las llamadas, se esta integrando una base de datos de nuestro tele auditorio.

A partir del mes de abril se inicio la segunda etapa de la campaña publicitaria. Es decir, la de mantenimiento, que respalda la imagen creada en la primer etapa y ha permitido delimitar la plataforma creativa a partir de los resultados detectados en los primeros tres meses de promoción. Esta segunda etapa incluye difusión en prensa, radio y espectaculares promociones especiales y participación del canal en eventos culturales y espacios universitarios.

B) Ratings

El registro de los ratings cotidianos del canal, se realiza a través de la empresa IBOPE, acaso la más seria en la medición de audiencia. A poco más de un año de iniciadas sus transmisiones, se ha elevado sensiblemente el teleauditorio que ha encontrado una nueva opción televisiva en la novedosa programación del canal.

Al hacer una medición de la audiencia en junio de 1993 a junio de 1994, determinando con ello el grado de aceptación de la programación. Los ratings medidos por IBOPE, reflejan un incremento del 80.60% en nuestro auditorio con respecto a la medición efectuada al inicio de las transmisiones.

La producción fue otro de los aspectos que modifica el quehacer en la cultura por medio del canal el tratar de establecer una programación sustanciosa atractiva fue entonces durante 1993 que el Canal 22 recibió más de 200 proyectos de producciones nacionales.

De estos, 9 ya han sido realizados en series de 13 programas de media hora de duración, que se difundieron semanalmente. En el caso de las series "tratos y Retratos", "Universos Privados", "Libros y Autores" y "Galería Plástica", su producción y transmisión se mantiene hasta la fecha.

Las producciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA): "Divagarte", "Encuentros y Desencuentros", "Los Caminos de lo Sagrado", "Águila o Rock" y "Hacia la tercera Bienal de Video", han contribuido a enriquecer la programación de Canal 22.

Entre las producciones propias está el "Noticiero 9:30" que transmite desde nuestra salida al aire de lunes a viernes. Ha realizado hasta julio de 1994, 280 emisiones. Difundiendo el acontecer cultural de México.

"Revista 22" programa editorial, de entrevistas y reportajes, que se transmite los sábados a las 20:00 horas, ha realizado hasta julio de 1994, 58 emisiones.

A partir de diciembre, el canal produce y difunde de lunes a viernes, un avance noticioso ("Índice 22") de 3 minutos a las 19:00 horas y un resumen de 15 minutos con lo más sobresaliente de la actualidad cultural, a las 00:00 horas.

Otra producción propia es el programa "Échale un lente" que ha transmitido ya 90 emisiones, apoyando la barra infantil de nuestra emisora.

Se dio atención a la labor de doblaje y subtítulaje, realizándose más de 1,200 horas en este rubro.

Para satisfacer las necesidades de tiempo de pantalla se procesaron alrededor de más de 70 mil horas de servicio en los rubros de producción y postproducción.





Actualmente se producen 12 series de trece programas especiales, alcanzará también una hora diaria en promedio.

Si a esto se agrega la producción de cápsulas mensajes y anuncios, cartelera diaria autopromocionales, promocionales específicos y cortinillas, la producción nacional alcanzará la meta propuesta del 40% de tiempo de transmisión.

En el área de producción generará durante este año un mínimo de 300 horas de material de transmisión y 70,000 horas en servicios de producción y postproducción.

Se realizó un convenio general de colaboración con el Centro de Producción de Programas Informativos y Especiales (CEPROPIE), para poder utilizar sus instalaciones en beneficio de nuestras producciones.

En el ámbito internacional Canal 22 realizó varias coproducciones con RM, tales como las operas "Turandot" y "Capriccio", la serie de "The Sorrow of Belgium", "Kaguyahime" de Jiri Kylian. "El Camino de Santiago", el documental "Das Bauhaus" y, dentro de la serie "Masterworks", los capítulos dedicados a cinco muralistas y cinco pintores mexicanos. En esta coproducciones participo el canal cultural europeo ARTE, la BBC, France 3, Channel 4, Televisión Española y Arts & Entertainment.

Por otra parte llevaremos a término las negociaciones con la productora y distribuidora ITEL, para coproducir la serie "Con el amor no se juega", de Gabriel García Márquez.

Durante 1993 y 1994, la comercialización se ha realizado entre los anunciantes de México una labor de difusión tanto de la programación como de los planes comerciales que se han diseñado la venta de espacios publicitarios.

Se ha venido desarrollando la estrategia de efectuar acercamientos con los anunciantes, sin descuidar las agencias de publicidad, apoyándola con información general sobre nuestra emisora, relacionada con la respuesta del público a la transmisiones resultado de auditorias de campo, participaciones

Recursos Materiales

El 14 de agosto de 1992 se constituyo el Comité de adquisiciones, arrendamientos, servicios y obras pública, cuyos objetos, políticas, integración y funciones se integran en un manual fundamentado en el marco jurídico existente. Las acciones del Comité han obedecido a la normatividad vigente y garantizan la eficiencia en las aplicaciones de recursos. Los ejercicios de los diferentes capítulos y rubros han sido debidamente sancionados.

En lo que se refiere a recursos materiales y servicios, se determinaron los sistemas, controles y procedimientos de trabajo, con el objeto de asegurar la eficacia en el desarrollo de las acciones y eficacia en los resultados. Por otra parte, se avanzó en el establecimiento de registros computarizados en la requisiciones, inventarios, existencias de almacén, lo que permitió una toma de decisiones con base en información oportuna y verídica.

Conforme al calendario establecido en 1993 se celebraron siete sesiones ordinarias del Comité de adquisiciones y se llevaron a cabo las licitaciones siguientes: del Sistema radiador Omnidireccional; del Sistema Automatizado para la Continuidad del la Programación del Control Maestro (Cartuchera), para la construcción de la casa-habitación en el Cerro del Chiquihuite, para la adquisición de Sistemas Portátiles Betacam SP, Unidad Móvil (vehículo acondicionado) y su equipo correspondiente y del equipo Electrónico para el estudio de televisión.

Con base en estas licitaciones se ejerció en su totalidad el presupuesto asignado.

En el primer semestre del año en curso, se elaboraron las bases para las licitación pública internacional del nuevo equipo de transmisión. Se verificó por otra parte, el cumplimiento en tiempos de entrega y especificaciones de las licitaciones del año anterior.

Se actualizó asimismo y conforme a la nueva Ley de Adquisiciones y Obras Públicas, el Manual de Integración y Funcionamiento del Comité de Adquisiciones para el ejercicio presente.

Finalmente se instrumentó un programa de inventarios de activos fijos (CAFI).

Recursos Financieros

Por lo que toca a los recursos financieros, Canal 22 inicia sus actividades con un préstamo por la cantidad de \$3, 400 millones de pesos. El presupuesto de 1992 fue de 32 mil millones de pesos, más una ampliación líquida de \$ 3, 400 millones de pesos igual al préstamo inicial. Por lo tanto, el presupuesto para 1992 fue de 35, 400 millones de pesos. Este presupuesto se recibió el 8 de diciembre de 1992 y el 31 del mismo mes se ejerció la cantidad de 18, 814 millones de pesos y se comprometieron 12, 045 millones de pesos, quedando un remanente de 4, 540 millones de pesos para marzo de 1993 ya habían sido comprometidos. Para ejercer estas dos últimas cifras se llevaron a cabo una serie de trámites ante el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

El presupuesto autorizado para 1993 fue de 60 millones de nuevos pesos.

Al 31 de diciembre y conforme al Estado de Ejercicio del Presupuesto definitivo, se registró un ejercicio presupuestal, de \$ 59, 349, 660. 06 que representa el 95.0%



En lo que se refiere a recursos materiales y servicios, se determinaron los sistemas, controles y procedimientos de trabajo, con el objeto de asegurar la eficacia en el desarrollo de las acciones y eficacia en los resultados. Por otra parte, se avanzó en el establecimiento de registros computarizados en la requisiciones, inventarios, existencias de almacén, lo que permitió una toma de decisiones con base en información oportuna y verídica.

Conforme al calendario establecido en 1993 se celebraron siete sesiones ordinarias del Comité de adquisiciones y se llevaron a cabo las licitaciones siguientes: del Sistema radiador Omnidireccional; del Sistema Automatizado para la Continuidad del la Programación del Control Maestro (Cartuchera), para la construcción de la casa- habitación en el Cerro del Chiquihuite, para la adquisición de Sistemas Portátiles Betacam SP. Unidad Móvil (vehículo acondicionado) y su equipo correspondiente y del equipo Electrónico para el estudio de televisión.

Con base en estas licitaciones se ejerció en su totalidad el presupuesto asignado.

En el primer semestre del año en curso, se elaboraron las bases para las licitación pública internacional del nuevo equipo de transmisión. Se verificó por otra parte, el cumplimiento en tiempos de entrega y especificaciones de las licitaciones del año anterior.

Se actualizó asimismo y conforme a la nueva Ley de Adquisiciones y Obras Públicas, el Manual de Integración y Funcionamiento del Comité de Adquisiciones para el ejercicio presente.

Finalmente se instrumentó un programa de inventarios de activos fijos (CAFI).

Recursos Financieros

Por lo que toca a los recursos financieros, Canal 22 inicia sus actividades con un préstamo por la cantidad de \$3, 400 millones de pesos. El presupuesto de 1992 fue de 32 mil millones de pesos, más una ampliación líquida de \$ 3, 400 millones de pesos igual al préstamo inicial. Por lo tanto, el presupuesto para 1992 fue de 35, 400 millones de pesos. Este presupuesto se recibió el 8 de diciembre de 1992 y el 31 del mismo mes se ejerció la cantidad de 18. 814 millones de pesos y se comprometieron 12. 045 millones de pesos, quedando un remanente de 4, 540 millones de pesos para marzo de 1993 ya habían sido comprometidos. Para ejercer estas dos últimas cifras se llevaron a cabo una serie de trámites ante el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

El presupuesto autorizado para 1993 fue de 60 millones de nuevos pesos.

Al 31 de diciembre y conforme al Estado de Ejercicio del Presupuesto definitivo, se registró un ejercicio presupuestal, de \$ 59. 349. 660. 06 que representa el 95.0%





del total de gasto autorizado en el año. El 5.0% restante se refiere a economías del ejercicio que resultaron del capítulo 1000, 3000 y 6000.

El presupuesto original autorizado por la Secretaría de Educación para el ejercicio presupuestal de 1994, asciende a \$ 62, 333, 800. 00 de los cuales el 17.8% el 5.3% y el 67.9% se destinaron para cubrir el gasto que se origine en los capítulos 1000, 2000 y 3000 respectivamente. Asimismo, se programó realizar un gasto en inversión por un monto de \$ 5, 600. 000. 00.

Por lo que toca a las normas, lineamientos en materia de presupuestal, contabilidad, ingresos, financiamiento, inversión y administración de recursos financieros, se realizaron registros de control presupuestal por capítulo y partida; programas de computo para el control presupuestal; sistemas de registro y/o control contable; sistema de información periódica (de fondos disponibles en cuenta de cheques e inversiones de valores, etc.), registro y control de contratos, conciliaciones bancarias, estados financieros y otros.

Una gestión planeada, el apego riguroso a la normatividad, el fortalecimiento de la estructura programática y el control presupuestal de la entidad ocuparon los esfuerzos del segundo semestre del año pasado en lo que toca el área de cursos financieros.

El Registro Contable apuntó a la regularización de la situación contable de la institución. La constitución y reestructuración de nuestros sistemas de registro contable implementaron un sistema electrónico de registro y aplican un sistema de registro por Centro de Costo. Se trabajó igualmente en el mejoramiento del manejo de las disponibilidades financieras.

En el primer semestre del año, los esfuerzos se encaminaron a consolidar las bases necesarias para lograr una gestión plasmada en la definición de sistemas y procedimientos, en apego riguroso a la normatividad paraestatal que Canal 22 debe cumplir como entidad pública.

En el área presupuestal llevo a cabo la apertura del ejercicio 1994 por tipo de programa y partida específica de gasto; entro en cooperación un sistema electrónico de registro para el control presupuestal y se diseñaron sistemas de información para la generación de información hacia el exterior de nuestra institución, sobre todo en lo referente al Sistema Integral de Información.

En materia de Registro Contable las actividades se concentraron en cubrir dos grandes líneas de acción. La primera, preparar los documentos y soportes de trabajo para que pueda llevarse a cabo el Dictámen Financiero a los Estados Contables de Canal 22 correspondientes al año de 1993. La segunda, efectuar el registro contable de los ingresos y gastos de nuestra institución durante el periodo evaluado.

Durante 1993 se realizaron 11 auditorías conforme al Programa Anual de Control de Auditoría aprobado por la Secretaría de la Contraloría General de la Federación.

relevantes reportadas a la Secretaría. Conforme el Programa de Cierre de la Administración se entregaron los reportes informativos requeridos por la Secretaría de la Contraloría. Se realizaron además tres sesiones del Comité de Control y Auditoría y se aprobó su reglamento interno de funcionamiento.

Entre enero y junio de 1994 se efectuaron once auditorías cuyas observaciones fueron reportadas ante la Secretaría de la Contraloría. Se continúa avanzando en el Programa de Cierre de la Administración y atendiendo las observaciones de la Secretaría de la Contraloría General de la Federación.





2. Ubicación

Para iniciar sus operaciones canal 22 no contaba con un estudio de televisión razón por al cual fue necesario arrendar un foro a los estudios Churubusco ubicados en la calle de atletas #656.

El Foro tiene características significativas para el desarrollo de programas que se empezaron a transmitir desde esta misma ubicación.

Esta situado en la parte posterior de los estudios churubusco se puede considerar que es uno de los últimos foros y de los mas grandes en el costado, en su parte frontal se puede observar el Instituto Nacional de las Bellas Artes y sobre el ala contigua la avenida Rio Churubusco.

Descripción interna

A pesar de ser un foro utilizado para realizar películas fue ambientado bastante bien, fueron adaptados 2 estudios o foros de grabación amplios y aclimatado listos para grabar.

En el interior, la construcción refleja contratiempos en sus corredores tiene desniveles y muchas esquinas para rodear las oficinas los muros de altura tiene 3.5 metros de alto y las paredes gruesas realizadas para retener el sonido los corredores son angostos, es difícil la circulación a las zonas interiores y áreas administrativas sin embargo la distribución del edificio permite tener áreas bien delimitadas evitando la invasión de suelo y el desmejoramiento de las funciones internas.



Vista frontal de la fachada del edificio ubicado dentro de los estudios Churubusco implementación de la nueva imagen.

El edificio contiene las siguientes secciones:



Planta baja

Recepción
Islas de edición noticias
Jefatura estudios y postproducción
Estudio A
Cabina estudio B
Postproducción B
Cabina estudio B
Dirección de mantenimiento
Gerencia de operaciones
Jefatura de sistemas portátiles
Sistemas portátiles
Mantenimiento
Producción sin frontera
Sindicato
Almacén de partes electrónicas
Islas de edición noticias
Producción cultura e línea
Elevador de carga
Extinguidores
No fumar
Baños
Peligro electricidad

Primer nivel

Sala de copiado
Pro tools
Subtitulaje
Noticiero
Producción noticias
Redacción
Administración
Videoteca
Mantenimiento electrónico
Dirección de transmisión
Gerente de transmisión
Master
Electromecánicos

Segundo nivel

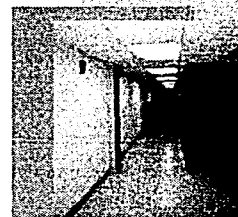
Producción luz verde
Promocionales
Continuidad
Control técnico

Tercer nivel

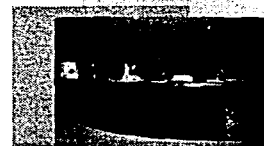
Informática
Asistencia de la Subdi-
rección técnica



Continuidad



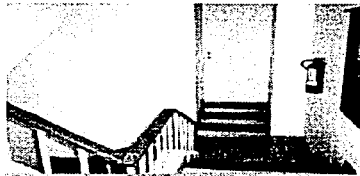
Informatica



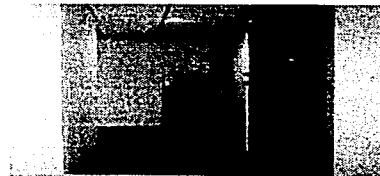
Recepción



Planta baja



Escaleras Tercer piso



Entrada a las salas de Edición



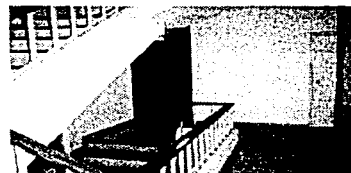
Escaleras Tercer Nivel



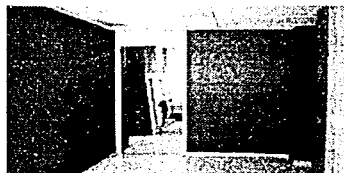
Escaleras Segundo piso



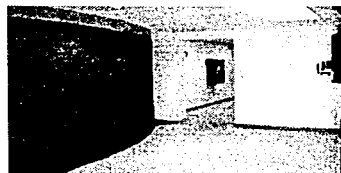
Escaleras Segundo Nivel



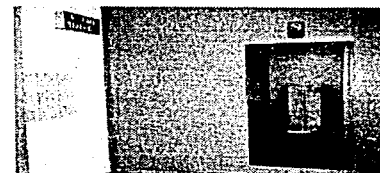
Escaleras Primer piso



Estudio B



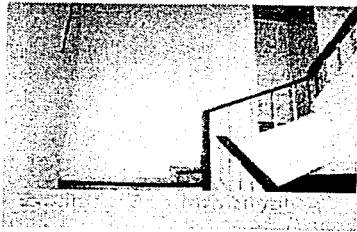
Esquina recepción



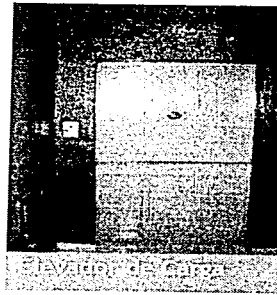
Entrada estudio de grabación A



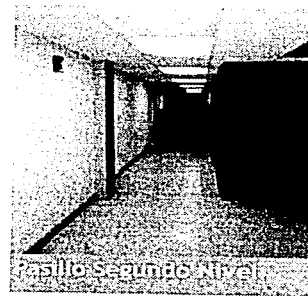
SAFEMARTSA



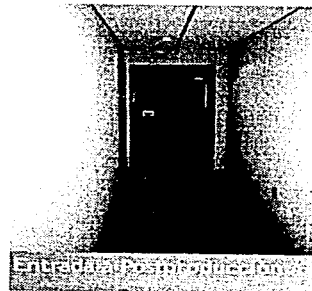
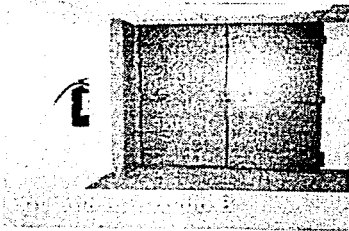
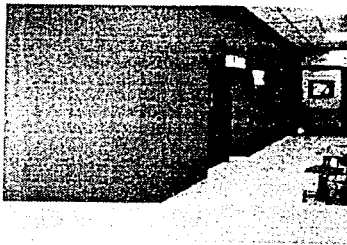
Segundo Nivel



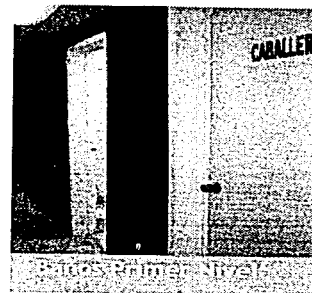
Clavido de carga



Pasillo Segundo Nivel



Entretramos primer nivel



Entretramos Primer Nivel

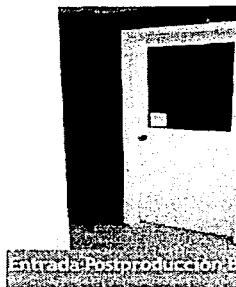
Edificio de la Sanidad Quinto



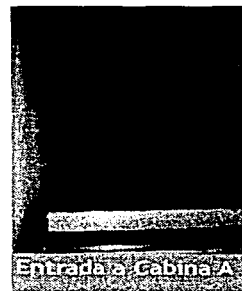
ALTERNATIVA



Pasillo Segundo nivel



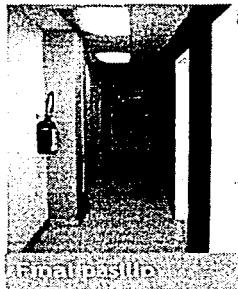
Entrada Postproducción B



Entrada a Cabina A



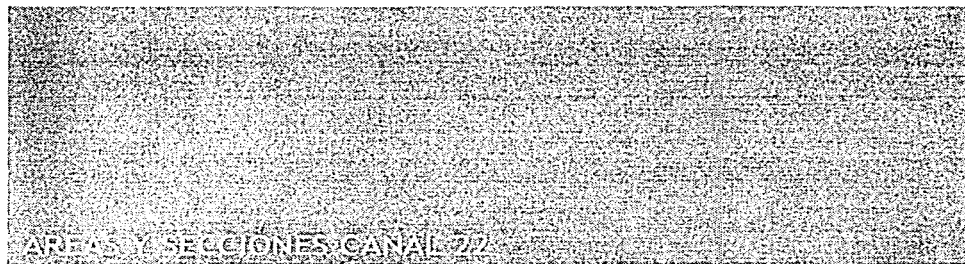
Pasillo Planta Baja



Final pasillo

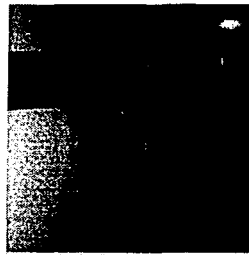
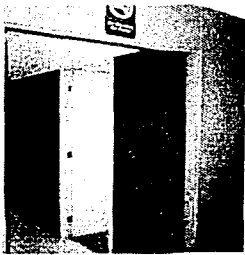


Inicio de edición



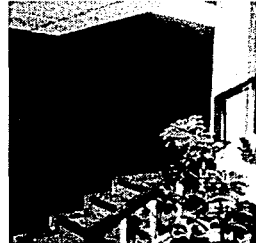
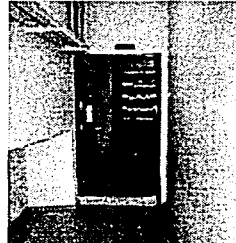
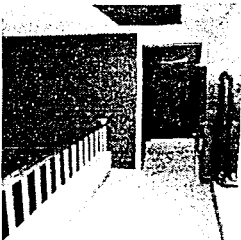
AREAS Y SECCIONES CANAL 77

Almuerzo y cena



Cabina de Elevador

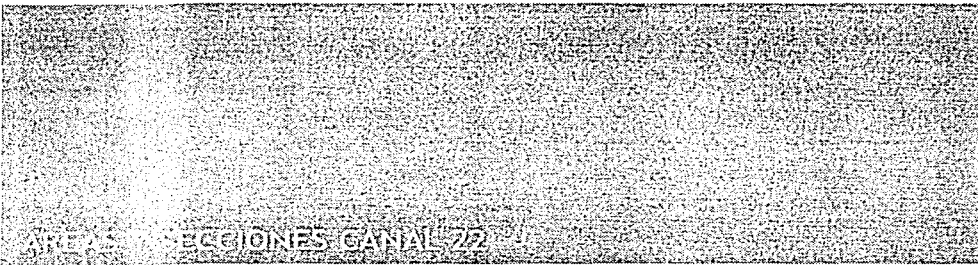
Oficina Administrativa



Corredor de Pasajeros

Entrada Videoteca

Escalera Planta Baja



ÁREAS SECCIONES CANAL 7/2

Foto: Cesar Sánchez Cisneros



3. Antecedentes Gráficos

Al entrar el nuevo milenio canal 22 cambia su identidad con el fin de proyectar una nueva imagen diferente fresca y un tanto juvenil su meta atraer mas tele auditorios con ese perfil y renovar las producciones y el manejo de todo el canal con el cambio de gobierno el canal vino a reestructurarse muchas ideas se proyectaban en una mesa llena de gente nueva dispuesta aportar lo mejor en salud para producir. uno de estos cambios fue su logotipo, su identidad que estaría reforzada por una campaña publicitaria que continuaría con los objetivos locales y los renovados objetivos.

La identidad gráfica anterior describía intensamente lo que el canal pretendía ser, una fuente de transmisión cultural dedicada a la sociedad como un servicio de poner al alcance de tus manos una ventana al mundo en lo a cultura se refiere.

La identidad hizo funcionar al canal generalmente bien en varios países del mundo se reconoció y en varios premios de televisión se hizo presente demostrando sobriedad y esperanza por alcanzar las alas a favor de la transmisión de programas ricos en contenido y rescatables de la vasta comercialización que predomina.

3.1 El logotipo

Era en su totalidad descriptivo se presento muy unificado propuesto simétricamente y sostenido por encuadres y elementos muy propositivo, era equilibrado y guardaba muy buena proporción con una sintáxis completa formada por la representación de los números de el canal de transmisión dispuestos dentro de un cuadrado que los protegía al generarse un ambiente de calidad y buen funcionamiento.

El azul elegido estratégicamente por sus cualidades denotativas como inteligencia, seriedad, ciencia etc.

Moldeaban un esquema practico de lo que el canal tenia que ser se desarrollaron la siguientes aplicaciones necesarias para la presentación del canal y su evolución

- Tarjetas
- Hojas membretadas
- Sobres etiquetas distintivas
- Contenedores
- Artículos promocionales y de uso interno



3.2 Nueva identidad

El logotipo

Con una estructura formal pero muy abocado a los recursos tecnológicos se construye este logotipo que vendrá a sustituir al logotipo anterior con un cuadrado como base y tres colores contrastados una tipografía llamada Trebuchet MS hacen de este logotipo el claro salto del canal 22 a la modernidad. colores que en pantalla resaltan y llaman la atención, un recuadro cubre al tipografía que denomina el numero 22 calando el 2 sobre plata amarilla de pantone 116 CVC en proporción y referencia de la mitad del cuadrado. el azul 2738 CVC, que lo rodea en un recuadro que soporta la carga visual generada del centro hacia los lados neutralizando los colores. de la otra parte proporcional se plasma el otro dos pero en plata con un verde de pantone 361 CVC, este juego tipográfico no por forma si no por color permite muchas posibilidades de adaptación del logotipo a otras formas.

Las aplicaciones del logotipo en medios impresos favorecen en el contexto de color le dan un ambiente contemporáneo y una juventud y renovación que en un canal cultural no se veía.

Todas las aplicaciones en papelería así como en medio impresos será realizada con este nuevo logotipo que en su forma recae una estructura formal del carácter cultural que nuestro país guarda pero no alcanza la proyección necesaria.

3.3 Detección de Necesidades

Con un problema real en las instalaciones se encuentra canal 22 no existe un sistema señalético propio de un televisora tan importante.

La necesidad de tener una guía visual y lograr una identificación dentro y fuera de las instalaciones. Con la incursión de un nuevo logotipo canal 22 trata de reestructurarse de aquí el surgimiento de esta necesidad del problema de no contar con un programa señalético adecuado.

En las instalaciones se detecta un acceso complicado desde que uno entra en el edificio. los corredores son angostos y la construcción parece girar desde adentro, tres niveles la componen dos de ellos son mas accesibles que el otro, así que la pertinencia de colocar señales de todo tipo es para orientar de manera pertinente a todos los usuarios de esta televisora para que continuen con su labor cultural.



CONACULTA

Nuevo Logotipo de
CANAL 22
Tipografía Trebuchet MS
Pantones azul 2738, verde 361
amarillo 116 2x CVC



Resumen Capítular

Desde el inicio de esta televisora se ha pretendido realizar una labor que resulta muy difícil en estos tiempos desde la proclamación de los intelectuales reunidos para elaborar una carta hacia el presidente electo en esos años hasta nuestros días a sido un continuo trabajo desgarrador por alcanzar un nivel cultural trasmisible, sin embargo con el paso del tiempo canal 2 se cimienta y evoluciona de manera constante con el cambio de presidente de CONACULTA y con la nueva administración canal 2 regresa con mas fuerza presupuestada con los recursos financieros que generosamente se aportaron, cabe resaltar la importancia de la antigua administración que robo cámaras en anteriores años llevando al canal a premios y mas premios tan solo con leer la barra de programación que tenían en tiempos pasados nos damos cuenta de la importancia de esta televisora, con el paso de este capítulo pudimos captar la esencia de esta empresa paraestatal y percibir su interés con desarrollar y llevar la cultura a todo el pueblo.

En estas páginas encontramos parte esencial del proyecto al detectar también necesidades propias de identificación consigo mismo y con los retos que aparecerán en futuros cercanos este capítulo ayudará a entender la personalidad de canal de televisión enfocando al cultura para nuestra representación en los ojos del mundo.



LA CONACULTA

Capitulo 2

Capítulo II



1. Comunicación

1.1. Comunicación y Diseño

Una de las actividades humanas que todos reconocen es la comunicación tan simple como parece el siempre presente acto de hablar unos con otros, la difusión de la información como se plantea en lo escrito por John Fiske en la introducción a la teoría de la comunicación donde se analizan diversos modelos comunicacionales así como todos los elementos necesarios para que este fenómeno ocurra, se define el término comunicación que para muchos es un simple conjunto de códigos funcionales pero para Fiske es:

*Una de las actividades humanas que todo el mundo reconoce*¹, pero necesariamente una gran variedad de enfoques para revisarla, toda comunicación necesita de dos operantes: el signo y el código reconocibles entre sí y necesarios para transmitir o recibir códigos. los códigos son los sistemas de organización de los signos, éstos determinan como se interrelacionan. Para funcionar necesitan de otros operantes los cuales son: el canal, el medio y el código.

Se da una de las definiciones mas acertadas sobre la comunicación es fácil de definir para esto nos basamos en la necesidad de un canal, un recurso físico por medio del cual se trasmite la señal, los canales principales como Fiske lo menciona son las ondas sonoras, las ondas de luz, las ondas radiales etc.

El medio es, la forma técnica o física de convertir el mensaje en una señal capaz de ser transmitida a través del canal. Es decir un medio es la tecnología de la radiodifusión es lo que constituye el medio de la radio, otros medios relevantes son los medios presenciales. la voz, la cara, el cuerpo, utilizan los medios naturales, los medios representativos son otro importante fuente de transmisión en los cuales se encuentran contenidos los libros las pinturas las fotografías, la escritura la escultura, etc. Y por último los medios mecánicos esenciales como el teléfono, la radio, la televisión, son transmisores para los anteriores medios.

El código mencionado antes *es un sistema de significados en común para los miembros de una cultura y subcultura*² su componente son los signos, éstos, combinados forman mensajes mas complejos resalta la importancia de estudiar el código cuando el medio y el código tienen los mismos límites pero por ser el uso significativo que se da al medio.

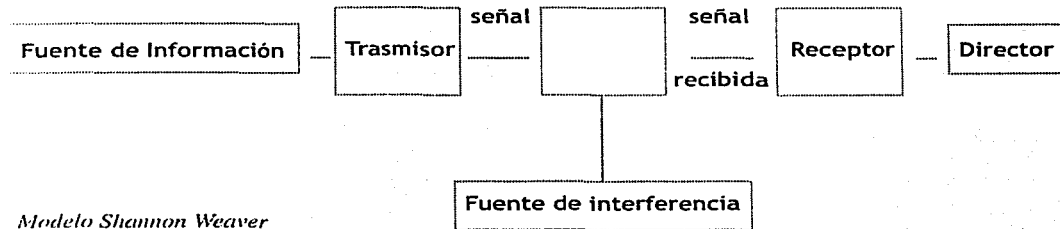
1. Fiske, John Introducción a la teoría de la comunicación pág. 13,14



La comunicación es la transferencia de un mensaje de A a B y sus principales intereses están en el medio, el canal, el trasmisor, el receptor, la interferencia y la retroalimentación, por ser relacionados con el proceso de enviar un mensaje.²

Para que la comunicación ocurra, la persona a quien la dirijo comprenda lo que significa el mensaje, es necesario la creación del mensaje con signos. La semiótica.

Modelo Comunicacional



Modelo Shannon Weaver

Con el medio el canal y el código combinados para la creación de mensajes el diseño se manifiesta como una comunicación específica conjugándose en él de una manera propia.

El diseño se sitúa de dos maneras en este enfoque, la particularidad de cada diseñador, la actitud social, que se da cotidianamente para que el diseño cumpla con las necesidades comunicacionales que se le presentan, como la comunicación visual siempre presente en la vida social y representante del diseño, correlacionado, para producir mensajes y representar imágenes que han cobrado una importancia en la comunicación al momento de interactuar y relacionarse para crear un símbolo y éste a su vez crear un signo, análogamente todos ellos conservando su significado

1.1 Definición de comunicación visual

La comunicación visual se maneja desde el punto de conceptualizar y materializar gráficamente al lograr sistemas que visualmente estuvieran cubiertas por signos y símbolos con sus representaciones gráficas que eran meramente figurativas representaban personas y cosas, poco después se convirtieron en conceptos que son y serán estudiados por la semiótica. La esencia de la comunicación visual.

El descubrimiento de los conceptos podían materializarse gráficamente, motivo de intelecto al logro de sistemas visuales conformados por signos y por símbolos. Los gráficos son fuente de mensajes concebidos de acuerdo con las mas estrictas normas de la comunicación visual por lo que su creación requiere desarrollarse por especialistas. Se vuelven importantes en el ámbito promocional y necesarios por la forma de inducir o tomar preferencia dentro de los servicios de los productos. La simbología adquiere mayor preponderancia dentro de los nuevos sistemas visuales de comunicación al crearse una problemática de retención mental por ser propósito de diferenciar y retener adecuadamente las imágenes



2. La semiótica

Como lo menciona Guillermo de la Torre Rizo en su libro la *“Introducción a la comunicación visual”*:

La ciencia ordenadora de los diversos sistemas de comunicación es la semiótica. la cual estudia los signos y símbolos que están relacionados con un significado preciso y claro plantea al mismo tiempo las bases que deben ser aplicadas a los sistemas generadores de imágenes de comunicación.³

Es necesario e importante dar una definición concreta de la semiótica antes de mencionar algunos de sus campos visuales.

La semiótica es la ciencia que estudia el significado de los signos, su objetivo es el estudio de todos los sistemas de signos que en forma espontánea o intencional nos envían mensajes visuales.

Todos los signos de cualquier tipo portador hacen que el campo de la semántica sea muy amplio. la zoosemiótica, pralinguista, cibernética, biónica, cinésica.

Campos de la semiótica visual

- a) sistemas cromáticos
- b) vestuarios
- c) sistemas audiovisuales
- d) sistemas verbo visuales así que los campos donde la semiótica actúa resultan ser comunicacionales y derivarse de signos y de códigos.

3. Torres Rizo, Guillermo de la Torre. *Introducción a la Comunicación Visual* pag.7-9



La semiosis, uno de los derivados de la semiótica, que en definición es *El proceso de funcionamiento de los signos para transmitir un significado* ⁴ para Torres Rizo en toda semiosis existen cuatro elementos:

- El signo o significante
- El significado
- El interprete
- Y la interpretación

Es claro que la semiótica va a determinar el carácter de interpretación en validez con los niveles que se manifiestan dentro de la semiosis.

2.1 Elementos Semióticos

En la comunicación se establece un mensaje, el cual cifra el emisor. se recoge esta señal y la convierte en un solo mensaje por señal entendemos a todo elemento que se origina para la transmisión de mensajes; tiene un principio si el emisor desea transmitir un mensaje existen elementos en el proceso que surgen de dos conjuntos primordiales:

Los de un conjunto de señales y los de conjunto de mensajes admitidos a partir de señales. ⁵

Una señal puede transmitir muchos mensajes. a estas variantes se les conoce como significado de la señal donde se hace referencia al contenido interno del mensaje, un ejemplo que se maneja en el libro de Aicher con una señal sobre un disco con orla roja y la cifra 100 tiene el mismo significado aún si la orla aumenta de grosor estas variantes que permite el significado se le conoce como significante de la señal y se refiere al contenido externo y visible del termino estos dos elementos son indispensables para que exista la comunicación.

Con la relación que se da entre significado y significante se individualiza de otros significados y significantes de una conexión se establece lo que se conoce como **signo o sema**, también llamado.

Con estas premisas de los elementos necesarios para el proceso de comunicación conforme con lo que se revisa en este capítulo se procederá a ampliar la información de estos procesos que en diferente formas es visto como el término indispensable.

En su estudio se establecen dimensiones para su amplio entendimientos estas son:

La semántica estudia la relación que hay entre el signo y el sujeto o concepto que representa.

4. Idem 22-25

5. Ott, Aicher, Martín Kramper Sistemas de Signos en la comunicación Visual pag. 32-35

La sintáctica *estudia la relación del signo con su sistema y la relación de entre símbolos.*

La pragmática *estudia la relación entre los signos y usuarios.*⁶



En el estudio de los signos estas son otras definiciones a considerar el ícono. Aicher plantea el ícono y los define de esta manera:

Se forma a imagen del objeto y por lo tanto tiene ciertas características comunes con el objeto y su circunstancia. Ejemplo: La silueta de un peatón en la señal de tráfico.

El índice –Representa la acción directa con el objeto y las circunstancia.

El símbolo –Representa el objeto independientemente de las características externas o materiales según una norma convencional ejemplo: Triángulo para indicar peligro, círculo para prohibición, cuadro para indicación.⁷

Así las definiciones darán solo una perspectiva de lo que nuestro proyecto va a desarrollar de estos elementos se basan los conceptos de definición para las imágenes a representar.

Dentro de estas dimensiones en necesario contar con terminologías que nos ubiquen dentro del significado real de cada dimensión, en el caso semántico, la denotación como acción de mostrar la representación al ser objetiva explícita y precisa, el conotar como conjunto de conceptos e ideas que se relacionan indirectamente con el significado de un gráfico.

En el caso sintáctico, estructurar expresa la acción de conjugar trazos y valores de la expresión estética necesarios para la realización de un gráfico, el relacionar como la acción de vincular el significado de varios gráficos en forma secuencial con el fin de obtener una información completa, como término pragmático nos queda el de expresar la función que tienen los gráficos al transmitir un mensaje visualmente.

6. Ibidem pág. 38

7. Idem pag. 17-18



2.2 Niveles Sígnicos

La definición de tres elementos de relación del signo para su comprensión y qué van a determinar el carácter del sistema de señales por construir son los niveles Sígnicos.

La interpretación de los signos en su estudio nos sitúa en niveles de configuración que se basan en un orden, se mencionaron las definiciones de la dimensiones para el estudio de los signos al seguir soportados del libro de Torres Rizo son:

La Semántica, La Sintáctica, La pragmática

La Semántica

Es el estudio de la relación entre los gráficos y el significado implícito de acuerdo a la función que realizan^s su principal objetivo de esta dimensión es el análisis de los conceptos involucrados en el significado. cuestiones como, qué, con qué, para qué, controla metodológicamente la gestación formal figurativa de los elementos gráficos con el fin de que sean precisos en su motivación. denotación y significado. Existen consideraciones semánticas que se deben tomar en cuenta para la construcción de un símbolo, para concretar sus objetivos:

- A) Tipo de significante al que pertenece, establecer parámetros de diseño.
- B) Objetivo secundario del significante enfoque del diseño.
- C) Motivación gráfica que debe denotar el significante.
- D) El significado que debe de contener desde el punto de vista semántico.

Se debe tener en cuenta otras implicaciones sintácticas presentes en el aspecto formal del significante. la claridad. en su concepto figurativo, la proporción, el equilibrio de la estructura formal, por último debe hacerse un análisis de la expresión pragmática del significado si se tiene el mensaje completo o necesita auxiliarse de otro gráfico y si el diseño esta dentro de la normas establecidas para generar una buena comunicación.

Estas son algunas de la variantes semánticas de acuerdo al aspecto figurativo:

- a) **la motivación analógica:** Que representa la denotación gráfica o imagen de un sujeto real, dentro del ámbito en el cual se usará esta imagen es de tipo icónico y recibe el nombre de pictograma.
- b) **de motivación homológica:** Con la representación gráfica de una forma convencional su configuración puede ser abstracta o geométrica y denota formas irreales de invención humana, estas formas tienen significados arbitrarios como las letras del alfabeto o los señalamientos urbanos.

Se les conoce como constantes semánticas a tres elementos que trabajan de forma integral y que no pueden separarse el uno del otro, aquí el significante puede ser

cualquier gráfico, por ser portador del concepto, el significado es el mensaje que contiene un significante. se debe expresar de forma clara y fácil trae consigo una serie de connotaciones implícitas al complementar subjetivamente el mensaje. la función es el objetivo para el cual fue diseñado el significante.



Éstos son los tipos de significantes:

De acuerdo al tipo de motivación gráfica que denoten y la función a desempeñar

- A) **Significante icónico:** Denota el simple sujeto y tiene un significado directo.
- B) **Significante simbólico:** Representa una forma real y conocida pero con significado convencional, de aquí se derivan tres tipos de clasificaciones.

La de tipo característico aquellos que cuya motivación gráfica denota una figura que recuerda, la función que desarrolla la empresa que representa.

Los de tipo abstracto que tiene un significado completamente arbitrario son de formas inventadas sean denotaciones geométricas o formas abstractas y los de tipo común y universal, que son formas figurativas que denotan objetos y personas o animales su significado es altamente simbólico y tiene connotaciones mas complejas.

La dimensión sintáctica

Es el estudio de la relación de los significantes entre sí y la relación que guardan con su propia estructura, están divididas en:

- A) Estructura formal que es el estudio de los elementos visuales que integran a la figura y la forma de los significantes.
- B) La estructura relaciona el estudio de las relaciones que hay entre significantes como parte del sistema de comunicación.

Así dentro del diseño gráfico estas estructuras convienen para generar dos importantes campos que sirven para su complementación estos son:

La **estructura armónica** que es el estudio de la estética y sus leyes de percepción, el objetivo principal es la estructuración armónica de las formas.

Los **sistemas visuales** de comunicación que son el estudio del funcionamiento de las normas de visibilidad su objetivo se dirige a la normalización y del uso adecuado de los sistemas de información gráfica.

La **estructura sintáctica** es la combinación de varios elementos que según Torres Rizo se integran para dar forma tangible a una idea o concepto bajo una finalidad determinada al ser el modo en que los elementos se unen.



Cabe resaltar que los valores de la expresión visual son los elementos que se manejan dentro de un contexto visual con el fin de obtener una imagen armónica. Estos son: el punto, la línea, contorno, dirección, tono, color, textura, proporción, dimensión y movimiento.

La **dimensión pragmática** es la última en la configuración de los signos. Esta estudia la relación entre los significantes y los interpretés, para su estudio se divide en tres aspectos:

- a) La pertinencia y la potencialidad de las expresiones: la pertinencia es la parte integral de una cosa, aquello que le es propio pero que debe su existencia a un propósito determinado. Para el diseño la pertinencia corresponde a la correcta expresión de un mensaje.
- b) La actitud del interprete, que es toda persona que obtiene en forma intuitiva una información a través de una figura significativa, esto hace que el interprete vea, intuya e interprete y obtenga una información de cualquier elemento gráfico al relacionar la figura denotada con el concepto mental que ya tiene el objeto o situación representada.
- c) El significado como consecuencia, como expresión del significante al final del proceso de la semiosis, ésta representa la etapa donde se comprueba el verdadero contenido de los significantes.

Por último el proceso pragmático en el cual el interprete de los significantes es la mente a partir de un proceso mental que elabora conceptos mediante la unión de las impresiones visuales que son captadas a través de un análisis que se hace con diversas imágenes de sus propiedades y características.

En los sistemas de señales es importante también el estudio de *la semiología*.

Semiología: Enseñanza de señales y mensajes que forman signos a partir de la unidad dual de significado y significante.⁹

Teoría filosófica cognoscitiva. La semiótica se preocupa mas por penetrar en la praxis de la comunicación¹⁰, lo cual se vera reflejado posteriormente en las señales del canal 22, por ser la comunicación factor determinante en su imagen y en su función, así que se conciba al signo como elemento originador de relaciones¹¹.

9. Torres Rizo Guillermo de la Torre Introducción a la Comunicación Visual pag. 78

10. Idem pag. 79, 80

11. Idem pag. 87, 89

3. Señalización y Señalética



El proyecto en relación con el subtítulo es esencial para un óptimo desarrollo, en este nos ayudará a entender lo que es la señalética y lo que comprende para su estudio, esto vendrá a dar las bases para desarrollar un programa de señales al definir las diferencias entre señalización y señalética.

Por principio definiremos lo que es la señalética la definición fue extraída del libro de Joan Costa "*De la señalización al diseño de programas*" del cual en gran medida se establecerá este capítulo y será soporte teórico para el proyecto:

Señalética: Es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo es la técnica que organiza y regula estas relaciones.

Entendamos que la señalética nace de la ciencia de la comunicación social o de la información y de la semiótica, Constituye una disciplina técnica que colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio y la ergonomía bajo el vector del diseño gráfico.

La Señalética se aplica, al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio o en un lugar determinado para la mejor y mas rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y en las acciones.¹²

Al seguir estas definiciones estarán reflejados los principios teóricos que actuarán dentro de la práctica de el programa a desarrollar sustentando esta tesis acerca del problema de desarrollo de programas señaléticos.

Se maneja otra definición por parte de Joan Costa acerca del conocimiento en la señalética, el nos habla de *El conocimiento en la señalética es superficial, aunque utilitario, evidentemente provisional, y por tanto efímero, pero en cambio se requiere unívoco, preciso y seguro para todos los usuarios e inmediato*¹³

Con esto se define la comunicación señalética en un sistema de señales visuales o mensajes espaciales de comportamiento. Posteriormente analiza esto punto por punto.

12. Costa, Joan *De la señalización al diseño de programas*, pág 56

13. Idem pág. 12, 13, 14



- 1- **Sistema**, como un todo orgánico, o conjunto de partes coordinadas entre si, según leyes establecidas funcionalmente dentro de un programa.
- 2- **Señales** como estímulos breves que actúan en la sensación inmediata.
- 3- **Visuales** por ser la visión el órgano receptor gestáltico por naturaleza que registra instantáneamente configuraciones globales.
- 4- **Mensajes** contenidos informativos, a los resultados inmediatos de la percepción, las señales se comportan como elementos cognoscitivos de moda o de novedad.
- 5- **Espaciales**, porque los sistemas de señales mensajes no solo implican la superficie material, sino que es incorporada al entorno al situarse estratégicamente en el espacio, en puntos precisos.
- 6- **Comportamentales** en la misma medida que la señalética orienta, también propicia, propone, determina comportamientos en los individuos.

Con este complemento Joan Costa define también a la señalética como un sistema instantáneo e inequívoco de información por medio de señales visuales o mensajes espaciales de comportamiento.¹⁴

La reacción planteada en la comunicación señalética es de carácter mecánico o instintivamente, por reflejo funciona sin dirigirse por voluntad pero sí por consentimiento, así que no exige esfuerzos de atención ni de comprensión, actúa por sí misma y reacciona igual.

Un sistema de mensajes señaléticos no se impone, no pretende convencer, persuadir, inducir, la realidad de su función se basa en permitir una orientación, o ayudar al individuo a orientarse, en función de sus motivaciones, de sus intereses y de las mismas necesidades Incluso la señalética no pretende ser recordada, al introducirse gráficamente en la memoria de los individuos, pretende estar en un carácter discreto desapercibido.

Al presentarse de modo puntual para un uso individual y no masivo, al actuar el mensaje para influir al individuo en el momento y posteriormente borrarse inmediatamente de la inconsciencia, si bien la misión de la señalética sintetizadamente en la comunicación social es la ciencia de la señales en el espacio que constituyen un lenguaje instantáneo, automático universal, cuyo fin es resolver la necesidades informativas y orientativas de los individuos.

14. Idem pág. 18, 19, 22

Características de la comunicación señalética

Finalidad/ funcionalidad organizativa

Orientación/ informativo didáctica

Procedimiento/ visual

Código/ signos simbólicos

Lenguaje icónico / universal

Estrategia del contacto/ mensajes fijos en in situ

Presencia/ discreta puntual

Funcionamiento Automático / selectiva

Espacialidad/ secuencial discontinua

Persistencia memorial/ extinción instantánea. ¹⁵

Estas características permanecerán dentro del programa de señales al controlar la comunicación señalética y conservar los parámetros de construcción de señales valoradas en intereses culturales totalmente.

La señalética en su etimología como significado se busca dentro de las acciones empíricas de los individuos, al poner las señales con el fin de orientarse y al transformarse esta práctica en comunicación social, por último en el cuadro de la lingüística- etimológica

La comunicación como lo explica Joan Costa es Interacción, intercambio, de mensajes y actos. interactuar e intercambiar significa una transacción que esta implícita en las relaciones entre individuo y también entre individuos y mensajes técnicos, *En este sentido la interacción señalética supone la emisión de un mensaje y su recepción efectiva manifestada por medio de acto.* ¹⁶

Al realizarse a través de estas cuatro variantes.¹⁷

Acciones

Mensajes ————— mensajes

Mensajes ————— actos **Reacciones**

Actos ————— Actos

Actos ————— Mensajes

Inducciones

15. Idem pág. 45

16. Idem pág. 49

17. Idem pág. 57





Señalizar deviene de el impulso intuitivo convirtiéndose en una práctica empírica, que se desarrolla progresivamente en la medida que crece el numero de personas itinerantes y finalmente el placer de desplazarse, paralelamente con la aparición de la bicicleta y de otros medios móviles agregados al aumento de la velocidad.¹⁸ al pensar así que la señalética arrastra sus orígenes desde un punto mas antiguo de la misma mandad, por ser un acto de orientación intuitiva y por la misma necesidad de orientarse así mismo, por medio de marcas de señales de objetos , por lo que señalar es el acto de incorporar señales a las cosas del entorno.

3.1 De la señalización a la señalética

La señalética en la comprensión de que es totalmente diferente a la señalización tiende a darle un mal manejo al diseño de programas de señales , no concretando la pertinencia de las diferencias existentes entre estos, por esta razón Joan costa diversifica los conceptos y los relaciona de esta manera.

Para nuestro programa la señalización queda eliminada por ser un programa de señales que van actuar internamente para una identificación específica.

La organización social, sus instituciones, sus comercios y con la cantidad y variedad de servicios que ofrece, los individuos están obligados a atravesar y circular en ellos realizar operaciones y acciones diversas. Así por necesidad nacen una serie mas evolucionada de sistemas de información y orientación en el espacio y en las cosas la señalética. Estas necesidades son las que definen su naturaleza sus características y sus funciones.

Para estudiar a la señalética es necesario tomar como referencia su antecesora: la señalización vial.

La necesidad de alternar flujos de peatones y de vehículos es una necesidad universal, por lo que la señalización busca puntos clave en el espacio real donde pueda aplicar el elemento señalización que le corresponde a unas normas de implantación estos elementos están plenamente definidos previamente establecidos construidos y disponibles para su instalación son los semáforos paneles, discos etc. Sus tamaños, sus escalas sus materiales los métodos de fabricación, los sistemas de iluminación y de montaje incluyen todo un conjunto de reglas para la colocación de cada señal.

En definitiva, señalar no es sino la acción de aplicar señales existentes, a problemas siempre repetidos como el paso de peatones, stop, precaución etc.

Señalizar no altera ni modifica los ambientes no esta supeditada al entorno para su colocación por el empleo tan relativo que tienen los signos.



Se maneja la señalética como una micro extensión de la señalización localizando las necesidades de organizaciones o grupos para poner señales identificadoras a los objetos y los espacios en el entorno inmediato. en una acción pragmática son las indicaciones mas menos normalizadas que observamos en las oficinas como las señales de no empujar, no fumar, y que se han reproducidos encontrándose de venta en papelerías Rasgos que persisten en la señalización

- El empirismo
- Código preexistentes
- Normalización de los casos
- Señales preexistentes
- Uniformidad del entorno

Existen ciertos dominios de la señalética actúa dentro de los ambientes de circulación y transporte.

Estas son cuatro áreas

Circulación de Superficie

- a) Terrestres (peatones, vehículos motorizados)
- b) Naval (transporte marítimo)

Circulación aérea, redes de transportes por avión.

Circulación Subterránea, construida por el transporte en metro.

Circulación vertical, ejemplificada por escaleras, ascensores y escaleras mecánicas.

Estos conjuntos conforman dos clases de circulación *exterior e interior* y *dos tipo de medios móviles y fijos*, como las estaciones de ferrocarril y marítimas, los aeropuertos las estaciones del metro. Los medios móviles comportan una serie de servicios dentro del medio de transporte como son los baños las áreas de fumadores y no fumadores, salidas de emergencia. Otros de estos servicios son de tipo general, como el teléfono público¹⁹

19. Idem pág. 58-59



Es posible que en el proceso constructivo estos dominios se hagan presentes en nuestro trabajo la circulación vertical esta dentro de la arquitectura de las instalaciones del canal contando con escaleras y ascensores de carga.

Los espacios varían las señales están estipuladas de la siguiente manera en la señalización vial por ejemplo son de tres tipos. las topológicas que se establecen en las autopistas, con las salidas laterales, las zonas de aparcamiento, las urbanísticas distribución de calles avenidas plazas y las organizacionales. dirección obligatoria dirección prohibida ceder el paso.

Así el paso de la señalización a la señalética es un dominio de complejidad social y de la comunicación en informaciones. señalar es poner señales, improvisadas o prefabricadas. al espacio Señalética es un lenguaje desarrollada de signos específicos y también el conjunto de criterios para su concepción cuya característica principal es la adaptación a problemáticas precisas.

Si bien el sistema señalético se funda de la señalización, extiende y adapta a otros dominios universalizándose.

La señalética se ocupa de programas específicos para problemas particulares. Por eso la Señalética debe de ocuparse de identificar determinados lugares y servicios y facilitar su localización en el espacio arquitectónico, urbanístico, permaneciendo abiertas a las necesidades del cliente. La imagen de marca como lo plantea Joan Costa, la señalética no se adapta al entorno sino que tiene que adaptarse y a resaltar la imagen de la marca en este caso realzar las características identificativas del canal 22 proyectarla y hacerla perteneciente a la señalética esto se vincula directamente con la disciplina gráfica la identidad corporativa, lo que debe proyectar en los interiores debe verse reflejado en el exterior.

La adaptación de la señalética al medio es una premisa de esta disciplina y uno de los principales factores diferenciales por la relación a la señalización.

El espacio, el espacio total y los espacios parciales en que se subdivide.

La morfología arquitectónica del entorno.

La organización del espacio en función de los servicios que presenta el público(la distribución de áreas específicas para el desarrollo de programas y control de producciones canal 22).

Las distancias de visión de los paneles señaléticos que determinan su tamaño y contraste.

La **iluminación** ambiente, luz natural y artificial o ambas a la vez como premisa considerar la luz artificial como determinante para la disposición de las señales.
La **imagen** de marca del espacio objeto de tratamiento señalético.
(En la nueva imagen la identidad por su cambio necesita un tratamiento señalético diferente para cohesionar la imagen con las señales)



De la Señalización a la señalética

Señalización

1. La señalización tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados en el espacio exterior

Señalética

1. Tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos en un espacio dado (interior)

Señalización

2. Es un sistema determinante de conductas

Señalética

2. Es un sistema más optativo de acciones las necesidades son las que determinan el sistema

Señalización

3. El sistema es universal y esta ya creado como tal íntegramente

Señalética

3. El sistema debe ser creado o adaptado en cada caso particular

Señalización

4. Las señales preexisten a los problemas itinerarios

Señalética

4. Las señales, y las informaciones escritas, son consecuencia de los problemas precisos

Señalización

5. El código de lectura es conocido a priori

Señalética

5. El código de lectura es parcialmente conocido

Señalización

6. Las señales son materialmente normalizadas y homologadas y se encuentran disponibles en la industria

Señalética

6. Las señales deben ser normalizadas homologadas por el diseñador del programa y producidas especialmente

7. Es indiferente a las características del entorno

7. Se supedita a las características del entorno

8. Aporta al entorno factores de uniformidad

8. Aporta factores de identidad y diferenciación

9. No influye en la imagen del entorno

9. Refuerza la imagen pública o la imagen de marca de las organizaciones

10. La señalización concluye en sí misma se prolonga en los programas de identidad corporativa, o deriva de ellos.²⁰



Un programa señalético se compone de 7 grandes etapas, estas etapas las plantea Joan Costa como premisa del desarrollo estructural del programa de señales y define correctamente los pasos lógicos para la concertación de las señales:

1. Toma de contacto con el problema.
2. Acopio de información que esta implícita en el problema
3. Organización o planificación del proceso del trabajo
4. Diseño gráfico y preparación de prototipos
5. Realización industrial de los elementos señaléticos
6. Supervisión de la producción y la instalación
7. Control experimental del funcionamiento del programa en la práctica.²¹

Con esta serie de pasos la señalética se convierte la práctica sencilla para resolver los problemas internos de comunicación y orientación al simplificar la interpretación de las señales para la vida cotidiana

3.2 Tipos de señales

El manejo de las señales se diversifica en cuanto a las necesidades específicas del entorno previamente analizado desde su arquitectura en la ubicación en la que estarán dispuestas así como su función interior su clasificación y definición según *Sims Mitzi* en el libro *gráfica del entorno* se pueden dividir en seis categorías o tipos principales:

- Orientativas
- Informativas
- Direccionales
- Identificativas
- Regulativas
- Ornamentales

21. Costa Joan De la señalización al diseño de programas pág 69.

Orientativas

Sirven para situar a los usuarios en su entorno, estas señales influyen mapas, visitas esquemáticas, planos en los puntos de entrada y en puntos cruciales.

Informativas

Son aquellos que están en cualquier lugar de nuestro entorno, tal información puede referirse a las horas de apertura o acontecimientos previstas, su variación es según la información que se desee transmitir.

Direccionales

Las señales direccionales son instrumentos explícitos de circulación, su uso es propiamente de un sistema de señalización, como el de carreteras o el de un complejo cerrado, su funcionalidad se intensifica en los aeropuertos y los hospitales donde recorren y indican correctamente.

Identificativas

Conocidos como instrumentos de designación que confirman destinos o establecen reconocimientos de una ubicación concreta en general este tipo de señales denotan alguna propiedad o suelen ser de carácter exclusivo. las señales identificativas sirven para ayudar a la localización de artículos o de elemento específicos.

Reguladoras

Las señales reguladoras exhiben normas de orden, como prohibición de actividades prescritas por las ordenanzas locales, los propietarios u otras autoridades. Su existencia tiene como función el salvaguardar y proteger a las personas en peligro. estas señales son fundamentales y obligatorias para productos químicos peligrosos, maquinaria, edificios públicos y diversas formas de transporte. Las señales de esta categoría incluyen asuntos legales y normatividad, también sirven para indicar a la gente sobre procedimientos en caso de emergencia, como incendios, temblores etc.

Ornamentales

Estas señales su función es completamente estética realzan o embellecen el aspecto o efecto general de un ambiente o de sus elementos particulares. 22





3.3 Color en la señalética

El uso del color según *Joan Costa* maneja diversos criterios, uno obedece al criterio de identificación, de contraste, de integración, de realce, de pertenencia a un sistema de identidad corporativa.

El color es un factor de integración entre la señalética y el medio ambiente la integración tiene diversos matices, el destacar la información es otra de las funciones del color con el fin de ser perfectamente utilizable y perceptible.²³

Por consideración el factor que determina las combinaciones en los paneles informativos es el uso del contraste el cual se obtiene de dos modos por la alta saturación del color y por el contraste entre colores.

En la señalización cromática de las salidas de emergencia, extintores de incendio y aparcamientos se recomienda el uso de los colores normalizados internacionalmente verde para salidas de emergencia, rojo para extinguidores de incendio, azul para aparcamientos, el uso del razonamiento psicológico que el color implica, lo hace no por su impacto visual sino por las connotaciones que este manifieste, no se utiliza el mismo color en un hospital que en un zoológico.

3.4 La tipografía en la señalética

Las premisas al considerar en el uso de la tipografía en las señales son dos características mas importantes la intangibilidad y la visibilidad que son las tipografías menos normalizadas es decir la de trazos más libres queda descartada para su uso otra excluida será la tipografía de fantasía, o aquellos caracteres que presenten adornos, o que posean mucha mancha o poca mancha, los excesivamente abiertos o los excesivamente cerrados así lo menciona Joan costa en su libro dedicado a la señales.

La Univers por sus características se le considera como la tipografía más funcional y cumplidora de los requisitos de la señalética esta fuente fue diseñada por Adrián Frutiger, o la bautizada con el mismo nombre la fuente frutiger otras tipografías recomendables son la óptima por la legibilidad de su trazo y la antigua oliva.²⁴

Las variaciones formales que presenta cada tipografía son la estructura redonda, estrecha, ancha, la orientación recta cursiva, y el valor, fina, seminegra negra, supernegra, la caja alta y baja, estas combinaciones ofrecen diversos recursos para poder combinar y utilizar una familia tipográfica al poder jerarquizarse la información y utilizarse para la estructuración de las señales.

Las fuentes tipográficas conocidas por su trazo sin patines nos dan la posibilidad de crear un programa señalético que funcione adecuadamente y permita identificarse también con el contexto a tratar.

22. Costa Joan De la señalización al diseño de programas 75-76

23. Idem 78-79-80

4. Angulo de Visión

La situación de las señales en cuanto a su disposición de cualquier soporte será mas acertada cuanto más se encuentre dentro del rango del ángulo de visión humana.

Según la distancia a que haya de ser vista la señal deben variar tanto las medidas de sus elementos.

Al tener en cuenta que las proporciones del ángulo de visión se hacen más amplias a medida que aumenta la distancia entre la persona y la señal que ve.

Visión a corta distancia

Los letreros que se presenta en esta modalidad suelen tener un tamaño pequeño para contemplarse a distancias menores de 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1.5 y 2.5 metros.

Visión a media distancia

Cuando sea de 10 a 15 metros la separación entre el observador y la señal, el tamaño del letrero o cartel no puede ser menor a 1 x 1 metros.

Visión a larga distancia

Estos letreros se sitúan a una altura superior del primer piso de un edificio. En este caso han de ser de un gran tamaño y de ser posible iluminados por focos, o serán luminosos de material translúcido e iluminación interior, para hacerlos plenamente visibles.²⁵





4.1 Materiales

Para la construcción de señales existen diferentes materiales que van a servir de soportes para la construcción y estructuración de un programa de señales las características propias de cada material nos conducen a elegir la mejor opción para su reproducción es importante conocer las características, como resistencia maleabilidad, sujeción a altas temperaturas y la calidad del sistema de reproducción a utilizar, estos son algunos de los materiales de uso más frecuente en la aplicación de señales:

El plástico, los metales, la madera, el vidrio, la piedra, el hormigón

Plástico

Es un material estable, fácil de fabricar, soporta los agentes atmosféricos exteriores y esta disponible en una amplia variedad de colores.

Los plásticos están sujetos a variaciones dimensionales son los cambios de temperatura, las uniones rígidas pueden provocar roturas, las hojas anchas y planas, colocadas horizontales, se deforman bajo una presión continuada por su propio peso si no se sujetan en puntos intermedios.

Entre los plásticos utilizados en la industria de las señales se encuentran:

- Acrílico
- El Cloruro de polivinilo
- Policarbonato
- Butirato
- Estireno
- Polipropileno
- Plástico reforzado con fibra de vidrio
- Nylon poliéster

Acrílico-resistencia a los agentes atmosféricos exteriores pierde poco color por los rayos del sol, son altamente inflamables existen de diversos tipos, moldeado extrusionado, modificado contra impacto.

Cloruro de Polivinilo

PVC Rígido.-Adecuado para rótulos no luminosos, en lugares fácilmente accesibles se usa en lugares en que la resistencia a la humedad es crítica

Policarbonato.-Extremadamente duro cuenta con las propiedades del acrílico, con la ventaja de ser prácticamente incuarteable, resistente al fuego, poca resistencia a los agentes atmosféricos y tiende a amarillar en un plazo de cinco años limitada gama de colores se utiliza en áreas cerradas o de uso público.

Butirato.-Plástico transparente. resistencia al impacto fácil de moldear gama limitada de colores traslucidos y transparentes.

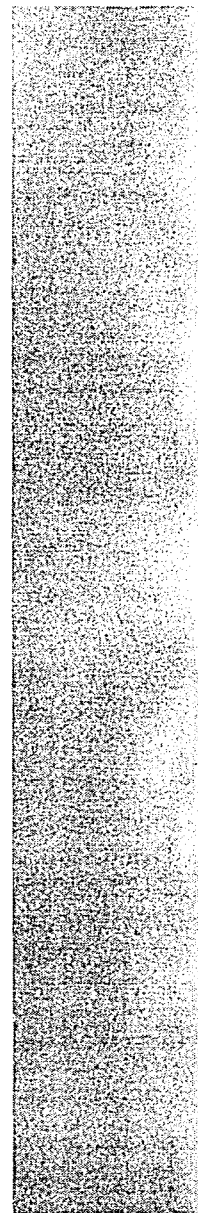
Estireno.- Corriente en el interior.

Película adhesiva.-Consiste en un vinilo extremadamente delgado con su cara posterior adherente.

Existen otros materiales como: Plásticos coloreados, laminados plásticos, acrílicos laminados, fibras de vidrio laminadas, laminados de protección. ²⁶



LA FINEZA DE LA FINEZA





4.2 Sistemas de sujeción

Adosadas

Las señales podrán ser montadas situadas en pared situados al lado de la apertura de la puerta, a 15 cms. del marco y con su parte inferior a 150 cms. del suelo.



En banderola

Se situán junto a las puertas en el lado de su apertura con una separación en el marco de 15 cms y su parte inferior a 210 cms del suelo

En ventanilla

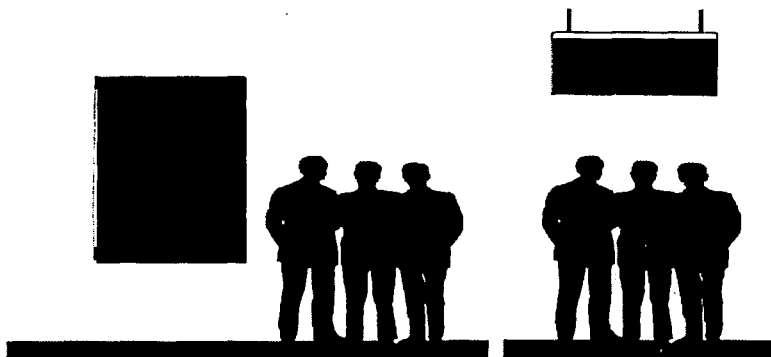
Siempre que sea posible se colocaran en la parte alta, pegados sobre el cristal o cualquier otro material.

Colgantes

Se colocan colgados al techo, mantiene una altura promedio de 2.10 mts., con respecto al suelo.



En mostradores pueden situarse colgando del techo al igual que e ventanillas, o sobre el propio mostrador, con soporte para apoyar sobre la superficie.²⁷



27. www.señal.cata.com

4.3 Sistemas de reproducción

Los sistemas de reproducción conforman otras de las partes indispensables para un programa señalético el adecuado uso de los materiales, enriquece proporcionalmente nuestro diseño, y propone un calidad enorme de resaltar nuestro trabajo, al considerar las características de los materiales sus aspectos y sus acabados para considerar todo para beneficio de nuestro trabajo.

Serigrafía

La ventaja de este sistema es su versatilidad al imprimir en diversos materiales al cuidar en el proceso la selección del sustrato a reproducir, que va desde papel, cartulina, madera, plástico, vidrio, cerámica, metales, tejidos etc.

Pintura con atomizador

Este proceso aunque muy poco convencional permite realizar trabajos de muy poco tiraje la manera de usar por medio de una plantilla y un atomizador.

Vaciado y Fundición

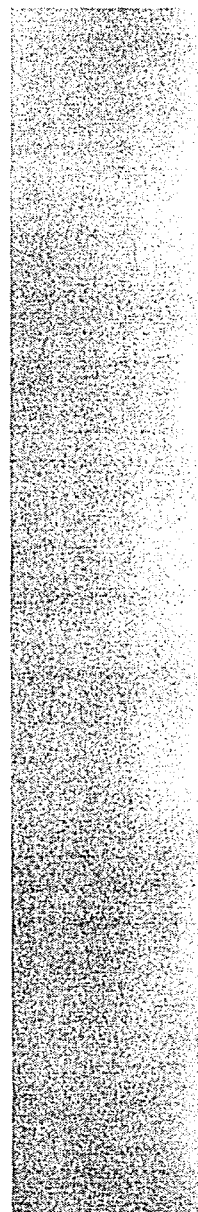
Es adecuado para cualquier material que se pueda vertir en un molde y endurecer, como los plásticos los metales, el vidrio, el hormigón etc.

Troquelado

Muchos materiales admiten troquelado, que es el proceso de moldear el material utilizado con una plantilla para el diseño.

Grabado

El plástico la madera y la piedra por sus características permiten, el grabado ya sea a mano o a máquina.²⁸





Método Proyectual

El diseño como toda disciplina, debe partir del establecimiento de cierto orden y organización para el desarrollo del trabajo.

Como método se entiende una serie de pasos lógicamente organizados para llegar a un fin específico estos pasos nos ayudan a delimitar el problema a resolver y establecer soluciones

El métodos se utiliza dependiendo de la exigencia de cada diseñador y los autores lo plantean en diversos enfoques para nuestro proyecto revisaremos el métodos planteado por Bruno Munari del cual tomaremos las ideas generales ya que como lo menciona Munari puede ser modificado si se encuentran elementos que lo mejoren

Estos son lo pasos de este método:²⁹

Definición del problema:

Algunos autores opinan que realizar un buen planteamiento del problema es tener la mitad de este resuelto, debe plantearse el tipo de solución que se busca dar.

Elementos del problema:

Munari plantea que el descomponer un problema en subproblemas se tiene un control mas efectivo ya que se conoce mejor dicho problema.

Recopilación de datos:

Se debe saber todo cuanto sea posible sobre el problema y las soluciones dadas.

Análisis de datos: Todo lo recabado debe ser analizado, realizando discriminaciones entre la información, El análisis permitirá considerar deferencias en costos y materiales, procesos.

Creatividad:

El autor menciona que es a partir de este punto del cual puede empezar a proyectarse una solución viable. Plantea que la diferencia entre creatividad e idea intuitiva es precisamente todo este proceso en la cual se consideran todas las características y limites del problema.

Materiales:

En este punto de investiga nuevamente, ahora sobre los recursos con que se cuenta para llevar a cabo el proyecto. Experimentación con los materiales y tecnologías se realizan a cabo una serie de pruebas las cuales pueden arrojar información par dar una solución.

Modelo:

Con el trabajo realizado hasta este momento pueden realizarse bocetos o dummies de los cuales se parte para la solución final del problema.

Verificación:

Mediante este paso se obtiene respuestas posibles usuarios.

Dibujos constructivos:

El dummy final el cual mostraría de manera puntal del trabajo planteado como solución del problema de diseño así como los pasos para su realización.

Solución del problema:

El Paso final. el proyecto concluido.

Resumen capitular



A lo largo de este capítulo son claras las consideraciones que se deben de tomar para finalizar un diseño . en base al conocimiento, podemos comprobar que el diseño no es algo inventado creado de la nada.

El diseño como otras disciplinas esta integrado de todo un planteamiento. de un conocimiento, analizar comprender y comprobar, para poder concluir satisfactoriamente el trabajo establecemos estos conceptos apoyados en las teorías, los elementos cognósitivos refuerzan nuestra información obtenida en la investigación y fundamentada para proceder a interpretar y construir el programa de señales, continuamente los preceptos teóricos definen proyecto y lo sustentan, en este capítulo, los conceptos tienen un orden y una procedencia para poder comprender o dar una perspectiva de lo que el diseñador realiza y dejar claro que la investigación y el conocimiento son bases para el desarrollo y el proceso evolutivo de nuestro trabajo con la única finalidad de comunicar en forma práctica, directa, y funcional.

Este capítulo comprende desde la concepción de la comunicación al partir de todos los elementos cognósitivos que de ella se generan hasta la comprensión y diferencias de la señalética y la señalización, el proceso que esto guarda y la conveniencia de usar un programa de señales, óptimo.

El camino del conocimiento es el más difícil, imparcial en sus definiciones pero probablemente indispensable.

A decorative graphic at the bottom of the page consists of several vertical bars of varying heights and colors. From left to right, there is a tall black bar, a shorter white bar, a tall grey bar, a shorter black bar, and a tall grey bar. To the right of these bars is a large black rectangular area containing the text 'Capitulo 3'.

Capitulo 3



1. Planteamiento

Canal 22 es una televisora Metropolitana con el oficio de difundir la cultura en nuestro país y con un compromiso importante por esta razón la renovación de este importante canal se atribuye al cambio radical dentro de la dirección de la institución para la cual depende, con la entrada de la Lic. Sari Bermúdez dentro de la dirección general de CONACULTA requiere de la transformación total, paulatinamente el mejoramiento de las funciones dentro y fuera de la televisión una nueva organización un esfuerzo de colocación a nivel márketing para posicionarse y tener promoción dentro del país.

Una nueva barra de programación sustentada con los mejores recursos financieros y materiales hacen de la televisión cultural un mejor lugar de entretenimiento cognoscitivo en la trasmisión televisiva, es por esta razón que la prioridad de tener cimentada su identidad gráfica con todos sus aplicaciones es primordial.

1.1 Identificación del problema

Las instalaciones de canal 22 utilizadas para la producción y transmisión de programas culturales en nuestro país esta ubicada dentro de los estudios Churubusco donde se acondiciona uno de los foros para que se desarrollara la transmisión continua por todo el año.

Tras una serie de eventos dentro de la contemporaneidad del canal se trasformo desde sus inicios con el cambio de administración y con nuevos brfos se estableció su nueva identidad gráfica, sus aplicaciones se realizaron paralelamente con el lanzamiento de nuevos programas y una barra de programación más alternativa e interesante.

Las instalaciones se remodelarán a lo largo de este año con esto el problema de ubicación e identificación del personal con su contexto arquitectónico de aquí que surga la necesidad de un programa de señales que reubicaría e ubicaría al personal dentro y fuera del canal al lograr una cohesión con la identidad y la construcción de la señales.

1.2 Investigación de campo y documental

La historia del canal muestra aspectos relevantes para la construcción de este programa la administración precisa y el manejo de los recursos desde su formación hasta la programación a nivel mundial recaudado a través de los años.

El perfil conformado nos habla de una televisora de gran alcance y renovable al paso de los años, al cambiar su imagen con los avances tecnológicos, al adquirirse también nuevo equipo de alta tecnología en transmisión y producción, una televisora organizada y en crecimiento constante estos fueron algunos de los conceptos que se tomaron en cuenta en el desarrollo visual de las señales.

La necesidad que se genero dentro de las instalaciones por la falta de orientación al proceder un ambiente no propicio donde el dinamismo es un condicionante para la óptima presentación de la barra televisiva concretan el problema y define su expresión gráfica para la representación de las señales.

1.3 Material Gráfico

Este amplio sector, que comprende los sistemas de señalización conforma los resultados en un campo donde el impacto visual es fundamental. La información que se aporta con cualquier código de señales facilitan con rapidez de forma instantánea el mensaje que se ha de transmitir.

Esta información se facilita a través de un conjunto la identificación plena de señales gráficas o tipográficas a lo largo de un trayecto o dentro de un lugar determinado.

Los elementos que se utilizan contienen valores informativos en si mismos lo cual nos permite presentarlo solos o en su totalidad en conjunto para comunicar un mensaje extenso.

Por ello tanto los símbolos gráficos (dibujos, flechas, pictogramas, logotipo) como las composiciones tipográficas deben de utilizar fórmulas muy sintéticas y de rápida percepción estos parámetros fueron utilizados.

En este capítulo se presentan, en páginas posteriores, los diferentes elementos, valores y proporciones que conforman un sistema de señales y la normatividad para su uso en las instalaciones del Canal 22.

Pictogramas

Tipografía

Cromatismo

Medidas y Proporciones

Estos elementos determinan la culminación gráfica de nuestro proyecto con la concretación de los objetivos antes planteados y que en camina al desarrollo aplicable de este programa.





2. Pictogramas

Los pictogramas son elementos que aportan información tan solo de forma gráfica son sintéticos y expresivos

Para ser comprendidos con facilidad por el público si un pictograma cumple con su cometido es capaz de reemplazar visualmente a la tipografía de tal manera que no se presenta con texto se recomienda que siempre que no sea imprescindible, la parte tipográfica sea eliminada.

En nuestro caso la tipografía y los gráficos se unen para dar una mejor apreciación visual e identificable en el programa señalético, maneja las formas.

Si va a ser utilizado un pictograma que por su difícil interpretación necesita acompañamiento de texto se utilizará solo la parte tipográfica, prescindiendo el elemento tipográfico, que únicamente contribuiría a repetir la información

Las señales por sus características pueden estar situadas en diferentes vías de comunicación estas se establecen en el interior de un edificio o construcción que genera un ambiente propicio para el desenvolvimiento de la televisora.



2. Pictogramas

Los pictogramas son elementos que aportan información tan solo de forma gráfica son sintéticos y expresivos

Para ser comprendidos con facilidad por el público si un pictograma cumple con su cometido es capaz de reemplazar visualmente a la tipografía de tal manera que no se presenta con texto se recomienda que siempre que no sea imprescindible, la parte tipográfica sea eliminada.

En nuestro caso la tipografía y los gráficos se unen para dar una mejor apreciación visual e identificable en el programa señalético, maneja las formas.

Si va a ser utilizado un pictograma que por su difícil interpretación necesita acompañamiento de texto se utilizará solo la parte tipográfica, prescindiendo el elemento tipográfico, que únicamente contribuiría a repetir la información

Las señales por sus características pueden estar situadas en diferentes vías de comunicación estas se establecen en el interior de un edificio o construcción que genera un ambiente propicio para el desenvolvimiento de la televisora.

3. Tipografía



La familia tipográfica que se utilizó fue la Trebuchet MS colocada dentro de la nueva identidad aplicada en todos la papelería y en impresos dentro de la administración del canal.

Por la falta de un manual de identidad es difícil establecer el uso adecuado de los elementos que componen el contexto gráfico no existen variantes sólo atributos de letra que fueron utilizados para resaltar el uso de algunos elementos de composición dentro de las señales.

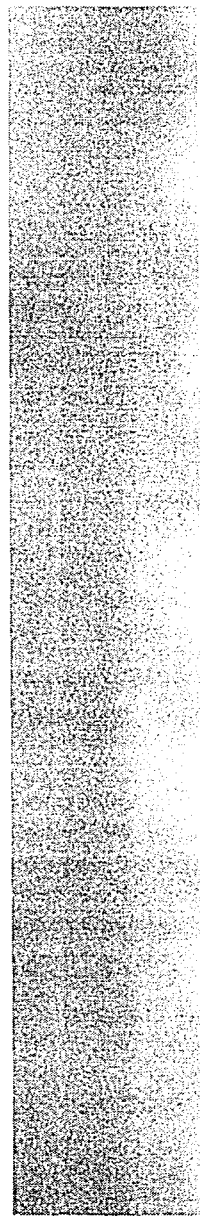
Tipografía

Trebuchet ms

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

Trebuchet ms-bold

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz





4. Cromatismo

Los paneles para la realización de las señales pueden tener diferente tamaño y tipo de soporte según la necesidad de cada caso los colores para la reproducción de sus distintos elementos serán los que se indican a continuación.

Se utilizará los pantones: azul pantone 2738 CVC para el encuadre que sostiene el panel, para el fondo, el amarillo 116 CVC y para algunas partes de la tipografía el verde 361 CVC estos colores son los que se utilizan dentro del logotipo en vigencia.

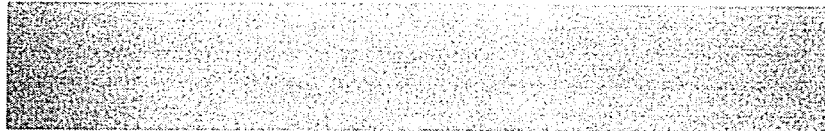
La normativa de uso para las aplicaciones de dichos colores se exponen en los ejemplos mas adelante.

Pantones

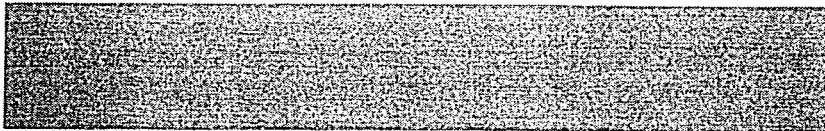
Pantone 2738 CVC



Pantone 116 CVC



Pantone 371 CVC



5. Medidas y Proporciones

El tamaño de la señales será determinado por la proporción que existe en el lugar donde estarán dispuestas las señales.

Un rectángulo que mide en su totalidad 45 cm. x 31 cm. reforzado con el ángulo de visión podrán percibirse y ser legibles en cualquier distancia.

Este tamaño obedecerá a las señales que sean informativas el tamaño de las señales de prevención y prohibición tendrán un tamaño de 35 cms. x 35 cms. conservando la proporción y distribución del diseño de las señales.

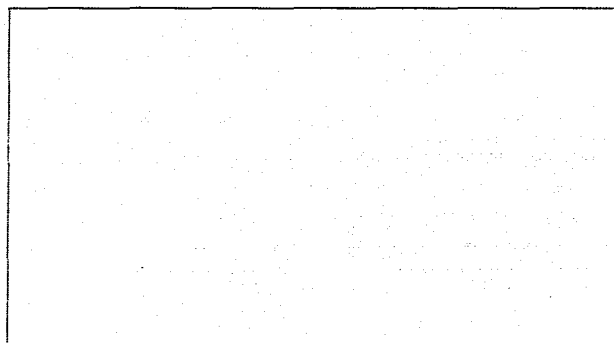


Medidas

45 cms.

31 cms.

x
x
x
x
x



*figura 1
señal*



Tabulador.

Sección	Tipo de Señal	Tipografía	Icono
Islas de edición noticias	- Identificativas	Trebuchet MS	✓
Estudio A	- Identificativas	✓	✓
Cabina estudio A	- Identificativas	✓	✓
Postproducción A	- Identificativas	✓	✓
Estudio B	- Identificativas	✓	✓
Cabina estudio B	- Identificativas	✓	✓
Sistemas portátiles	- Identificativas	✓	✓
Islas de edición producción	- Identificativas	✓	✓
Extintores	- Regulativas	✓	✓
No fumar	- Regulativas		✓
Baños	- Informativas	✓	✓
Ruta de evacuación	- Direccionales	✓	✓
Flechas direccionales	- Direccionales		✓
Producción noticias	- Identificativas	✓	✓
Videoteca	- Identificativas	✓	✓

Tabulador 2



Color	Materiales	Sistema de impresión	Sistema de Sujeción
✓	Policarbonato	Recorte de Vinil	Adosado
✓	✓	✓	Banderola
✓	✓	✓	Banderola
✓	✓	✓	Adosado
✓	✓	✓	Adosado
✓	✓	✓	Adosado
✓	✓	✓	Adosado
✓	✓	✓	Banderola
✓	✓	✓	Banderola
✓	✓	✓	Adosado
✓	✓	✓	Adosado
✓	✓	✓	Adosado
✓	✓	✓	Adosado
✓	✓	✓	Banderola
✓	✓	✓	Banderola



Construcción gráfica

Esta sección muestra la proyectación final y el por que de la construcción de estas señales. El objetivo general era el de lograr una identificación y una cohesión entre las señales y la identidad renovada. la utilización del elemento geométrico que servirá de soporte es un rectángulo

El espacio es uno de los aspectos que se desarrolla en este capítulo anteriormente se dieron a conocer las áreas disponibles para establecer la señalética, estas son:

Estudio A y B respectivamente cada estudio cuenta con su área de post-producción así como su cabina de control, la videoteca en donde el mejor stock del país en video se encuentra. el área de noticias donde se preparan los noticieros que salen al aire diariamente el área de sistemas portátiles donde la cámaras portátiles se guardan y se trasladan para la cobertura de algunas noticias. los baños que se encuentran distribuidos en todo el edificio. estas áreas se encuentran contenidas dentro de un complejo arquitectónico bastante complicado en su recorrido por contar con largos pasillos de corto ancho y tener corredores en contrados en forma cíclica por todo el edificio

La disposición morfológica del entorno provoca que la propuesta sea delimitada por la búsqueda de una mejor solución de distribución y reubicación de áreas la descripción de los pasillos nos hace pensar que nuestro ángulo de visión este colocado en mayoría en una visión media distancia por estar dispuestas en un rango de 10 a 15 metros y su tamaño varía en un grado menor a 1 metro x 1 metro algunas señales por ubicación estarán colocadas en banderola lo cual en los pasillos brindará una mejor apreciación y distinguirá las áreas para tener una mejor ubicación distancia considerable al momento de acercarse hacia el lugar meta.

La iluminación del lugar es completamente artificial y la luz se provee de manera distributiva por todo el lugar arquitectónicamente el manejo de los colores de los interiores se atribuyen al colores propiamente institucionales, contrastando con la proyectación del luz por todos los rincones del edificio la luz natural guarda las mismas características y es combinada con la luz generada artificialmente por que no se afecta en ningún momento la falta del luz sobre el lugar. al ser así favorable para el programa tener la desventaja de colocar las señales y no se aprecien en su totalidad.

Proceso de Bocetaje

Las primeras proyecciones se realizaron en base a los parámetros obtenidos en el tabulador dentro de la misma imagen y de lo que se podía utilizar dentro del edificio estas primeras imágenes comienzan con un mismo concepto de construcción de la señal en un rectángulo proporcional en donde las secciones se encuentran modificadas de acuerdo a su ubicación y dependiendo de la sección.





Proceso de Bocetaje

Se comenzó por diseñar la sección de videoteca, esta es una de las secciones más visitadas durante el día y la más productiva en ella se contiene el acervo, también llamado el stock de imágenes más grande de México a nivel cultural.

El manejo icónico es fundamental para el reforzamiento gráfico, y este sea plenamente reconocible por las partes que lo operan y los ajenos a esta el uso de los recuadros nos marcaba una constante de acuerdo a la proporción de los elementos el manejo de la fuente inicial fue la Frutiger bold por su legibilidad y por ser una de las recomendadas para programas señaléticos, las piezas dispuestas nos llevaban a manejar un encuadre diferente, disponer de un envoltorio para que fuera cohesionada la señal con el logotipo.

Videoteca





Videoteca

canal 22

Si continuamos con el desarrollo de esta señal esta propuesta referiría más a la tipografía en sí misma. Cualquier otro símbolo o presencia icónica lo que lo hace más manejable pero con pérdida de elementos visuales esta propuesta no prospero mucho en el caso de los botones se busco un diferente enfoque en cuanto al figura humana pero logrando solo que las proporciones fueron muy exageradas se continuaba haciendo con la tipografía anterior.



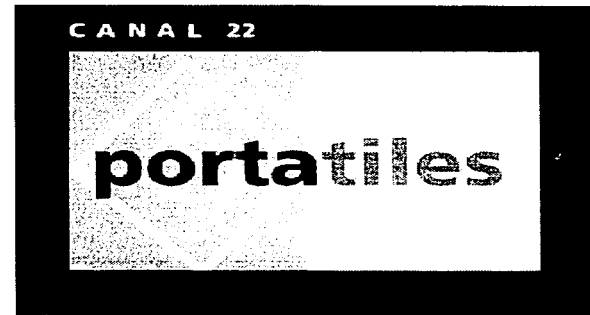
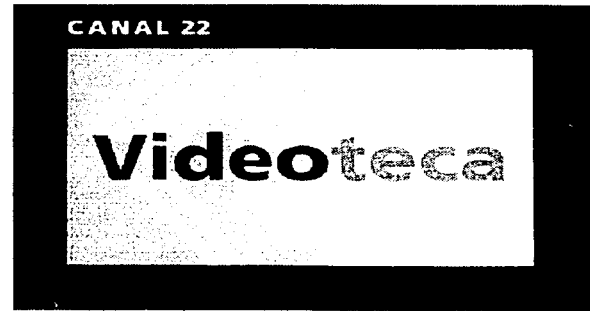
Hombres



MUJERES



Las propuestas estaban en caminadas para establecer lo que se pretendía representar: la imagen representativa de un canal que tenía que cumplir con los requisitos visuales dispuestos por el nuevo logotipo: la creación de un fondo más sencillo y dispuesto en un encuadre diferente con las proporciones mismas de la estructura dimensional de un cassette de formato x que figura dentro de la Videoteca como un elemento plenamente reconocible (boceto #5 y 6). La denominación del canal aun generaba problemas dispuesta por encima del rectángulo en la parte interior de la que se forma en la parte superior izquierda sin interrumpir total de la imagen el boceto #7 nos muestra otra de las aplicaciones posibles: dentro del canal el manejo de elementos grandes en proporción y dispuestos en diversos planos jugando con la sustracción sin perder su carácter funcional de la señal con estas premisas en cuanto a imagen se desarrolló este sistema de canales que se muestran en la páginas continuas



Resultados gráficos.



Al conocer una gráfica previa del canal y no contar con un manual corporativo de imagen la depuración de la información nos dio como resultante de la investigación el carácter social al que el Canal 22 esta enfocado y el por que de su necesidad del cambio radical dentro del mismo es así que la construcción de la señales se basa en el concepto de establecer un a identificación uniforme con el lugar pero a la vez que se complemento de contexto arquitectónico, se cohesiona mostrando un grado de pertenencia por conservar la forma de distribución al dar rasgos característicos de geometrización y proporción de acuerdo al nuevo logotipo.

Las señales que contienen una sola denominación y que sean de tipo informativas, identificativas y direccionales se montarán en soportes en banderola, situados en lugares estratégicos para que se facilite y se de una continuidad al recorrido y se ubiquen con mayor facilidad su composición será:

Un panel de forma rectangular con fondo en dos tonos amarillo 116 CVC y la otra mitad blanco, el nombre en el centro en letras azules (Trebuchet MS) azul 2738 CVC reforzados en su totalidad por un recuadro en azul 2738 CVC que se genera alrededor del fondo y lo delimita en su interior contrastando las tonalidades de los colores en una de las mitades la utilización adicional de un recurso iconográfico que demuestre la función de la sección a identificar, este ícono se sitúa a la izquierda del panel dispuesto en posición transversa equilibrando la forma, solventando la tipografía, como se observa en la figura 1

Si van fijados a la pared su altura será no menor a 1.70 ni superior a 2m, con respecto del suelo si van colgados de banderola se colocarán de forma que su límite inferior no baje de los 2.10 metros con respecto al suelo, con la altura.

figura 1

Señal perteneciente al área de videoteca, lugar donde se guarda uno de los stocks mas extensos a nivel cultural

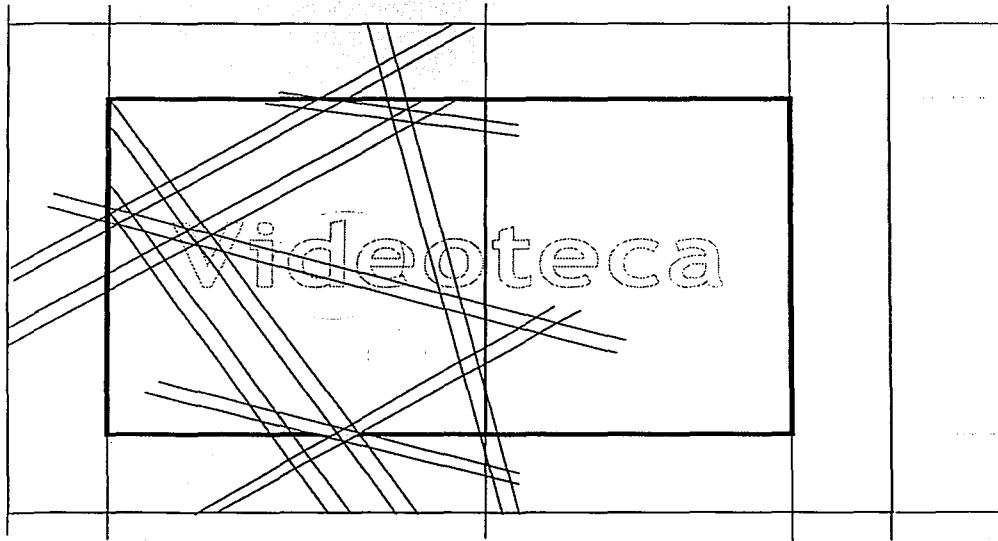




Geometrización

La construcción de la señal es fundamental en el proceso de Diseño por tal, esta es la justificación geométrica de una de las señales de este programa.

Los trazos determinan la forma que caracteriza el diseño de cada señal, las proporciones serán determinantes para la construcción de las siguientes señales.



Gráfica final

Los siguientes paneles se implementarán en una primera etapa de unificación paralelamente a la remodelación del edificio y la presentación de la nueva imagen.



45 cms.



figura 1

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728 CVC
Amarillo 116 CVC
Verde pantone 361 CVC

figura número 1

Pertenece a las señales identificativas dentro de el programa.

Denominación:	Isla de edición de noticias
Ubicación:	Planta baja dentro del estudio A de grabación
Construcción gráfica:	Rectángulo
Medidas:	45 cms por 35 cms.
Material:	Polycarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Sistema de reproducción:	Recorte de Vinil
Ventajas:	Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
Desventajas:	Sólo si existiera vandalismo
Sistema de sujeción:	Adosado a la pared
Angulo de visión:	Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Iconicidad:	Fragmento de una reproductora betacam se utiliza para la edición de imágenes y sonidos



43 cms.

31 cms.



figura 2

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
amarillo 116CVC
verde pantone 361CVC

figura número 2

Pertenciente a las señales identificativas dentro de el programa.

Denominación:	Estudio A
Ubicación:	Planta baja
Construcción gráfica:	rectángulo
Medidas:	45 cms x 31cms
Materia:	Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Sistema de reproducción:	Recorte de Vinil
Ventajas:	Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
Desventajas:	Sólo si existiera vandalismo
Sistema de fijación:	Adosado a la pared
Angulo de visión:	Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Iconicidad:	Simulación abstracta de una cámara de grabación utilizada dentro de los estudios

Estudio A

Planta baja

rectángulo

45 cms x 31cms

Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales

Recorte de Vinil

Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad

Sólo si existiera vandalismo

Adosado a la pared

Visión denominada a corta distancia 10 metros,

la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.

Simulación abstracta de una cámara de grabación utilizada

dentro de los estudios



43 cms.

x
x
31 cms.
x
x
x



figura 3

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
amarillo 116CVC
verde pantone 361CVC

figura número 3

Perteneciente a las señales identificativas dentro de el programa

Denominación:	Cabina estudio A
Ubicación:	Planta baja dentro del estudio A de grabación
Construcción gráfica:	rectángulo
Medidas:	45 cms x 31 cms.
Materiales:	Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Sistema de reproducción:	Recorte de Vinil
Ventajas:	Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
Desventajas:	Solo si existiera vandalismo
Sistema de sujeción:	Adosado a la pared
Angulo de vision:	Denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Iconicidad:	Fragmento de la parte frontal de los módulos televisivos y consola de control



45 cms.



x

x

31 cms.

x

x

x

figura 4

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
Amarillo 116CVC
Verde pantone 361CVC

figura número 4

Pertenciente a las señales identificativas dentro de el programa

Denominación:	Cabina estudio A
Ubicación:	Planta baja dentro del estudio A de grabación
Construcción gráfica:	Rectángulo
Medidas:	45 cms por 35 cms.
Materiales:	Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Sistema de reproducción:	Recorte de Vinil
Ventajas:	Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
Desventajas:	Sólo si existiera vandalismo
Sistema de sujeción:	Adosado a la pared
Angulo de visión:	Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Iconicidad:	Fragmento de la parte frontal de los módulos televisivos y consola de control

Cabina estudio A
 Planta baja dentro del estudio A de grabación
 Rectángulo
 45 cms por 35 cms.
 Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
 Recorte de Vinil
 Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
 Sólo si existiera vandalismo
 Adosado a la pared
 Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
 Fragmento de la parte frontal de los módulos televisivos y consola de control



43 cms.

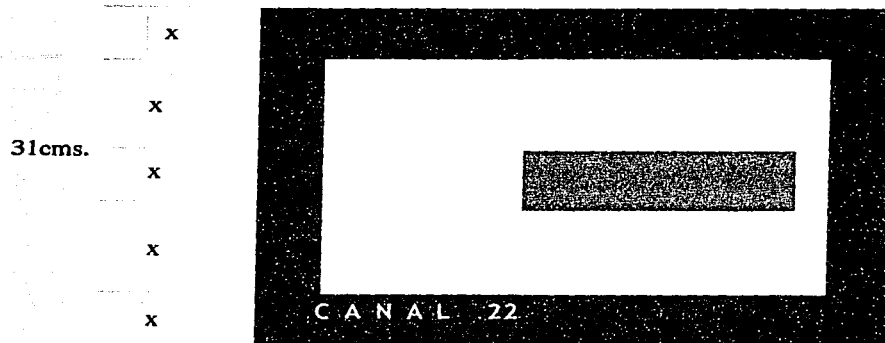


figura 5

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
Amarillo 116CVC
Verde pantone 361CVC

figura número 5

Pertenciente a las señales identificativas dentro de el programa

Denominación:	Flecha direccional
Ubicación:	En todas los niveles colocados en las escaleras
Construcción gráfica:	rectángulo
Medidas:	45 cms por 35 cms.
Materiales:	Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Sistema de reproducción:	Recorte de Vinil
Ventajas:	Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
Desventajas:	Solo si existiera vandalismo
Sistema de sujeción:	A dosado a la pared
Ángulo de visión:	Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Iconicidad:	Flecha en figura fondo



43 cms.



x

x

31 cms.

x

x

x

figura 6

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
Amarillo 116CVC
Verde pantone 361CVC

figura número 6

perteneciente a las señales identificativas dentro de el programa

Denominación:	Islas de edición producción
Ubicación:	Pasillo externo del área contigua de la videoteca
Construcción gráfica:	rectángulo
Medidas:	45 cms por 35 cms.
Materiales:	Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Sistema de reproducción:	Recorte de Vinil
Ventajas:	Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
desventajas:	Solo si existiera vandalismo
Sistema de fijación:	Adosado a la pared
Angulo de Vision:	Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Iconicidad:	Fragmento de una reproductora betacam se utiliza para la edición de imágenes y sonidos



43 cms.

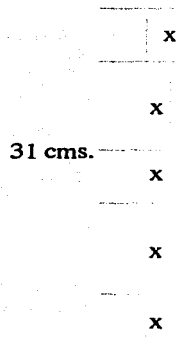


figura 7

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
Amarillo 116CVC
Verde pantone 361CVC

figura número 7

Perteneciente a las señales identificativas dentro de el programa

Denominación:	Sistemas Portátiles
Ubicación:	Planta baja un costado de la recepción
Construcción gráfica:	Rectángulo
Medidas:	45 cms por 35 cms.
Materiales:	Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Sistema de reproducción:	Recorte de Vinil
Ventajas:	Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
desventajas:	Sólo si existiera vandalismo
Sistema de sujeción:	Adosado a la pared
Ángulo de Visión:	Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Iconicidad:	Fragmento de la parte frontal de los módulos televisivos y consola de control



43 cms.



x

x

31 cms.

x

x

x

figura 8

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
Amarillo 116CVC
Verde pantone 361CVC

figura número 8

Perteneciente a las señales identificativas dentro de el programa

Denominación:	Estudio B
Ubicación:	Planta baja justo enfrente de videoteca
Construcción gráfica:	Rectángulo
Medidas:	45 cms por 35cms
Material:	Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Sistema de reproducción:	Recorte de Vinil
Ventajas:	Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
Desventajas:	Sólo si existiera vandalismo
Sistema de sujeción:	Adosado a la pared
Angulo de Visión:	Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Iconicidad:	Fragmento de la parte frontal de los módulos televisivos y consola de control



43 cms.

	x
	x
31 cms.	x
	x
	x
	x



figura 9

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
Amarillo 116CVC
Verde pantone 361CVC

figura número 9
pertenece a las señales identificativas dentro de el programa

Denominación:	Post-producción B
Ubicación:	Planta baja sobre el pasillo contiguo a videoteca
Construcción gráfica:	rectángulo
Medidas:	45 cms por 35cms
Material:	Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Sistema de reproducción:	Recorte de Vinil
Ventajas:	Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
desventajas:	Sólo si existiera vandalismo
Sistema de fijación:	Adosado a la pared
Angulo de visión:	Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Iconicidad:	Fragmento de la parte frontal de un puerta



43 cms.

	x
	x
31 cms.	x
	x
	x
	x



figura 10

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
Amarillo 116CVC
Verde pantone 361CVC

figura número 10

perteneciente a las señales identificativas dentro de el programa

Denominación:
Ubicación:
Construcción gráfica:
Medidas:
Materiales:
Sistema de reproducción:
Ventajas:
Desventajas:
Sistema de sujeción:
Ángulo de visión:
Iconicidad:

Cabina estudio B
Planta baja un costado de la recepción
Rectángulo
45 cms por 31cms
Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Recorte de Vinil
Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
Solo si existiera vandalismo
Adosado a la pared
Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Simulación abstracta de una cámara de grabación utilizada dentro de los estudios



35 cms.

	x
	x
35cms.	x
	x
	x
	x



figura 11

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
Amarillo 116CVC
Verde pantone 361CVC

figura número 11

Perteneciente a las señales identificativas dentro de el programa

Denominación:	Baño de mujeres
Ubicación:	En los tres niveles
Construcción gráfica:	Cuadrado
Medidas:	35 cms por 35cms
Materiales:	Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Sistema de reproducción:	Recorte de Vinil
Ventajas:	Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
desventajas:	Sólo si existiera vandalismo
Sistema de sujeción:	Adosado a la pared
Angulo de Visión:	Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Iconicidad:	Abstracción de la figura humana femenina rasgos determinantes



35 cms.

35 cms.

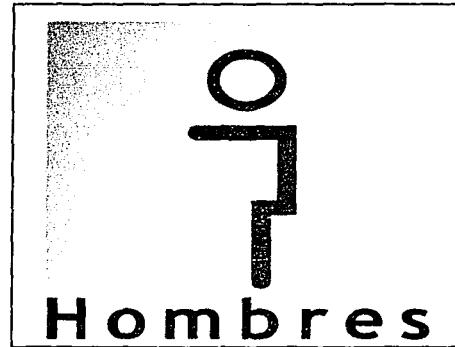
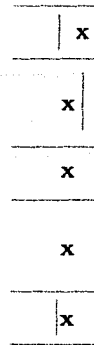


figura 12

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
Amarillo 116CVC
Verde pantone 361CVC

figura número 12
pertenciente a las señales Informativas dentro de el programa

Denominación:	Baño de hombres
Ubicación:	En los tres niveles
Construcción gráfica:	Cuadrado
Medidas:	35 cms por 35cms
Materiales:	Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Sistema de reproducción:	Recorte de Vinil
Ventajas:	Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
desventajas:	Sólo si existiera vandalismo
Sistema de sujeción:	Adosado a la pared
Angulo de Visión:	Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Iconicidad:	Abstracción de la figura humana masculina rasgos determinantes



35 cms.

	x
	x
35 cms.	x
	x
	x

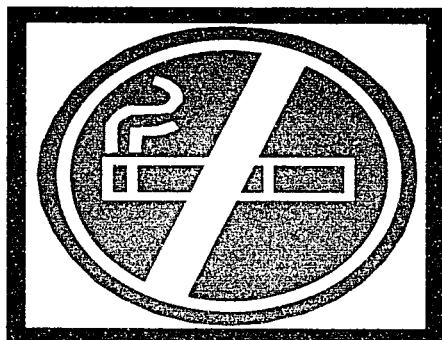


figura 13

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
Amarillo 116CVC
Verde pantone 361CVC

figura número 13

Perteneciente a las señales prohibitivas dentro de el programa

Denominación:	Baño de mujeres
Ubicación:	En los tres niveles
Construcción gráfica:	Cuadrado
Medidas:	35 cms por 35cms
Materiales:	Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Sistema de reproducción:	Recorte de Vinil
Ventajas:	Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
desventajas:	Solo si existiera vandalismo
Sistema de sujeción:	Adosado a la pared
Angulo de Vision:	Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Iconicidad:	Abstracción de la figura humana femenina rasgos determinantes



43 cms.

		x
		x
3	5	x
cms.		x
		x
		x



figura 14

Fuente Tipográfica:
Colores:

Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
Amarillo 116CVC
Verde pantone 361CVC

figura número 14
perteneciente a las señales identificativas dentro de el programa

Denominación:
Ubicación:
Construcción gráfica:
Medidas:
Materiales:
Sistema de reproducción:
Ventajas:
desventajas:
Sistema de sujeción:
Angulo de visión:
Iconicidad:

Videoteca
 Planta Baja detrás del estudio b de televisión
 Rectángulo
 45 cms por 31cms
 Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
 Recorte de Vinit
 Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
 Solo si existiera vandalismo
 Adosado a la pared
 Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
 Abstracción de la figura humana femenina rasgos determinantes



43 cms.

	x
	x
3 5 cms.	x
	x
	x

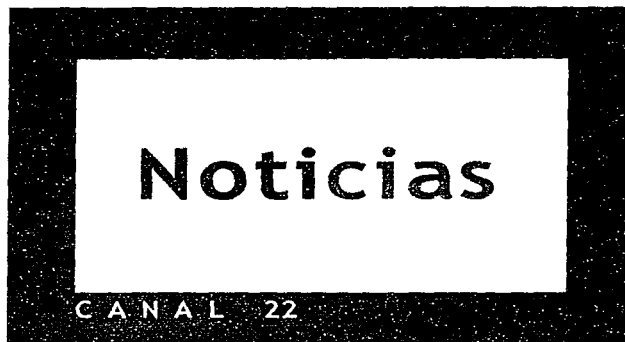


figura 15

Fuente Tipográfica:
Colores:

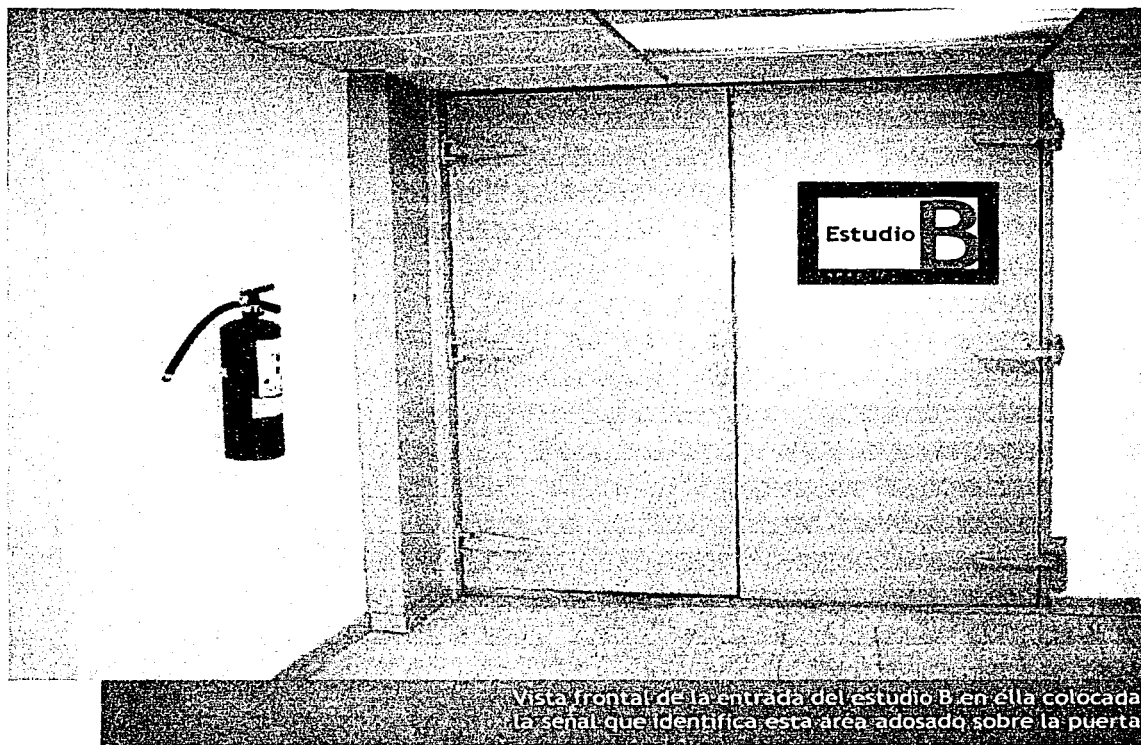
Trebuchet MS
Azul pantone 2728CVC
Amarillo 116CVC
Verde pantone 361CVC

figura número 15
pertenece a las señales identificativas dentro de el programa

Denominación:	Noticias
Ubicación:	primer nivel
Construcción gráfica:	rectángulo
Medidas:	45 cms por 31cms
Materiales:	Policarbonato- Resistencias y propiedades superiores a otros materiales
Sistema de reproducción:	Recorte de Vinil
Ventajas:	Propiedades y resistencia moldeabilidad, durabilidad
Desventajas:	Solo si existiera vandalismo
Sistema de fijación:	Adosado a la pared
Ángulo de visión:	Visión denominada a corta distancia 10 metros, la colocación respecto al suelo, será entre 1,5 y 2,5 metros.
Contenido:	Repetición modular de un rectángulo en profundidad simulación de hojas de información



7.3 Montaje



Vista frontal de la entrada del estudio B en ella colocada la señal que identifica esta área adosado sobre la puerta



7.3 Montaje





LABORACION



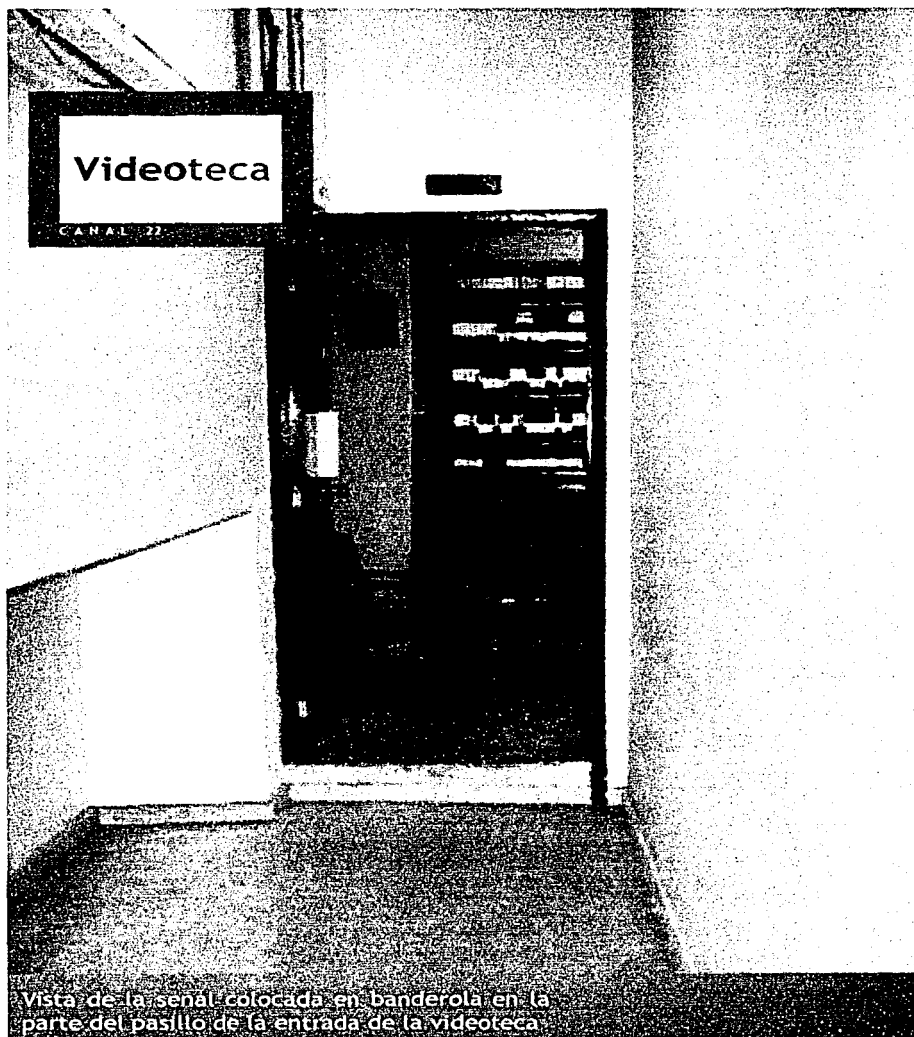
Vista frontal de la entrada de un nivel con el adosamiento de la señal de flecha direccional correspondiente al programa de señales



ALCANTARA

Vista frontal de la entrada de las islas de edición de noticias
y como se colocana la señal en bandera o adosada







Conclusiones

En estos tres capítulos nos percatamos de los antecedentes del canal, de como surge, de lo que hay de tras de esta gran televisora y lo que tuvo que pasar para poder establecerse en el lugar en el que se encuentra, sus recursos económicos, sus limitantes físicas y tecnológicas su proyección así como su evolución, la constante de establecer teóricamente el desarrollo de este proyecto al sustentarlo de principio a fin. Lo establecimos dentro de estas páginas sin embargo el manejo del método y de su aplicación son vertientes del desarrollo gráfico, esta última parte con la complementación de la imagen aplicada en el edificio y la oportuna implementación de este sistema internamente.

La realización de estos tres capítulos brindan la solución ideal para la interpretación de el problema que en esta tesis se planteo, al paso de estos capítulos se cumplieron los objetivos planteados y desarrollamos un programa señalético que dará esa solución práctica de acuerdo con la necesidades que manifestaba nuestro cliente en Canal 22, queda como referencia que el diseño y el proceso cognoscitivo que conforme a la investigación preliminar, bajo la información adquirida y el contacto con el cliente conformaron el proceso de esta tesis propuesta para realizar un programa que funcionará dentro de las limitantes de la ubicación donde se va a proyectar los modelos terminados y soportados gráficamente del diseño.

La aplicación de este sistema unificará la identidad del canal con su ambiente interno, orientará al personal, estableciendo una guía visual, así como la integración de la identidad con sus partes estará reforzado con la nueva ambientación que se realizó en los estudios.

Bibliografía



Atcher Oti, Martín Krampen. Sistemas de signos en la Comunicación. Edit. Visual Barcelona Gustavo Gili. 1979.

Costa Sagales, Joan. Señalética. Ediciones Ceac. S.A. 2da edición-diciembre 1989, Barcelona España, pag.256

De la Torre Rizo, Guillermo. El lenguaje de los símbolos gráficos Introducción a la comunicación visual. Edit. México Noriega: Limusa, 1999.

Fiske, John. Introducción a la teoría de la comunicación.

López Rodríguez, Juan Manuel. Semiótica de la comunicación. México INBA. Escuela de Diseño, 1993

Memorias de gestión. 1988-1994, Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Munari, Bruno Metodología Proyectual. ¿Cómo nacen los objetos? Edit. G.Gilli, 1993

Sims, Mitzi. Gráfica del entorno signos señales y rotulos técnicas y materiales. Vers.Castellana de Carlos Saenz de México. Edit. G.Gili, 1991.

Tubaro. Antonio. Tipografía estudio investigaciones sobre la forma de la escritura. Florencia Universidad de Palermo; librería técnica 1994



- Semiótica:** La ciencia ordenadora de los diversos sistemas de comunicación es la semiótica la cual estudia los signos y símbolos que están relacionados con un significado preciso y claro plantea al mismo tiempo las bases que deben ser aplicadas a los sistemas generadores de imágenes de comunicación
- Ícono:** Se forma a imagen del objeto y por lo tanto tiene ciertas características comunes con el objeto y su circunstancia.
- Índice:** Representa la acción directa con el objeto y las circunstancias.
- Símbolo:** Representa el objeto independientemente de las características externas o materiales según una norma convencional.
- Semiología:** Enseñanza de señales y mensajes que forman signos a partir de la unidad dual de significado y significante.
- Semántica:** Es el estudio de la relación entre los gráficos y el significado implícito de acuerdo a la función que realizan.
- Sintáctica:** Es el estudio de la relación de los significantes entre si y la relación que guardan con su propia estructura.
- Pragmática:** Estudia la relación entre los significantes y los intérpretes, para su estudio se divide en tres aspectos.
- Signo o sema:** Relación que se da entre significado y significante se individualiza de otros significados y significantes de una conexión que se establece.
- Señalética:** Es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos
- Motivación**
- homológica:** Representación gráfica de una forma convencional, su configuración puede ser abstracta o geométrica y denota formas irreales de invención humana, estas formas tienen significados arbitrarios como las letras del alfabeto o los señalamientos urbanos.

Colofón



Impreso en Epson México S.A.
papel Firenze con un Tiraje de 10 ejemplares
plataforma Macintosh
paquetería Freehand 9, Page Maker 6.5,
Photoshop 6 Fotografía: César Sánchez