



# Capítulo II

## DESARROLLO

## **CAPITULO II**

### **DESARROLLO**

#### **1. BASES TEÓRICAS**

A continuación se desarrollan las bases teóricas del proyecto que responden a todos los soportes dados por los autores sobre las distintas variables que se manejarán que en el caso presente son, la imagen corporativa y el montaje escenográfico.

##### **1.1 MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA**

Según Sanz y González (2005, p.85-86), indican que uno de los elementos normativos de una empresa es el manual de identidad visual o corporativa, en el que se proponen usos y aplicaciones de la IVE de obligatorio cumplimiento. Tales normas regulan el uso del símbolo empresarial y las aplicaciones que pueden realizarse de sus códigos.

La identidad empresarial debe ser el propósito de llenar de significado la actividad de la organización. No debe existir una cultura empresarial si la identidad no es asumida y asimilada por todos sus miembros.

Así mismo Ramos (2008, 191), explica que el manual de identidad corporativa tiene como finalidad establecer la coherencia y la generalización homogénea de la aplicación de la identidad visual de la institución o empresa a cualquier soporte. Contiene las especificaciones sobre los códigos de logotipos y emblemas, tipografías, color y estructuran los espacios. Por lo general tiene una estructura clásica, pero un manual de identidad puede ser presentado con tantos capítulos sean necesarios para explicación de la imagen de la empresa.

De esta manera podemos concluir que un manual responde a la necesidad de asegurar la correcta aplicación de los elementos de la Identidad Visual Corporativa de una entidad.

### **1.1 IMPORTANCIA DE LA IMAGEN CORPORATIVA EN EL DISEÑO.**

En todas estas ejecuciones, el diseño gráfico juega también un papel esencial en la creación de toda la estructura sobre la cual se construye una marca, visual. Desde luego el diseño gráfico, es algo mucho más complejo que esto, más allá del manejo de las formas y colores, el diseñador conoce con profundidad a las personas, desde un punto de vista Psico-fisiológico para entender así, los procesos cognoscitivos, preceptuales y emocionales que operan en el receptor, mismos que harán la diferencia entre un mensaje técnicamente correcto y otro que penetra la mente del receptor y deja una huella indeleble, es por

anto innegable la importancia de la participación del diseño grafico en el éxito al construir una marca. [www.ideativa.com](http://www.ideativa.com) (26-06-12).

Costa (2001, p.125), reconoce que la identidad transmitida por los símbolos visuales es uno de los problemas más importantes de la comunicación corporativa de empresas y organizaciones que deben ser solventados.

A todo esto a la problemática mundial en la que el diseñador se encuentra la visión de crear una técnica para competir en los negocios, por medio de la imagen, surge a principios del siglo xx en donde el arte visual y la tecnología se vuelven una herramienta indispensables, para crear una imagen diseñada para solventar las demandas de la sociedad.

### **1.1.1. IMAGEN CORPORATIVA**

Según Olins (1995, p.3), la identidad corporativa puede definirse como la totalidad de los modos en que la organización se presenta a sí misma. Por lo tanto, la identidad se proyecta de cuatro maneras diferentes (quién eres, qué haces, cómo lo haces, a dónde quieres llegar). Esto implica que la identidad se manifiesta en tres áreas claramente visibles y en una cuarta menos visible pero igualmente perceptible (productos y servicios, lo que haces, vendes entornos, los lugares en que desarrollas tus actividades, tus ventas comunicaciones, los modos en que explicas lo que haces, comportamiento, cómo te comportas con tus empleados y con el exterior.

Sommaruga, (2005), la Identidad Corporativa hace referencia al concepto estratégico para posicionar a una empresa. Exige identificar y definir los rasgos de identidad, integrarlos y conducirlos a la estrategia establecida de manera congruente. Manejada conscientemente o no, toda empresa o institución tiene una personalidad o identidad corporativa. Esta se transmite mediante cualquier acto comunicacional de la empresa. [www.ci-portal.de](http://www.ci-portal.de) (12-02-12).

Por esta razón, tener una estrategia definida, permite aumentar las garantías de que la identidad de la organización sea percibida de forma más precisa, en menos tiempo y con menos inversión económica.

### **1.1.2. IDENTIFICADOR**

Según Costa (2001, p. 126), es el elemento principal de la identidad. Es la forma que toma el nombre o un conjunto de palabras, con la cual se designa y caracteriza una marca, un grupo o una institución. Su origen viene del griego *logos* (palabra o discurso) y de *typos* (golpe que forma una impronta o una impresión), de esta manera entendemos al logotipo como un discurso contenido en una unidad gráfica. En este sentido, los logotipos transforman la condición de legibilidad a la de visualidad en la representación de un nombre, es decir que predomina el impacto visual sobre la lectura de una tipografía simple.

Según Murphy (1992, p. 19), Es una palabra que identifica el nombre de una empresa, marca, producto o servicio a través de una determinada tipografía que se repetirá en todos los soportes en donde se necesite la imagen corporativa. Un logotipo se diferencia de un icono, nombre. La funcionalidad radica en su capacidad para comunicar el mensaje y para el logro de esto se requiere del uso de colores y formas.

Así mismo podemos concluir que el logotipo es lo que generalmente se denomina la marca escrita, sin considerar un posible eslogan que vaya aplicado junto con la marca. La palabra logotipo hace referencia a aquello que "conoce al tipo". Es la palabra escrita que permite "conocer" el elemento que está siendo comunicado.

El logo puede incorporarse, como un trabajo posterior de diseño, a la papelería, el transporte y en carteles que indiquen la presencia de la empresa o identifiquen sus locales comerciales. También se puede utilizar en la publicidad de prensa, en muchos casos en blanco y negro. Por lo tanto es importante tener en cuenta una amplia gama de posibles aplicaciones en las fases iniciales de la creación de la imagen, para asegurar una eficacia permanentemente en una variedad de medios informativos diferentes.

### 1.1.3. ISOTIPO

El termino Isotipo se refiere a la parte, generalmente, icónica o más reconocible, de la disposición espacial en diseño de una marca ya sea corporativa, institucional o personal.

Según Arntz y Neurath (1924), es el elemento constitutivo de un Diseño de Identidad, que denota las connotaciones de mayor jerarquía dentro de un proyecto y que a su vez delinea el mapa connotativo para el diseño del logotipo, así como la siguiente aplicación de diseño en las restantes etapas de un proyecto de identidad corporativa, como la aplicación en papelería, vehículos o merchandising. La palabra Isotipo hace referencia a aquello que es "igual al tipo. [www.gerdarntz.org](http://www.gerdarntz.org) (20-04-12)

Según Murphy (1992, p.19), el isotipo está constituido por el código icónico, o sea, simplemente está representado por un icono que identifica la marca. Las características de un isotipo deben ser: sencillo, notable y de fácil comprensión. Todo esto permite que el anunciador utilice los dos códigos, lingüístico e icónico.

De esta manera podemos concluir que es un error llamar logotipo tanto al isotipo como al total de la marca corporativa.

#### **1.1.4. IMAGOTIPO**

Citando Murphy (1992, p.19), define el imagotipo como la unión entre el nombre y el símbolo en el cual trata al nombre con un estilo tipográfico característico, pero lo sitúan dentro de un simple símbolo visual, un círculo, un óvalo o un cuadrado.

Según Costa (2001, p.126), “en la identidad visual el símbolo o imagotipo es una representación gráfica, a través de un elemento exclusivamente icónico, que identifica a una compañía, marca o grupo, sin necesidad de recurrir a su nombre. El símbolo trabaja como una imagen en un lenguaje exclusivamente visual, es decir, universal.”

De la misma forma podemos definir al imagotipo como la interacción de logo e isotipo. Imagen en la parte superior y texto en la inferior. La mayoría de las marcas se corresponden con esta categoría

#### **1.1.5. DISEÑO**

La palabra diseño es de origen italiano (disegno) y se incorpora a la lengua española hacia 1300. El Diccionario de la Real Academia Española recoge varias acepciones o significados, entre los que se destaca que en el contexto de las artes el diseño implica una representación mental a partir de la cual se plasma una idea en forma gráfica (visual), a fin de exhibir una determinada obra que se planea realizar.

Según Wong (2009, p. 41), algunos opinan que el diseño es una de las artes visuales, como la pintura, la escultura, la ilustración, el cine. De hecho en el MOMA de Nueva York (Museo de Arte Moderno –Museum of Modern Art), se presenta tanto en su colección permanente, como en exhibiciones temporales, objetos y productos representativos del diseño contemporáneo.

Otros opinan que el diseño es una técnica que dota a los productos o servicios de una utilidad y una estética que los hace atractivos y competitivos en el mercado, y que además posibilita que resulten fáciles de producir, al coste más bajo posible. Este es un enfoque del diseño esencialmente industrial y comercial, que es asumido desde los departamentos de ingeniería de producto y el estudio de mercados de las empresas.

Desde un punto vista más pedagógico, se define el diseño como el proceso creativo de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores técnicos y elementos gráfico-plásticos, con los objetivos de crear objetos o productos de acuerdo a determinadas especificaciones e integrando en el proyecto los instrumentos de comunicación visual gráfico-plásticos.

La palabra diseño se usa también, en relación con los objetos creados por esa actividad. Así resulta habitual hablar de diseño de: moda, muebles, jardinería, interiores.

Según Ruiz (1994, p.58) el diseño es un proceso intuitivo, racional y operativo de creación de formas útiles al hombre ya sean estas destinadas a cumplir funciones de vida urbana, habitabilidad, operaciones y táctiles o de comunicación visual.

#### **1.1.6. CONCEPTO CREATIVO**

Citando a Thurstone (1952, p.310), "Es un proceso para formar ideas o hipótesis, verificarlas y comunicar los resultados, suponiendo que el producto creado sea algo nuevo". Este autor se refiere a la creatividad como proceso para constituir nuevos productos, a la creatividad como elemento generador de productos, como una vía para conseguir nuestros resultados.

Citando Kinnon (1980, p.26), considera la originalidad como rasgo distintivo pero no suficiente, sino que además ha de servir para la solución efectiva de los problemas que se dan en la vida real. Considera que producir cosas nuevas está al alcance de cualquiera, pero que además solucionar problemas es exclusivo de las personas consideradas creativas.

#### **1.1.7. REDISEÑO**

El concepto de rediseño tiene la ventaja de contener a la palabra diseño, es decir, se retiene la dimensión individual y creadora de la palabra diseño mientras que, al mismo tiempo, mediante el prefijo re, enfatiza que el proceso

individual creativo se caracteriza por los cambios, las mejoras y las nuevas combinaciones de soluciones ya existentes.

Según Costa (1993, p.20), “la imagen es la representación mental de una empresa que tiene la capacidad de condicionar y determinar, incluso las actitudes de un grupo social en relación con esta empresa”, es decir que nosotros, como entidad, no podemos crear nuestra propia imagen, pero a través de la identidad gráfica institucional podemos reforzar, cuando es inexistente, o hacer más positiva, cuando ya existe, la imagen que el público tiene de una institución.

Según Fichel (2000, p.160), “la Identidad corporativa debe mostrar sin engaño el espíritu íntimo de la empresa...”, y eso no se puede concentrar en el uso exclusivamente de un logotipo, sino de varios elementos que quedarán en la memoria de las audiencias y que reforzarán la imagen de la institución en su público objetivo.

Así mismo rediseñar una identidad visual o los logotipos para empresas significa un cambio, sutil o grande que puede estar sujeto a necesidades muy diversas.

#### **1.1.8. DIAGRAMACIÓN**

Diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de

jerarquización (importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores). El diagramador resuelve la organización de las páginas de acuerdo con las normas ya establecidas por el diseñador. Es posible que el mismo diseñador también pueda encargarse de la diagramación, pero las responsabilidades son distintas. Un buen diagramador es el que respeta esas normas, precisamente su creatividad radica en la capacidad para ofrecer múltiples posibilidades de presentación bajo una norma establecida. [www.drquitto.galeon.com](http://www.drquitto.galeon.com) (02-10-12).

Silva (1985, p.52), la diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

Igualmente la diagramación es el epicentro donde se reúnen la forma y el contenido, engloba de manera organizada todos los elementos gráfico para la mayor comprensión del mismo.

#### **1.1.9. TIPOGRAFÍA**

Según Morison (1929, p.05), arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente.

La Tipografía resulta ser el arte y la técnica de impresión a través de formas con relieve que reciben el nombre de tipos, los cuales, hechos de plomo, una vez entintados serán aplicados sobre el papel para así obtener un trabajo de impresión, ya sea un documento, un texto, entre otros materiales. [www.definicionabc.com](http://www.definicionabc.com) (30/09/12).

## **1.2. ESCENOGRAFÍA**

La escenografía o pintura de escena tiene sus raíces en el teatro griego. Los griegos usaron el periacto, artificio especial que empleaban en sus teatros para cambiar decoraciones.

Según Batiste (1991), la escenografía como espacio efímero, centra su contenido en estructurar sus mecanismos intelectuales y prácticos, en un proceso de representación que permita resolver los distintos problemas técnicos, visuales y dramáticos. Mediante una tecnología rigurosa pero suficientemente flexible que capacita para entrelazar las ideas del autor, el director de escena y escenógrafo, dando soluciones que permitan entre sí crear un espacio escénico sugerente, creativo y funcional. [www.interiorgrafico.com](http://www.interiorgrafico.com) (30-08-12).

La escenografía es el arte de realizar de decoraciones escénicas. El término, que tiene su origen en un vocablo griego, también permite nombrar al conjunto de los decorados que se utilizan en la representación escénica.

Por otra parte, el término de escenografía puede utilizarse para nombrar a la delineación en perspectiva de un objeto (donde se representan todas las superficies que se pueden observar desde un punto determinado) y al conjunto de circunstancias que rodean un acontecimiento. [www.definicion.de](http://www.definicion.de) (30-08-12).

### **1.2.1. ESCENOGRAFÍA PARA TELEVISIÓN**

Todos los escenarios para televisión o video deben diseñarse de acuerdo con los requerimientos de la cámara, del guion y los objetivos del director. El tamaño, textura, color y distribución de la escenografía deben ser especificados y adaptados para que finalmente en el video se muestre lo que se planeó en la producción.

El diseño, Selección, distribución y justificación de todos y cada uno de los objetos que componen un escenario en donde se graba o filma, constituyen un set. Si faltase alguno de estos componentes no se podría definir como escenografía, sino como utilería en escenario. Casi siempre ciertas secciones del set son más importantes que el conjunto o impresión total; un set de televisión no tiene que ser armado en un espacio continuo; una parte (por ejemplo la entrada de una casa) puede estar en la esquina del estudio, mientras que la otra parte (la estancia) puede montarse en la esquina opuesta. La localización va a depender de la secuencia de eventos y

la comodidad para la realización. Un buen escenario de televisión se planea para tener:

- Ángulos de cámara óptimos
- Facilidad de desplazamientos de cámaras y movimientos del boom
- Diseño Acorde con la iluminación artística y funcional
- Distribución adecuada para la acción de los talentos.

[www.televisiondos.blogspot.com](http://www.televisiondos.blogspot.com) (12-06-12).

Según Creatica Producciones (2009, p.5), la escenografía para un programa de televisión es fundamental, ya que esta se encuentra vinculada con la calidad visual del mismo, se adapta al guión, a la cámara y a las normas del director. Además debe ir relacionada con todo el trabajo hecho en la pre-producción. Cada uno de los objetos que componen el escenario define la escenografía y, finalmente, forman el set.

La ubicación de los mismos dependerá del programa y la comodidad para realizar la toma. Hay características importantes que se deben tomar en cuenta a la hora de armar un escenario de televisión, entre ellas: los ángulos de la cámara, facilidad de desplazamiento, diseño acorde, y una distribución adecuada. La escenografía no debe ser el centro de atención, sirve para

respaldar el desarrollo del programa. El diseño de la escenografía es una labor conjunta del director y diseñador.

### **1.2.3. EL ESCENÓGRAFO**

Según Viya (1994, p.92), enriquecerá y debe perfeccionar la idea o la concepción del director al crear los sets y los escenarios que se usaran en el programa de televisión. En muchos casos, el mismo escenógrafo es quien dirige la ambientación y decoración de los sets, y además sugiere al iluminador los detalles y las áreas que pueden hacerse resaltar con la iluminación adecuada. El escenógrafo es un artista y un creador, factor decisivo en el proceso de hacer un programa de televisión.

Según Kriúkova (2008), el trabajo de escenógrafo consiste en inventar espacios, mientras que el trabajo de figurinista estriba en inventar personajes. Para diseñar el escenógrafo, tienen que saber pensar y ser capaz de expresar sus pensamientos o ideas a través de bocetos de atmósfera, planos técnicos, maquetas y figurines; es decir, tienen que saber dibujar, pintar, delinear y construir. Para poder llevar a cabo su trabajo.

En suma el escenógrafo es el responsable de definir y diseñar todos los elementos visuales de una escenificación. Su trabajo se realiza en colaboración con el director de escena, que es el responsable último de la escenificación. [www.orfeoed.com](http://www.orfeoed.com) (30-02-12).

#### 1.2.4. MONTAJE

Diccionario Enciclopédico Vox 1 (2009, p.35), en cinematografía, televisión y radio, selección y unión en una banda definitiva de las escenas de un filme o programa. Un montaje escénico es el proceso en donde se crea una danza para presentarla ante un público. En el montaje escénico intervienen los siguientes elementos: escenario, iluminación, escenografía, vestuario, música, y secuencias coreográficas.

Según Ginebra y París, Atar, pp. 45. (1921), desde el punto de vista escénico del escenario como instrumento, es su nueva valoración del decorado como elemento y del espacio escénico como un lugar en que la acción teatral se desarrolla. En su mente, el espacio escénico es algo más que el polígono que es determinado por la línea de implantación escenográfica, pasando a ser una totalidad técnico teórica en la que se muestra el trabajo del actor y transcurre el espectáculo.

De este modo podemos afirmar que toda puesta en escena, por pequeña que sea, necesita una planificación, un plan de producción y gestión. Así mismo La efectividad del montaje de una exposición depende, primeramente, del modo en que esté estructurada; un espectáculo mal organizado, además de otras características, puede restar claridad. En este contexto, se puede establecer una analogía entre la realización de una exposición y el argumento.

### **1.2.5. VESTUARIO**

Es el conjunto de prendas, trajes, complementos, calzados, accesorios, utilizados en una representación escénica para definir y caracterizar al personaje. Formal wear : Dictatorial, autocrático. Con mucho rigor hasta los años 50 El vestuario formal se lleva la mayoría de las veces para cumplir con los requisitos y depende mucho del lugar, el tiempo y la ocasión. [www.definicion.de](http://www.definicion.de) (30-02-12).

Según Rodríguez (2005), el guión de cualquier evento constituye la base de un exhaustivo trabajo de mesa entre el director de la obra, diseñadores y sastres. Sobre ellos recae fundamentalmente la responsabilidad de ubicar la moda según la época, las características de los personajes y cada acción en particular, todo lo que deben ajustar a un presupuesto económico. También cortadores, talabarteros y costureras son protagonistas de la ambientación escénica. [www.envivo.icrt.cu](http://www.envivo.icrt.cu) (30-02-12).

Es por ello que el vestuario forma parte fundamental en la puesta en escena ya que le da congruencia al aspecto de los moderadores, y también es una representación de la imagen de la empresa.

### **1.2.6. UTILERIA**

Nieva (2000, p.142), son accesorios utilizados por los personajes para interactuar durante una representación artística, o pequeños elementos que

complementan la escenografía (como un jarrón o un cuadro) y el vestuario (como la bisutería o un reloj de pulsera). Junto con el vestuario y la escenografía, la utilería forma parte de los recursos necesarios para la representación teatral.

Entre algunos ejemplos de utilería se encuentran objetos de uso cotidiano, como lo son mesas, sillas, tazas, platos, monedas, etc. Dependiendo de la trama de la obra teatral, la utilería se basa en el ambiente del texto o en la ambientación escogida por el director para su puesta en escena. Pueden ser objetos comunes o creados por el autor, el figurinista o el escenógrafo. Asimismo, la utilería puede ser elaborada por el equipo técnico de un montaje teatral, y en particular los utileros.

Según Portillo (1995, p.199), son los objetos que, como parte integrante del decorado, permanecen en escena durante toda la escena o la representación. Por ejemplo, un cuadro en una pared, una alfombra, un teléfono fijo o un televisor sobre un mueble.

Por otro lado, los elementos de utilería que pueden ser utilizados por los actores como en la vida real se califican de *practicables*: por ejemplo un grifo del que sale agua al accionar el mando o una lámpara que se enciende al presionar su interruptor, se llaman "grifo practicable" y "lámpara practicable".

### 1.3. CIRCULO CROMÁTICO

Según Boscarol (2007), citando a Newton sostuvo que el modelo adecuado para explicar la percepción del color era un círculo, que desde entonces se llamó "círculo cromático de Newton". Cada punto de ese círculo representaba un color. En la circunferencia del círculo se disponían los colores espectrales, del rojo al violeta. Los colores en el interior eran colores no espectrales (es decir, que se obtenían mezclando colores espectrales). En el centro del círculo se halla el blanco y en cada rayo que se une al centro con un color espectral, sobre la circunferencia, van los distintos tonos del color, en gradación desde el blanco (saturación nula) hasta el color espectral (saturación máxima). [www.gusgsm.com](http://www.gusgsm.com) (30-02-12).

Según los estudios realizados en Netdisseny diseño industrial (2005, p.4), el círculo cromático nos sirve para observar la organización básica y la interrelación de los colores. También lo podemos emplear como forma para hacer la selección de color que nos parezca adecuada a nuestro diseño. Podemos encontrar diversos círculos de color, pero el que aquí vemos está compuesto de 12 colores básicos.

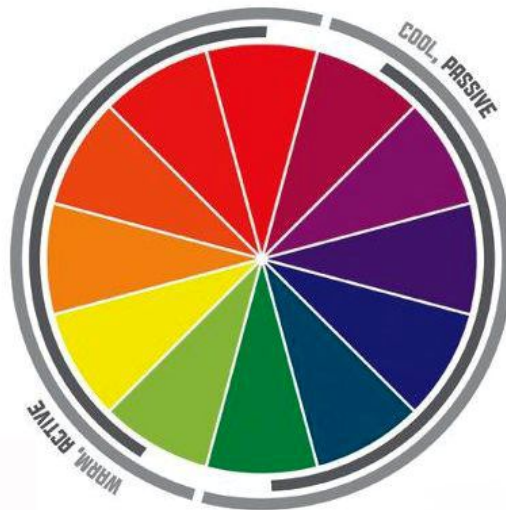


FIGURA. #1 CIRCULO CROMATICO

Fuente: Netdisseny diseño industrial. (2005)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

### 1.3.1. COLORES PIGMENTO O CMYK

Según Ordoñez (2002, p.27) los colores pigmentos primarios son (cyan, magenta y amarillo). Los secundarios forman una triada opuesta a la triada de los colores primarios. Los complementarios son los colores opuestos a los colores primarios en el círculo cromático.

Es un sistema de semitonos, y en la misma ilusión óptica que lo sustenta, se desarrolla un sistema para imprimir imágenes en color. El sistema de cuatricromía se suele denominar CMYK; por la iniciales inglesas de Cyan (cian), Magenta (rosa fucsia), Yellow (amarillo), Key (negro).  
[www.fotonostra.com](http://www.fotonostra.com) (08-07-12).

### 1.3.2. TEORÍA SUSTRATIVA

Según Ordoñez (2002, p.27), basada en la mezcla de pigmentos. Los colores-pigmentos primarios son (cyan, magenta y amarillo). La suma de estos colores da negro. La ausencia de color (ausencia de pigmento), es el blanco (tomando como base una superficie blanca).

Según los estudios realizados en Netdisseny diseño industrial (2005, p.3), Cuando manejamos colores de forma habitual no utilizamos luces, sino tintas, lápices, rotuladores. En este caso lo que estamos hablando es del color pigmento. Cuando hablamos del color pigmento hablamos de síntesis sustractiva, es decir, de pigmentos que aplicamos sobre las superficies para sustraer a la luz blanca parte de su composición espectral.

Todas las cosas (menos los medios transparentes) poseen unas moléculas llamadas pigmentos, que tienen la facultad de absorber determinadas ondas del espectro y reflejar otras. Sintetizando este proceso se denomina síntesis sustractiva, y es más fácil prever el color resultante (el azul + el amarillo originan el verde, el rojo + el amarillo originan el naranja).

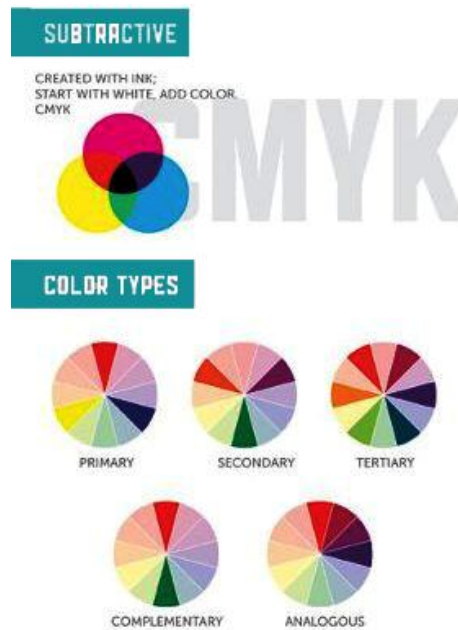


FIGURA. #2 COLORES CMYK

Fuente: Netdisseny diseño industrial. (2005)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

### 1.3.3. COLORES LUZ O RGB

Según Ordoñez (2002, p.26), los colores luz primario son (rojo, verde y azul). Los secundarios forman una triada opuesta a la triada de los colores primarios. Los complementarios son los colores opuestos a los colores primarios en el círculo cromático.

Según los estudios realizados en Netdisseny diseño industrial (2005, p.5), los bastones y conos del órgano de la vista están organizados en grupos de tres elementos sensibles, cada uno de ellos destinado a cada color primario del espectro: azul, verde y rojo, del mismo modo que una pantalla de

televisión en color. Cuando vemos rojo es porque se ha excitado el elemento sensible a esta longitud de onda. Cuando vemos amarillo es porque se excitan a un tiempo verde y el rojo, y cuando vemos azul celeste (cyan), es que están funcionando simultáneamente el verde y el azul (azul violeta).

Del mismo modo pueden obtenerse colores terciarios en los que las tres luces primarias actúan a la vez en distintas proporciones y que hacen posible que, por ejemplo, en un televisor en color se perciba una enorme cantidad de valores cromáticos distintos. Este proceso de formación de colores a partir del trío básico azul, verde y rojo), es lo que se conoce como síntesis aditiva, y en ella cada nuevo color secundario o terciario se obtiene por la adición de las partes correspondientes de los tres fundamentales, siendo cada una de las sumas de color siempre más luminosas que sus partes, con lo que se explica el que la mezcla de los tres permita la obtención del blanco, que es por definición, el color más luminoso. En este caso de lo que estamos hablando es del color luz.

#### **1.3.4. TEORÍA ADITIVA**

Según Ordoñez (2002, p.26), basada en la mezcla de luz. Los colores luz primarios son (rojo, verde y azul, el sistema de color RGB o red, green, blue). La suma de todos los colores da blanco. La ausencia de color (ausencia de luz) es el negro.

Según los estudios realizados en Netdisseny diseño industrial (2005, p.6), Bastan tres colores (rojo, verde y azul) para obtener todos los demás mediante superposiciones. Estos tres colores se denominan primarios, y la obtención del resto de los colores mediante la superposición de los tres primeros se denomina síntesis aditiva. Con este proceso se obtienen los colores secundarios: magenta (azul + rojo), cyan (verde + azul) y amarillo (verde + rojo).

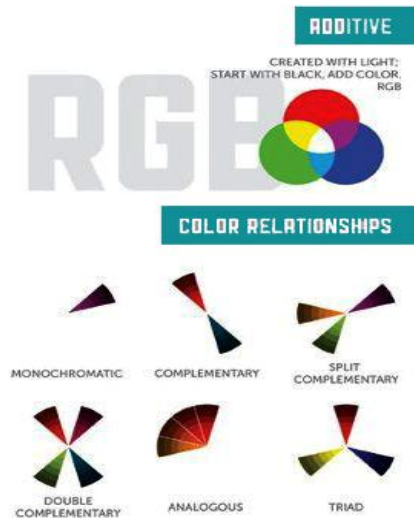


FIGURA. #3 COLORES RGB

Fuente: Netdisseny diseño industrial. (2005)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

### 1.3.5. COLOR

Zelanski (2001, p.34), es una percepción visual que se genera en el cerebro de los humanos y otros animales al interpretar las señales nerviosas

que le envían los foto receptores en la retina del ojo, que a su vez interpretan y distinguen las distintas longitudes de onda que captan de la parte visible del espectro electromagnético (la luz).

Según los estudios realizados en Netdisseny diseño industrial (2005, p.4), El color es pues un hecho de la visión que resulta de las diferencias de percepciones del ojo a distintas longitudes de onda que componen lo que se denomina el "espectro" de luz blanca reflejada en una hoja de papel. Estas ondas visibles son aquellas cuya longitud de onda está comprendida entre los 400 y los 700 nanómetros; más allá de estos límites siguen existiendo radiaciones, pero ya no son percibidos por nuestra vista. Lo que ocurre cuando percibimos un objeto de un determinado color, es que la superficie de ese objeto refleja una parte del espectro de luz blanca que recibe y absorbe las demás.

La luz blanca está formada por tres colores básicos: rojo intenso, verde y azul violeta. Por ejemplo, en el caso de objeto de color rojo, éste absorbe el verde y el azul, y refleja el resto de la luz que es interpretado por nuestra retina como color rojo. Este fenómeno fue descubierto en 1666 por Isaac Newton, que observó que cuando un haz de luz blanca traspasaba un prisma de cristal, dicho haz se dividía en un espectro de colores idéntico al del arco iris: rojo, anaranjado, amarillo, verde, azul, añil y violeta.

### 1.3.6. EL COLOR EN EL DISEÑO

Ordoñez citando a Swann (1992), el color en el diseño, es una cualidad de la luz reflejada por las superficies pintadas y no pintadas. El diseñador gráfico actual debe pasar de un sistema de color-luz (sistema RGB del computador), a un sistema de color-pigmento (sistema CMYK impresión). Esto produce dificultades a la hora de tener un color específico, ya que pasa de un sistema de color físico a otro químico (de un sistema de color lumínico a otro pigmentado).

En el campo de la arquitectura y el diseño de interiores, el color funciona de una forma similar. El color toma una función determinante que puede favorecer, disimular, o destacar un espacio específico. Asimismo, puedes crear una sensación de excitación o tranquilidad utilizando la combinación correcta de colores.

Por su puesto, el color está sujeto a una serie de reglas que una vez comprendidas pueden utilizarse a favor del artista para crear una armonía en cualquier obra, ya sea de pintura, decoración, arquitectura, etc. Conocer las combinaciones cromáticas para evitar la monotonía, puede llegar a estimular los sentidos y hasta cambiar el comportamiento de las personas que interactúan con el espacio. La elección del color está sujeta a varios factores diferentes, incluyendo el cultural, social, económico, y psicológico, además

de factores geográficos y de clima, y finalmente el uso final que tendrá el espacio u objeto.

El color por si solo puede mejorar un espacio, pero en el caso de la arquitectura, el profesional debe tener en cuenta para que quiere utilizar cada espacio para así poder hacer mejor uso del color. En el diseño, el color está ampliamente relacionado con el concepto de usabilidad.

Hay dos elementos muy importantes que se deben considerar como formas compositivas del color; la primera es la armonía, y la segunda es el contraste.

armonizar tiene que ver con la coordinación de los diferentes tonos de colores para que adquiera una aspecto unificado. Con la armonización de los colores se pretende establecer una relación coherente entre los colores. En toda armonía cromática hay tres colores que se utilizan: el dominante (que es el de mayor extensión), el tónico (el color complementario del dominante, con más valor), y el color de mediación, el cual sirve de transición entre el dominante y el tónico. [www.psicología-del-color/el-color-y-el-diseno.html](http://www.psicología-del-color/el-color-y-el-diseno.html) (12-06-12).

### **1.3.7. MATIZ**

Moreno (2009), es la cualidad que permite diferenciar un color de otro: permite clasificarlo en términos de rojizo, verdoso, azulado, etc. Se refiere a la ligera variación que existe entre un color y el color contiguo en el círculo

cromático (o dicho de otra forma la ligera variación en el espectro visible).  
www.desarrolloweb.com (12-06-12).

Fairchild (2004), matiz es una de las propiedades o cualidades fundamentales en la propiedad de un color, definido técnicamente (en el modelo CIECAM02), como “el grado en el cual un estímulo puede ser descrito como similar o diferente de los estímulos como rojo, amarillo y azul”.

Usualmente, colores con el mismo matiz son diferenciados con adjetivos que se refieren a su luminosidad y/o saturación, azul claro, azul pastel, azul vívido. Excepciones a esta nomenclatura son el café que es un anaranjado oscuro y rosado que es un rojo puro con coloración reducida.

www.cis.rit.edu (30-02-12).

**Matiz**

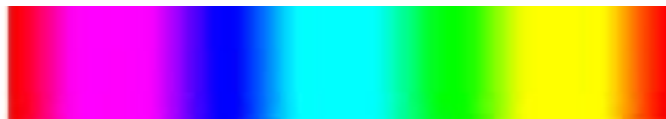


FIGURA. #4 MATIZ

Fuente: Netdisseny diseño industrial. (2005)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

### 1.3.8. TONO

Lipszyc (1967,) representa la cantidad de luz presente en un color, más blanco o más negro, según sea el caso. Cuanto mayor es el tono, mayor es la cantidad de luz en un color, es decir, más color blanco posee. El blanco y el negro podrían considerarse opuestos, pero nunca colores y, por lo tanto, no aparecen en un círculo cromático, en el entendido que el blanco es la presencia de todos los colores y el negro es su ausencia total.

Selva (2008), normalmente cuando nos referimos coloquialmente al color, en el que estamos pensando realmente es en el tono. Técnicamente podríamos decir que el tono es la longitud de onda dominante del color que vemos, y más llanamente diríamos que es cada uno de los color en 'estado puro'. El arco iris podría ser un buen referente visual para pensar con los diferentes tonos. Habitualmente se utiliza el círculo cromático para representar todos los tonos y cada uno de ellos se define por los grados de la inclinación del radio que representa. En la figura A se muestra este círculo cromático con la correspondencia de grados para cada uno de los colores primarios R, G, B y sus complementarios C, M, Y.

[www.naturpixel.com](http://www.naturpixel.com) (30-02-12).

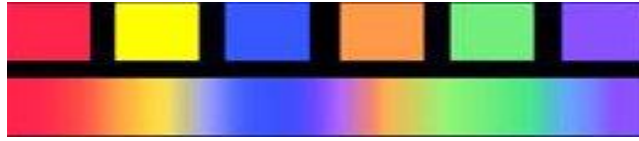


FIGURA. 5 TONO

Fuente: Netdisseny diseño industrial. (2005)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

#### 1.4. ILUMINACIÓN

Según viya (1994, p.89), la iluminación es básica para lograr una imagen técnicamente adecuada, también es vital para crear el efecto y el ambiente que requiere un programa de acuerdo a su contenido y con su diseño.

Según Zettl, H (2009, p.1), En televisión, se llama iluminación al control de la luz y las sombras. Las luces y las sombras son necesarias para mostrar las formas y las texturas de los cuerpos u objetos colocados frente a la cámara. En televisión, la iluminación se usa también para sugerir ambientes y sentimientos.

Por lo tanto la iluminación puede tanto enfatizar detalles importantes, como ocultarlos completamente. Puede adular un sujeto al demostrar atributos positivos al mismo tiempo que "desenfatisa" o esconde atributos menos atractivos. O puede impartir una apariencia hostil y siniestra. Todo

depende de cómo utilice los conceptos que estaremos estudiando en los próximos módulos.

#### **1.4.1. LA LUZ DIRECCIONAL**

Generada por luces directas que iluminan áreas relativamente pequeñas, tiene un haz de luz muy marcado que produce sombras densas y bien definidas. El sol de un día claro y sin nubes actúa como un gigantesco spot light que produce sombras densas y definidas.

[www.pro-lighting.com](http://www.pro-lighting.com) (13-06-12).

La luz dura (direccional), crea una sombra claramente definida. Cuando la luz dura es utilizada para iluminar una cara, las imperfecciones de la piel se resaltan. El resultado es no es siempre agradable. Pero en otras aplicaciones, así como para hacer notar la textura del cuero, o el grabado de una joya, esto puede ser una ventaja.

Observe cómo en la foto el texto resalta. Note igualmente la sombra perfectamente definida de la flor en la parte de abajo. Compare esta foto a la iluminada con luz suave donde las letras son difíciles de leer. Varios tipos de instrumentos de iluminación son utilizados en la TV para crear una luz dura, incluyendo el proyector de spot y el comúnmente utilizado fresnel elipsoidal.

[www.revolutionvideo.org](http://www.revolutionvideo.org) (13-06-12).

### **1.4.2. LA LUZ DIFUSA**

Ilumina áreas relativamente grandes a través de un haz amplio y poco definido. Se produce por medio de las luces difusas o floodlights, las cuales generan sombras suaves y transparentes. El sol de un día nublado actúa como una luz difusa ideal, ya que las nubes transforman los severos rayos del sol en luz altamente difusa. [www.pro-lighting.com](http://www.pro-lighting.com) (13-06-12).

La luz suave (difusa) tiene el efecto opuesto de la luz dura - especialmente cuando los ángulos de iluminación están controlados. Como se ve en la foto, la luz suave tiende a esconder irregularidades y detalles en las superficies. Los difusores tipo spun-glass se colocan al frente de las luces para suavizar y difundir sus rayos. Al mismo tiempo, reducen la intensidad de la luz. [www.revolutionvideo.org](http://www.revolutionvideo.org) (13-06-12).

### **1.5. ORIGEN DE LA TELEVISIÓN**

Es un sistema que trasmite por medio de ondas en el aire, imágenes y sonido. Este sistema de comunicación, ya que aquello es justamente lo que es la televisión, fue inventado en el año 1926, por John Logie Baird. Quien era un físico británico. Las primera transmisión de televisión, se lograron en la misma década de los 20`. Claro que sólo en la década del 50`, fue cuando la televisión se vio popularizada, en diversos países del globo.

Este físico británico, empezó a estudiar en 1922, la posibilidad de

transmitir, por medio de ondas, desde una emisora, imágenes y sonidos, hasta un receptor. Situación que logra en 1926, con la primera demostración pública de una transmisión de televisión. Para 1928, Baird, quien ya había logrado transmitir ondas de televisión, desde Londres hasta Nueva York, se había transformado en una persona connotada a nivel mundial.

John Baird, quien era escocés de nacimiento, se tituló de ingeniero electricista, profesión que abandonó a poco andar para transformarse en inventor. La idea, de este personaje que inventó la televisión, era simple. El creía firmemente, que se podían enviar imágenes por medio de las ondas de radio. Claro que para su época, esta idea era avanzada. Por lo que nadie estuvo dispuesto, a financiar sus investigaciones. Por ende, se vio forzado a trabajar en distintos rubros, incluso vendiendo accesorios para el calzado y para rasurar. Este hombre, quien no se dejó rendir por las dificultades de la vida, creía en su idea, la cual era reforzada por el desarrollo del telégrafo, el teléfono y la radio. [www.portalplanetasedna.com](http://www.portalplanetasedna.com) (13-06-12).

Según Vladimir K. Zwory Kin (1935, p.50), los orígenes de la televisión (visión a distancia) se pueden rastrear hasta Galileo Galilei y su telescopio. Sin embargo, no es hasta 1884, con la invención del Disco de Nipkow de Paul Nipkow cuando se hiciera un avance relevante para crear un medio. El cambio que traería la televisión tal y como hoy la conocemos fue la invención del iconoscopio de Philo Taylor Farnsworth y Vladimir Zworykin. Esto daría paso a la televisión completamente electrónica, que disponía de

una tasa de refresco mucho mejor, una mayor definición de imagen e iluminación propia.

Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuó la BBC en Inglaterra en 1927 y la CBS y NBC en Estados Unidos en 1930. En ambos casos se utilizaron sistemas mecánicos y los programas no se emitían con un horario regular.

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

### **1.5.1. TELEVISIÓN**

La televisión es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia que emplea un mecanismo de difusión, la transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio, por redes de televisión por cable, Televisión por satélite o IPTV. El receptor de las señales es el televisor. [www.sites.google.com](http://www.sites.google.com) (30-02-12).

Según González (2008), la televisión ha sido definida como: el arte de producir instantáneamente distancia una imagen transitoria, visible de una escena real o filmada por medio de un sistema electrónico de

telecomunicación. [www.es.scribd.com](http://www.es.scribd.com) (30-02-12).

## **1.5.2. DESARROLLO DE LOS SISTEMAS DE TELEVISIÓN**

Enciclopedia Barsa Planeta Segunda Edición (2001, p.6), las primeras ideas para la realización de sistemas de televisión se expusieron en la década de 1870 e intentaban la transmisión simultánea de toda la imagen mediante miles de células fotosensibles distribuidas sobre una pantalla.

### **1.5.2.1. SISTEMAS MECÁNICOS**

Enciclopedia Barsa Planeta Segunda Edición (2001, p.7), hacia 1880 el francés Maurice Leblanc propuso teóricamente un método que se aplicó a sus rasgos generales a todos los sistemas de televisión posteriores: la transmisión secuencial a través de un canal único de una sucesión de impulsos que, mediante un barrido sistemático línea a línea y punto a punto de toda la pantalla, completaría una imagen virtual que sería percibida por el cerebro humano.

Según Nipkow (2001, p.7), ideó un sistema mecánico basado en tres elementos: como emisor, una lámpara de descargas eléctricas llenas de un gas; como conducto, un panel de selenio, cuya conductividad eléctrica varía con la intensidad luminosa que recibe, y un disco giratorio opaco con un conjunto de aberturas dibujadas sobre su superficie en forma de espiral.

La rotación del disco, sincronizada con la pulsación de la lámpara eléctrica, induce a las aberturas a trazar líneas paralelas sobre la pantalla hasta configurar la apariencia de una imagen completa.

### **1.5.2.2. SISTEMAS ELECTRÓNICOS**

Enciclopedia Barsa Planeta Segunda Edición (2001, p.5), la baja definición de imagen obtenida por medios mecánicos, capaces hacia 1930 de producir 30 líneas luminosas repetidas 10 veces por segundo, impulsó a los investigadores a aplicar sistemas electrónicos en busca de mayor rapidez y precisión. Swinton y otros teóricos definieron la necesidad de alcanzar en la señal del origen de 100.000 a 200.000 elementos para obtener una buena calidad de imagen en una pantalla de dimensiones razonables. Ello se reducía en un mínimo de 300 líneas de barrido.

Según Radio Corporation of America (1932), construyeron el primer modelo de televisión con un tubo de rayos catódicos perfeccionado y cien líneas de definición. [www.personales.unican.es](http://www.personales.unican.es) (30-02-12).

### **1.5.3. TELEVISIÓN A COLOR**

Enciclopedia Barsa Planeta Segunda Edición (2001, p.4), desde los rudimentarios modelos del siglo XX, las principales aportaciones del sistema del color se debieron a Baird quien, en 1928 diseñó un dispositivo de exploración mecánica con un disco de Nipkow y unos emisores de luz de tres

colores: verde y azul, procedentes de lámparas de vapor de mercurio y helio, respectivamente, y rojo obtenido de un tubo de neón. De su combinación surgía una imagen coloreada a un con notable deficiencias.

Según Bell Telephone Laboratories (1929), lograron la transmisión de imágenes a color en New York y Washington, de 50 líneas de definición y un canal de transmisión independiente para cada uno de los tres colores fundamentales. [www.personales.unican.es](http://www.personales.unican.es) (30-02-12).

#### **1.5.4. TRANSMISIÓN POR TELEVISIÓN**

Enciclopedia Barsa Planeta Segunda Edición (2001, p.6), la transmisión en colores comienzan con una cámara de televisión; un sistema de espejos divide la imagen en los tres colores primarios de la luz (rojo, azul y verde). Un micrófono transforma los sonidos en señales de audio. Los tubos de la cámara convierten las imágenes en señales de video electrónicas. Estas señales llegan hasta el codificador, que produce una señal en color compatible con la transmisión. El transmisor combina las señales de audio y video para la difusión por la antena.

#### **1.5.5. TRANSMISIÓN DE IMÁGENES**

Enciclopedia Barsa Planeta Segunda Edición (2001, p.6), los aspectos cuantitativos y cualitativos del servicio de televisión están limitados por la velocidad a la que es posible transmitir las informaciones a través de los

canales. Los principios de la transmisión presentan ciertas variedades en los distintos tipos de televisión (televisión analógica, televisión por satélite y televisión por cable).

#### **1.5.6. RECEPCIÓN DE TELEVISIÓN**

Enciclopedia Barsa Planeta Segunda Edición (2001, p.5), la antena receptora capta las señales de televisión. Las señales pasan al selector de canales, que escoge la estación deseada. Dentro del aparato de televisión, los circuitos electrónicos separan la señal de televisión en señales de audio y video. La señal de audio es amplificada y transformada en sonido. Un decodificador transforma las señales de video en señales de color primario. Tres cañones de electrones en el tubo de imagen, uno para cada color primario, barren la superficie interior de la pantalla, revestida de puntos de fosforo en rojo, azul y verde.

Alcanzados por los haces, los puntos brillantes emiten luz y forman la imagen.

#### **1.5.7. TELEVISIÓN EN VENEZUELA**

Debido a los altos costos de instalación y de funcionamiento, la expansión de la televisión en el país fue lenta, dificultosa y con varios intentos fallidos. Pero a partir de los años 70, y gracias al auge de los precios del petróleo, la situación se invierte y se produce una alta concentración de capitales en

esas actividades. El nacimiento de la televisión en el país no estuvo acompañado por una normativa jurídica adecuada, y su desenvolvimiento aún se pauta por el Reglamento de Radiocomunicaciones de 1941.

Según la Televisora Nacional YVKA-TV Canal 5 (1952), los inicios de la televisión en Venezuela datan de ese mismo año, siendo el primer canal creado, que surge bajo control directo del Estado, el carácter comercial ha marcado la pantalla chica en el país.

Al año siguiente nace Televisa YVLV-TV Canal 4 (posteriormente adquirida por el Grupo Cisneros y denominada actualmente Venevisión) impulsada por el radiodifusor venezolano Gonzalo Veloz Mancera y en 1953 - auspiciada por la Corporación Radiofónica Venezolana (Corven) es fundada Radio Caracas Televisión, bajo la propiedad del Grupo Phelps y R.C.A.

La Cadena Venezolana de Televisión (CVTV), Canal 8, fue fundada en 1964 por el Grupo Vollmer, asociado a Time-Life, durante una década funcionó como canal privado, pasó a manos del Estado durante el primer Gobierno de Carlos Andrés Pérez y durante seis años tuvo eliminada la publicidad comercial. Sin embargo, en 1980, en medio de una crisis económica interna, el canal emite nuevamente publicidad comercial.

En los años 60, pese al Reglamento de Radiocomunicaciones vigente, el canal 4 pasa a ser de la Familia Cisneros y el 42 % a la cadena estadounidense ABC. La competidora de ésta, NBC, compra el 20 % de

RCTV y CBS se asocia a CVTV. La normativa venezolana establece que las señales televisivas sólo pueden ser explotadas por venezolanos.

Existieron en nuestro país algunos canales que tuvieron una vida efímera en la década de los 50 y 60. En Maracaibo, existió Ondas del Lago TV; Radio Valencia Televisión, en Valencia (posteriormente denominada Teletrece) y en Caracas el canal 11. Los tres cerraron, tras estar en el aire, por problemas económicos y una aparente guerra de los canales ya establecidos con carácter nacional.

Durante el gobierno de Luis Herrera Campins (1979) se decretó el uso del color en televisión y se adoptó el sistema estadounidense en color NTSC-M, mientras que en 1986 se liberó el uso de las antenas parabólicas por parte de privados para "bajar" señales televisivas extranjeras. Todas las televisoras, que ya estaban preparadas para el cambio y ocasionalmente transmitían a colores, adoptan la modalidad y el sistema TV-Color entró en plena vigencia a partir del 1° de junio de 1980.

En la década de los 80 se producen novedades en el mundo de la pantalla chica venezolana. La década es precedida por la experiencia comunitaria de Teleboconó, en Boconó, Edo. Trujillo, que es motorizada por un grupo de ciudadanos desde el año 1979. La Televisora Andina de Mérida (TAM) fue fundada en septiembre de 1982 y depende de la Arquidiócesis de Mérida, que también posee una emisora y un diario.

Amavisión (Puerto Ayacucho) está bajo la orden Salesiana y la concesión fue otorgada al Vicariato Apostólico. Se fundó en 1983, tiene una programación de varias horas y no es un canal comercial. Por su parte, Telecaribe cubre los estados Nueva Esparta, Anzoátegui, Sucre y Monagas, y comenzó sus transmisiones en 1989. A finales de este mismo año fue creada también la Televisora Regional del Táchira, y tres años antes, tras una larga polémica, fue entregada una concesión a la Arquidiócesis de Maracaibo, que dio pie a Niños Cantores TV, que luego se extendió a Barquisimeto y Valencia, con señales propias en estas dos ciudades.

Para la década de los 80 también hubo novedades en Caracas en el campo de la televisión. La Corporación Televen salió al aire en 1988 y con el paso de los años su señal llega a todos los rincones del país. En nuestro país, el sistema por cable demostró una enorme capacidad de transmisión, al permitir la emisión simultánea de hasta 12 programas, por lo que a partir del año 1987 se otorga la primera concesión al Canal 12, Omnivisión.

A partir de 1993, entraron en funcionamiento siete canales en la banda de Ultra High Frequency (UHF), todos con carácter regional. Primeramente se creó el Canal Metropolitano de Televisión (CMT) en la misma frecuencia. Omnivisión y Cablevisión, ambas televisión por cable operan por suscripción, y su cobertura alcanzaba a 150 mil suscriptores. Se incrementó la explosión de las señales UHF con experiencias de canales especializados como Globovisión (información), Meridiano TV (deportes) y Puma TV (música),

además de un auge de nuevas empresas alrededor de una decena dedicadas a la explotación de la televisión por cable. Finalmente, a finales de 1998, el Estado traspasó a la Iglesia Católica la concesión de TVN canal 5, actual Vale TV.

La televisión en Venezuela, en un fenómeno coincidente con América Latina y Estados Unidos, se ha convertido en el medio de comunicación más importante del país, el de mayor penetración y de más movilización económica. En Caracas, por ejemplo, casi el 100 % de los hogares posee al menos un aparato de televisión y en el resto de país la cifra sobrepasa el 95 %. Alrededor de las partes de la inversión publicitaria va a la pantalla chica, y sin duda alguna, es la televisión el medio de distracción e información más extendido entre las familias del país. En la década de los 80 fue simbólica la exportación de telenovelas venezolanas en una experiencia protagonizada por RCTV y Venevisión. En 1986, por ejemplo, el canal 2 logró 12 millones de dólares por sus ventas al exterior.

[www.pac.com](http://www.pac.com) (13-06-12).

#### **1.5.8. DEBER SER UN CANAL DE TELEVISIÓN**

Se habla de canales para hacer referencia especialmente a las estaciones de televisión a través de las cuales las empresas de difusión y comunicación pueden enviar sus productos. Estos productos son recibidos de manera

privada a través de los televisores y disfrutados en diverso tipo de espacios, situaciones y momentos.

Las estaciones de televisión reciben el nombre de canales porque son frecuencias por las cuales viaja la información de manera radial o satelital al espacio. Si bien el número de canales se reducía a sólo un par en los inicios de la televisión, hoy en día la tecnología nos permite contar con un sinnúmero de opciones para elegir: canales públicos y privados, canales de diferente temática, canales de diferentes empresas y con diferentes objetivos. Todos ellos en conjunto hacen lo que se conoce como televisión abierta o por cable, una de las formas de entretenimiento más popular y difundida de la actualidad.

Para contar con televisión por cable (en la cual el usuario puede llegar a disfrutar cientos de canales diferentes), es necesario abonar una cuota y contar con la tecnología apropiada para recibir las señales enviadas a través de esos canales. Por el contrario, los canales que forman la televisión abierta suelen ser recibidos de manera gratuita y no requieren mayores inversiones en términos tecnológicos.

A diferencia de los canales de cable, los de aire deben ser establecidos con un canal de separación para evitar el choque de frecuencias análogas. Los de cable, por su parte, no cuentan con este requisito ya que están soportados todos por la misma fuente y entonces no hay peligro de que

sucedan eso. Actualmente se está asistiendo al paso de la televisión digital en la cual los canales se establecen y sintonizan a través de novedosos métodos, asegurando a los televidentes mejor calidad de imagen y mejor conexión. [www.definicionabc.com](http://www.definicionabc.com) (12-06-12).

Hay, nuevas realidades que se dan en la actualidad y que se deben reflejar en una comunicación televisiva: minorías, ecología y pacifismo, Derechos Humanos y la lucha por la equidad, la justicia y el bienestar social para las mayorías.

Teníamos enseñanzas a seguir, como las de algunos medios de comunicación no televisivos quienes ofrecen sus espacios para que se pronuncien los distintos actores de la vida nacional. Así, el Canal debe destinar espacios que divulgan el sentir, el pensamiento y la opinión de sus televidentes, para así lograr que los ídolos, modelos y protagonistas no sean solos los de la farándula, sino los propios actores de la realidad cotidiana, las comunidades y sus triunfos, sus competencias y sus conflictos, la angustia del medio y el deseo por un futuro mejor.

Existe lo que se ha venido en denominar: televisión espejo, la que favorece las posibilidades de participación de los televidentes en los distintos niveles del proceso de programación, producción y emisión.

El nuevo papel de la Televisión en las relaciones sociales y su incidencia en las reformas educativas, es una de las reflexiones en los primeros años

del vigésimo primer milenio.

El impacto de los medios masivos de comunicación, particularmente la Televisión en la vida económica, social y educativa de la sociedad actual hace imperativo: accionar, estratégicamente, alrededor de la inserción de la Televisión en los procesos educativos de hoy.

Es deber de un Canal local, sin ánimo de lucro, tener la estructura para emitir, una programación de contenido familiar, de calidad, no violenta, competitiva, recreativa y educativa.

Sin olvidar la cultura clásica como marco de referencia, lograr que la cultura cotidiana, la forjada por las vivencias de los habitantes de la región quede incluida en el Canal para ser vista y reflejada. El Canal debe intentar conseguir la mejor adaptación entre el entorno y el pensamiento, entre objeto y sujeto.

El Canal local de televisión no debe ser solo un portaestandarte de la libertad de expresión, ya que esta es solo una postura alejada de la dirección teleológica hacia un bien comunitario.

Un Canal de televisión local debe pretender es construir, consolidar y perfeccionar la estructura de su comunidad, legitimando la expresión en función del bien de la misma, entendiendo la expresión de la televisión como un deber, como una función social.

Un Canal de televisión local es un mediador ante su público, un informador veraz e imparcial.

[www.telesantander.com](http://www.telesantander.com) (13-06-12).

### **1.5.9. ESTUDIO DE TELEVISIÓN**

Según Viya (1994: 35), es un lugar diseñado, construido, equipado y destinado para elaborar o producir programas de televisión en condiciones ideales. Ciertamente es que se puede hacer televisión al aire libre o en cualquier parte, pero en estos casos se encontraría uno trabajando en condiciones poco propias. Un estudio de televisión puede ser de la forma o del tamaño que se desee. Sin embargo, casi todos son rectangulares o cuadrados.

Para proyectar un plató de televisión hay que tener en cuenta dos variables. Por un lado, el aislamiento del entorno, es decir, evitar interferencias de ruido del exterior. Por otro, la respuesta acústica que tendrá el estudio, esto es, la calidad del sonido que se alcanzará una vez realizados los tratamientos de absorción.

[www.acusticaintegral.com](http://www.acusticaintegral.com) (18-07-12).

### **1.5.10. PRODUCTOR DE TELEVISIÓN**

Según Viya (1994: 45), es la persona designada para manejar todos los aspectos administrativos. A diferencia del cine, en donde el productor es

quien aporta el capital para hacer la película, en televisión los medios económicos son aportados por la compañía televisora, por el canal o por el gobierno, si se trata de televisión oficial.

Según Sainz (1999, p.21-24), El Productor ejecutivo (Executive Producer) de una televisión es un directivo perteneciente a la cadena cuya misión consiste precisamente en el desarrollo de un tipo de contenidos o programas concretos (en este caso series de ficción). Puede identificarse con el director de Antena o, más específicamente, de Contenidos de Ficción de la cadena. Representa, por tanto, la máxima autoridad y ostenta el control económico y creativo, independientemente del tipo de producción que se adopte para realizarlas. Entre sus atribuciones se encuentra: (Búsqueda y selección de ideas, Desarrollo de proyectos, Elección del personal creativo y técnico principales, Supervisión del proceso de producción desde el punto de vista artístico y financiero, y Gestión comercial.

#### **1.5.11. DIRECTOR DE TELEVISIÓN**

Según Viya (1994: 59), conjuga, reúne, concierta y encabeza el esfuerzo del productor, de los técnicos y de los artistas, y lo convierte en aquello que aparece en la pantalla y que conocemos como el programa de televisión. El es el responsable final de lo que se ve en pantalla. De allí su capital importancia dentro del cumulo de personas que trabajan en conjunto para elaborar un programa.

Según Tetzlaff (2010), el director de televisión es la persona encargada de dirigir las actividades que involucran grabar o filmar una producción de televisión. [www.museum.tv](http://www.museum.tv) (18-07-12)

#### **1.5.12. PROGRAMACIÓN**

Según Viya (1994: 130), la programación de una televisora o de un canal es el conjunto de programas, anuncios comerciales, eventos, películas, documentales, noticiarios y emisiones especiales, que pueden ser en vivo o grabadas, o una combinación de las ambas.

El volumen o extensión dependerá de las posibilidades del canal, del número de patrocinadores y del tiempo vendido a ellos. Las características varían de acuerdo con la fisonomía que se desee dar al canal, ya sea de tipo juvenil, deportivo, cultural, educativo, fílmico o de diversión genérica y variada. La programación y su contenido también dependerán de si la televisora es privada u oficial.

La programación de un canal va cambiando según las horas del día y los días de la semana. La programación matutina reviste características diferentes a la programación vespertina o nocturna, así como las sabatinas y dominical es diferente a la del resto de la semana. Las épocas y temporadas del año y las festividades tradicionales también afectan a sus características. La programación de una televisora o un canal es conformada por el jefe de

operaciones del canal, de acuerdo con su gerente de ventas y su jefe de continuidad.

Según Arana (2011, p.226), la programación televisiva es el marco en el que se sitúan los distintos programas, la referencia de tiempos sobre la que se construye la oferta y un elemento esencial en la definición de la imagen de canal. El panorama actual de la televisión es de una complejidad inusitada, tanto porque se ha ampliado el número de contendientes en lucha por la audiencia, como por los cambios estructurales que se están produciendo en el medio.

### **1.5.13. TIPOS DE PROGRAMACIÓN**

Según Viya (1994: 127), de acuerdo con las características de contenido o metas, los programas de televisión que se elaboran para su transmisión, (tanto en los canales comerciales como en los oficiales), se puede clasificar de la siguiente manera. (De entretenimiento o diversión, informativos, didácticos, culturales).

La programación es una actividad dinámica en la que constantemente se toman dediciones, de acuerdo a estrategias y a principios que permiten alcanzar los objetivos establecidos. Una buena labor de programación requiere de la permanente información de las tendencias en contenidos y gustos de la audiencia.

En un canal de televisión, ya sea abierto o de cable, el área de programación tiene un papel estratégico, de tal manera que la mayoría de los procesos de las demás áreas dependen del proyecto de contenido que se trate.

Conocer las estrategias y las herramientas que se siguen en el interior de una televisora para planear contenidos, permitirá a quienes se dedican a la producción a entender la lógica de selección y adquisición de programas, películas o la decisión de adoptar un proyecto de producción o coproducción; además brindará elementos que servirán de guía para la concepción y el diseño de proyectos de producción.

Existen criterios fundamentales a la hora de enfocar el negocio televisivo: en primer lugar está el perfil del canal, este tiene una relación directa con el target al que se apunta. Luego hay que tener en cuenta la inversión que se puede destinar a la producción y por ende a la programación. En esto influirá la capacidad técnica instalada en el canal. Es muy distinto si se cuenta con ella o si hay que tercerizarla. El último criterio, y no por eso menos importante, es la cobertura de dicha señal. [www.pyprey.com](http://www.pyprey.com) (18-07-12).

#### **1.5.13.1. PROGRAMAS INFORMATIVOS**

Según Viya (1994: 128), persiguen la muy importante tarea de informar y comunicar, y cumplen así uno de los propósitos más importantes de la

televisión. Los programas informativos tienen la delicada responsabilidad de informar honesta y oportunamente, sin tendencias o amarillismos.

Estos tratan temas de Nota, noticia, y entrevista: de pregunta y respuesta, de opinión y de semblanza. [www.codigosvisuales011.blogspot.com](http://www.codigosvisuales011.blogspot.com) (18-07-12).

#### **1.5.14. TELEDIARIO O NOTICIERO**

Se conoce con el nombre de noticiero a todo aquel programa televisivo que se encargue de transmitir a los televidentes las noticias actualizadas del día y de las últimas horas. El noticiero cuenta con elementos característicos en cuanto a su lenguaje, su diagramación, su material, etc., que lo distingue claramente del resto de los programas televisivos. [www.definicionabc.com](http://www.definicionabc.com) (10-06-12).

La filosofía del medio es la de informar, orientar, educar, entretener y servir, abarca todos los géneros periodísticos de la prensa escrita adaptada a televisión. [www.codigosvisuales011.blogspot.com](http://www.codigosvisuales011.blogspot.com) (18-07-12).

#### **1.5.15. MOSCA**

Es el logotipo del canal situado habitualmente en una esquina de la pantalla. El hecho de que los espectadores estén viendo continuamente el logotipo ayuda al canal a "hacer marca", aunque la función principal de la mosca es hacer que se identifique en cualquier momento el canal en el que

nos encontramos. Sin embargo esto no pasa durante la emisión de espacios publicitarios. Cuando estos llegan la mosca desaparece. [www.diloengrafico.wikispaces.com](http://www.diloengrafico.wikispaces.com) (18-07-12).

Se refiere a los logos de las cadenas. Una mosca es la identidad, marca o logotipo que debe aparecer en la emisión de cada canal, a fin de identificar la cadena con el contenido que estamos viendo. Suelen estar siempre presentes, excepto en los espacio publicitarios, aunque en el extranjero muchas cadenas tienen la costumbre de dejar la mosca pinchada incluso durante la publicidad, como identificativo de la emisión.

Deben ser pequeñas, icónicas, semiopadas, y suelen estar en alguna de las esquinas de la emisión, tradicionalmente, en la esquina inferior derecha. [www.vayatele.com](http://www.vayatele.com) (18-07-12).

#### **1.5.16. COLETILLA O CORTINILLA**

Se utilizan para separar programas y dar paso a la publicidad. Pueden ser bastante simples, de corta duración y mostrar sólo el logo; o de mayor duración y más complejas. Las cortinillas también dan paso a un corte publicitario breve y nos informan de la duración de éste. [www.diloengrafico.wikispaces.com](http://www.diloengrafico.wikispaces.com) (18-07-12).

Se usan para establecer pausas en la lectura de textos, o en programas radiales o televisivos, como modo de separar acciones, o partes y dar un recreo al oyente. [www.deconceptos.com](http://www.deconceptos.com) (18-07-12).

### 1.5.17. CÁMARA PARA TELEVISION

Un sistema electroóptico utilizado para recoger y convertir una imagen visual o una escena en una señal eléctrica llamada de vídeo. El vídeo puede ser transmitido por medio de cables o de forma inalámbrica a un receptor adecuado o controlar una cierta distancia de la escena real. También puede ser grabada en una grabadora de cinta de vídeo para la reproducción en un momento posterior.

Una cámara de televisión puede caer dentro de una de varias categorías: estudio, tele cine , o portátil. También puede ser una de varias cámaras altamente especializados utilizados para la visualización remota de inaccesibles lugares, tales como el fondo del océano o el interior de reactores nucleares.

La cámara puede ser capaz de producir el color o monocromo (blanco y negro) imágenes. La mayoría de cámaras modernas son totalmente de estado sólido, que incluye el elemento sensible a la luz, que se compone de semiconductores llamados dispositivos acoplados de carga (CCD). Cámaras de bajo costo o de propósito especial, sin embargo, puede utilizar uno o más tubos de vacío, llamados vidicón , con una superficie sensible a la luz en el lugar de los dispositivos de carga acoplada. Véase también dispositivos acoplados de carga . [www.answers.com](http://www.answers.com) (31-17-06).

La cámara es la herramienta técnica que permite la captación de imágenes. En líneas generales puede decirse que una cámara de televisión proporciona las prestaciones de una cámara de cine pero, claro está, con la diferencia que en aquella las prestaciones son realizadas electrónicamente; de lo que se desprende lógicamente que la cámara de televisión necesita electricidad para funcionar. [www.recursos.cnice.mec.es](http://www.recursos.cnice.mec.es) (31-17-06).

### **1.5.18. EL OPERADOR DE CÁMARA DE TELEVISIÓN**

Los operadores de cámaras de televisión se pueden dividir en dos categorías:(Estudio y operadores). Estos operadores son parte de un equipo que en conjunto producen un programa en tiempo real. Esto implica generalmente varias cámaras y operadores. El operador deberá aportar una parte de la muestra a través de sus disparos, en los operadores de campo. Estos operadores tienen su cámara a varios lugares y por lo general grabar secuencias para su posterior edición. A veces el material se utiliza para la transmisión en vivo. El operador de campo pueden trabajar solos o con un presentador de campo, un operador de sonido, productor, etc. [www.mediacollege.com](http://www.mediacollege.com) (31-17-06).

Según Diccionario de la lengua española Real Academia Española, (2001), El camarógrafo, operador de cámara o cámara, es el encargado de manejar la cámara y sus ópticas en un rodaje. Debe llevar a imágenes el guion técnico, en el que se especifican los planos y la duración de los

mismos dentro de una determinada escena, se trata del operador principal de cámara. De él dependen funciones como el emplazamiento de la cámara, los movimientos con o sin desplazamiento y la correcta utilización de la imagen a través de los distintos tipos de óptica y sistemas de captura.

Además desde la cámara (o la imagen de ésta) el director, se entera, con la información del camarógrafo, de cualquier anomalía en la imagen. Ya sea un farol que se ve en cuadro, un cable o un brillo indeseado en el lente, etc. Los movimientos de cámara tienen que ser fluidos para no crear molestia en el espectador. Ya que generalmente se trata de que haya una armonía general tanto en el trabajo del camarógrafo.

En televisión, el camarógrafo es el encargado de la captura de la imagen, comunicándose con ayuda del director de cámaras (en operaciones broadcasting), desde el switcher (controles), el director se encarga de seleccionar las cámaras e indica que planos obtener. La diferencia del operador de cámaras de Televisión, con respecto al de cine, es que éste debe tener cierta agilidad, versatilidad y dinámica, para trabajar en todo tipo de circunstancias y en general trabajar con enlaces en vivo, lo cual necesita de precisión, pues las tomas no pueden ser editadas ni repetirlas.

#### **1.5.19. TOMAS Y ENCUADRES BASICOS**

Según Viya (1994: 61), el director tiene un arsenal de términos para indicar a los camarógrafos el tipo de trabajo de cámara que desea. Estos

términos son referencia del lenguaje utilizado en el cine, y por cuestiones prácticas se han dejado en su idioma original, el inglés. Muchos de estos términos toman como punto de referencia la figura humana. En otros países se refieren a estos encuadres como planos.

Cadena (2009), Se entiende por encuadre al campo visual que capta la cámara en un ángulo y posición determinados. El encuadre capta una serie de elementos que proporcionan la información que va a llegar al receptor. Por tanto, dicha información se debe planear y estructurar de acuerdo al mensaje que se quiera transmitir. Por su parte Una toma es, en rodaje, todo lo que capta la cámara desde que se presiona “rec.” hasta que se lo vuelve a presionar y deja de grabar. En una obra ya editada, las tomas se transforman en planos. [www.televisiondos.blogspot.com](http://www.televisiondos.blogspot.com) (31-17-06).

## **1.5.20. CLASIFICACIÓN DE ENCUADRES Y TOMAS**

### **1.5.20.1. FULL SHOT (F.S)**

Toma o plano de lejanía máxima del lugar donde se desarrolla la acción. También puede decirse que es un encuadre donde la persona aparece completa de pies a cabeza; e muestra a un personaje completo, mucho más distinguible.



FIGURA.#6 FULL SHOT (F.S)

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

#### 1.5.20.2. LONG SHOT (L.S)

Toma o plano que registra toda la figura, de pies a cabeza. Muestra el medio ambiente y algún personaje en ese ambiente. El personaje es claramente distinguible.



FIGURA. #7 LONGSHOT (L.S)

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

### 1.5.20.3. MEDIUM LONG SHOT (M.L.S)

Toma o plano que incluye a la figura, de las rodillas a la cabeza.



FIGURA. #8 MEDIUM LONG SHOT (M.L.S)

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

### 1.5.20.4. MEDIUM SHOT (M.S)

Toma o plano que incluye de la cintura a la cabeza del sujeto. Este plano es el más usado y característico en la televisión.



FIGURA. #9 MEDIUM SHOT (M.S)

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

### 1.5.20.5. MEDIUM CLOSE UP (M.C.U)

Toma o plano que incluye del busto a la cabeza del sujeto.



FIGURA. #10 MEDIUM CLOSE UP (M.C.U)

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013)

### 1.5.20.6. CLOSE UP (C.U)

Toma o plano que incluye solo la cabeza del sujeto.



FIGURA. #11 CLOSE UP (C.U)

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

### 1.5.20.7. PARTIAL CLOSE UP (P.C.U)

Muestra solo un detalle del rostro del sujeto.

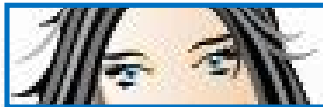


FIGURA. #12 CLOSE UP (C.U)

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

### 1.5.21. MOVIMIENTOS DE CAMARA

Según Viya (1994: 66), las cámaras giran sobre un pivote de derecha a izquierda, y también se pueden mover hacia arriba y hacia abajo. Pueden deslizarse por medio de las ruedas que tienen. De todas estas facilidades se desprenden varios movimientos que las cámaras, operadas por un camarógrafo pueden hacer. Así el director es capaz de moverlas en diversas formas para obtener la imagen que ha concebido. Es el desplazamiento de los personajes, objetos y de la cámara dentro del plano.

#### 1.5.21.1. PANNING SHOT O PANEO

Es el movimiento que ejecuta la imagen sobre el eje, de izquierda a derecha o derecha a izquierda, para describir o mostrar la escena o bien seguir alguna acción que se desarrolle en el movimiento.



FIGURA. #13 PANNINGSHOT O PANEO

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

#### 1.5.21.2. TILT DOWN

Es el movimiento que efectúa la cámara hacia abajo para mostrar algún detalle que se encuentra en una posición baja o seguir alguna acción en ese sentido.



FIGURA. #14 TILT DOWN

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

#### 1.5.21.3. TILT UP

Es el movimiento de la cámara que se usa para mostrar algo que está arriba, o para seguir alguna acción que se encuentre en ese sentido.



FIGURA. #15 TILT UP

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

#### 1.5.21.4. TRAVEL O TRAVELLING SHOT

Es el movimiento en el que se desplaza la cámara, siguiendo alguna acción o simplemente para cambiar el ángulo de la toma o encuadre. En esta caso es menester especificar hacia donde, y como se desea el desplazamiento.

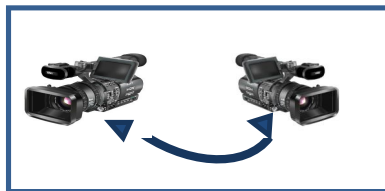


FIGURA. #16 TRAVEL O TRAVELLING SHOT

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

### 1.5.21.5. DOLLING IN Y DOLLING BACK

Son ya movimientos obsoletos, ya que la llegada de los lentes zoom los desplazo. Esos movimientos servían para alejara o acercar la cámara al sujeto, específicamente.



FIGURA. #17 DOLLING IN/ DOLLING BACK

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por Sánchez, Urdaneta (2013).

### 1.5.21.6. ZOOM IN

Es el acercamiento al sujeto por medio de la lente, la cámara no se mueve.



FIGURA. #18 ZOOM IN

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

### 1.5.21.7. ZOOM BACK

Es el alejamiento del sujeto, efecto que se logra con la lente zoom.



FIGURA. #19 ZOOM BACK

Fuente: Elaboración propia (2013)

Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

### 1.5.22. REGIONAL

El concepto de región hace referencia a una porción de territorio determinada por ciertas características comunes o circunstancias especiales, como puede ser el clima, la topografía o la forma de gobierno. [www.definicion.de](http://www.definicion.de) (30-07-12).

## 2. BASES LEGALES

Dada la naturaleza del tema en estudio y las características del proyecto propuesto en función de los objetivos planteados, es necesario considerar aspectos de la normativa legal que regula el contenido referente a las determinantes presentes en el mismo. Para tal efecto se destaca a continuación el contenido de las leyes, reglamentaciones y regulaciones especiales vinculadas específicamente con el proyecto.

## **2.2 LEY SOBRE DERECHO DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL**

Del contenido de esta Ley, se relacionan con la temática en estudio, los siguientes Artículos: del Título I: De Los Derechos Protegidos. Capítulo I, Disposiciones Generales, Sección Primera – De las obras del Ingenio; en los Artículos 1º, 2º y 3º, se establece la protección de los Derechos de los autores en la creación de obras de ingenio de índole artístico, científico o literario, independientemente de su género, forma de expresión, mérito o destino, que puedan ser divulgadas o publicadas por cualquier medio o procedimiento; así como, cualquier otra obra distinta a la original que sea de creación personal. Con estas disposiciones es neutralizada toda intención de usurpación de autoría.

En Sección Segunda.- De los autores. Se considera en contenido de los siguientes artículos: Artículo 5º consagra los derechos de orden moral y patrimonial del autor de una obra del ingenio, por ser de su creación; derechos que son inalienables, inembargables, irrenunciables e imprescriptibles. Es decir que el proyecto una vez inventado con un fin, reúne un conjunto de componentes y legalmente queda protegido el derecho moral y patrimonial de sus autores.

En el Artículo 6º de esta misma Ley refiere que por el solo hecho de realizar su pensamiento ya el autor crea la obra, aun cuando esta quede inconclusa e independientemente si va a ser divulgada o publicada. Según

este Artículo, la creación de los proyectos adquieren la naturaleza de obras con propiedad de su autor, después de las propuestas inventadas por el mismo; la obra se estima divulgada cuando se hace accesible al público por cualquier medio o procedimiento y es publicada cuando ha sido reproducida en forma material y suministrada al público en volumen suficiente para su conocimiento.

En el Artículo 7° se dispone la protección a la identidad del autor de la obra bien sea por indicación de su nombre, de un seudónimo o de cualquier signo que indique su auditoria. En concordancia con esta disposición, el Artículo 8° confiere el derecho al autor que haya publicado la obra o en su defecto quien la haga divulgar, siempre que revele su identidad y compruebe su condición de autor ante el Registro de la Producción Intelectual.

En los Artículos 9° y 10° Se norma la participación de los coautores para ejercer sus derechos de común acuerdo, sobre las obras creadas en colaboración. Es entendible que un proyecto es creado o desarrollado a partir de ideas y en el caso de la participación de varias personas, se debe seguir un patrón basado en esta Ley, cuestión que favorece la obra en el presente proyecto.

Capítulo II. De La Naturaleza de Derecho de Autor. Sección Segunda. De la duración del Derecho de Autor. Artículo 25°. Aquí se establece la duración de por vida del derecho de autor, incluso respecto a obras no

divulgadas; derecho que se extiende a los sesenta años contados a partir del primero de enero del año siguiente al de su muerte. En concordancia con esto, el Artículo 26° refiere que en el caso de las obras hechas en colaboración, los sesenta años se comenzarán a contar a partir del primero de enero del año siguiente de la muerte del coautor que sobreviva a los demás. Esta disposición favorece al presente proyecto puesto que garantiza la permanencia de los derechos de autor por tiempo prolongado.

Así mismo el Artículo 28° establece que aun extinguido el derecho de autor, no puede emplearse el título de una obra para identificar otra del mismo género y en este aspecto concuerda con el Artículo 24° que prevé el peligro de confusión en los títulos cuando las obras son originales, guardando el derecho de quienes la divulguen.

Título II. Del Contenido y de los Límites de los Derechos de Explotación. Capítulo I. Del Contenido de los Derechos de Explotación Artículo 40°. Consagra el derecho de comunicación pública y de reproducción de las obras de ingenio, a través de su difusión por cualquier medio o procedimiento, conocido o por conocerse, signos, palabras, sonidos o imágenes. Se entiende por comunicación pública todo acto por el cual una pluralidad de personas puede tener acceso a la obra. La ley en este artículo favorece de manera importante al proyecto puesto que permite la herramienta de divulgación de lo que se crea con un propósito definido en los objetivos ya planteados.

En el Artículo 42° se establece la disposición que prohíbe la comunicación, reproducción o distribución parcial o total de una obra sin el consentimiento del autor o de los derechohabientes o causahabientes de éste. De acuerdo con esto queda protegida la propiedad intelectual de la obra creada, traducida, transformada, arreglada o copiada por un arte o procedimiento cualquiera, norma aplicable totalmente al proyecto a desarrollar en este caso.

### **3. CASOS DE ESTUDIO**

Para desarrollar el análisis de los cuadros de casos de estudio, se diseñó un instrumento para la recolección de todos aquellos datos necesarios para el análisis, en el se introdujeron todas aquellas características que corresponden a los distintos noticieros regionales, nacionales e internacionales que pretende plantearse, observando detenidamente los noticieros necesarios para poder llegar a sus características. A partir de esta recolección de datos surgió un cuadro resumen de los casos analizados.

Al culminar el colocar los datos en el cuadro resumen, se seleccionaron aquellos casos se observó una cantidad de diez (10) noticieros con características similares que se pueden apreciar en los cuadros.

Estudio de caso "Telecolor canal 41"	
Características	
	<p><b>Noticiero</b> Telecolor canal 41</p>
	<p><b>Escenografía</b> Posee elementos mal distribuidos y la pantalla que se encuentra al costado quita protagonismo a los presentadores.</p>
	<p><b>Color</b> Los colores de la imagen del Noticiero son azul y marrón.</p>
	<p><b>Presentadores</b> Los presentadores del noticiero son de ambos sexos y actúan los dos (2) presentadores al mismo tiempo o por separado en algunas emisiones.</p>
	<p><b>Las mosquitas</b> La mosquita del noticiero no aparece durante las tomas en el estudio y rara vez aparecen en tomas exteriores.</p>
	<p><b>Los cintillos</b> El cintillo del noticiero tiene un degradado visible entre verde y azul, en este no se encuentra el identificador, solo el nombre de la noticia a presentar.</p>
	<p><b>Tomas y Planos</b> Con respecto a los movimientos de la cámara a los presentadores se les hace un plano de detalle para ver el contorno o la escenografía que maneja el noticiero, también se les hace a los presentadores una vista en medio plano cuando están narrando diciendo los sucesos o noticias.</p>
	<p><b>Vestuarios</b> El vestuario que llevan los presentadores es formal (traje) y la presentadora en ocasiones le agrega algún toque casual (trajes o camisas de vestir y accesorios).</p>
	<p><b>Manejo de Espacios</b> Tienen una diagramación sencilla, poseen un baking central detrás de el escritorio próximo a esta una pantalla de gran dimensión y a izquierda un baking que va a lo largo de el muro.</p>
	<p><b>Concepto Grafico</b> El noticiero de telecolor noticias canal 41, posee un concepto grafico poco llamativo y sobrecargado.</p>

Cuadro #1 TELECOLOR NOTICIAS  
Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013)

Estudio de caso "Global Tv"	
Características	
Noticiero	Noticias Global Tv
Escenografía	La escenografía del noticiero esta compuesta por un vidrio decorado que deja ver las oficinas y controles del mismo noticiero y del canal completo
Color	Los colores que usan en la escenografía del noticiero son negro y grises
Presentadores	Los presentadores del noticiero son de ambos sexos y actúan los dos (2) presentadores al mismo tiempo muy rara vez se ve a un solo presentador.
Las mosquitas	La mosquita del noticiero se encuentra en la esquina superior izquierda de la pantalla
Los cintillos	El cintillo usa 2 colores amarillo y negro en un degradado de esquina a esquina, en la parte izquierda del cintillo aparece una síntesis del planeta tierra en una ligera transparencia
Tomas y Planos	Con respecto a los movimientos de la cámara a los presentadores se les hace un plano de detalle para ver el contorno o la escenografía que maneja el noticiero, también se les hace a los presentadores una vista en medio plano cuando están narrando o diciendo las sucesos o noticias que les toca.
Vestuarios	El vestuario que llevan los presentadores es algo formal, a los hombres están siempre de saco y corbata, en el caso de las mujeres pueden estar con una blusa, falda, pantalón o en vestido.
Manejo de Espacios	La diagramación o usos de espacio del noticiero de Global Tv es una diagramación bastante sencilla y monocromática.
Concepto Grafico	En el noticiero manejan un concepto donde ellos quieren mostrar que están en la vanguardia y al tope de la tecnología.



Cuadro #2 NOTICIAS GLOBAL TV  
Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013)

Estudio de caso "Venevision"	
Características	
	<p>Noticiero</p> <p>Noticiero Venevisión</p>
	<p>Escenografía</p> <p>La escenografía tiene en el fondo de los mismos colores con puntos blancos en transparencia y un vidrio con diseños pegados con vinil es una imagen que llama la atención y hace que noticiero se vea novedoso y actualizado</p>
	<p>Color</p> <p>Los colores de la imagen del Noticiero son unos colores de la bandera de Venezuela (amarillo, azul y rojo)</p>
	<p>Presentadores</p> <p>Los presentadores del noticieros son de ambos sexos y actúan los dos (2) presentadores al mismo tiempo muy rara vez se ve a un solo presentador.</p>
	<p>Las mosquitas</p> <p>La mosquita del noticiero se encuentra en la esquina superior izquierda de la pantalla</p>
	<p>Los cintillos</p> <p>El cintillo del noticiero utiliza una paleta de 3 colores que son los mismos de la escenografía ya mencionada, son 2 franjas una en azul donde menciona el nombre y apellido del entrevistado, otra en amarillo donde menciona el cargo o profesión que ocupa el entrevistado y una en rojo más pequeña que las otras 2 donde dice que están en vivo, el logo del canal está ubicado en la parte izquierda del cintillo.</p>
	<p>Tomas y Planos</p> <p>Con respecto a los movimientos de la cámara a los presentadores se les hace un plano de detalle para ver el contorno o la escenografía que maneja el noticiero, también se les hace a los presentadores una vista en medio plano cuando están narrando zo diciendo las sucesos o noticias que les toca.</p>
	<p>Vestuarios</p> <p>El vestuario que llevan los presentadores es algo formal, a los hombres están siempre de saco y corbata, en el caso de las mujeres pueden estar con una blusa, falda, pantalón o en vestido.</p>
	<p>Manejo de Espacios</p> <p>La diagramación o usos de espacio del noticiero es sencilla aunque con mucho espacio, ellos manejan el area de deportes, farandula y salud al lado derecho del escritorio principal del noticiero</p>
	<p>Concepto Grafico</p> <p>El concepto grafico del noticiero es un concepto con pocos colores ya que manejan una paleta de solo 3, ellos muestran sen banguardistas y que estan al tope de la tecnologia.</p>

Cuadro #3 NOTICIERO VENEVISIÓN  
Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013)

Estudio de caso "Globovision"	
Características	
Noticiero	Noticiero Globovision.
Escenografía	La escenografía del noticiero esta compuesta por un vidrio con diseño en vinil en transparencia que deja ver las oficinas y controles del mismo noticiero y del canal completo
Color	Los colores de la imagen del Noticiero de Globovision es el marrón
Presentadores	Los presentadores del noticiero son de ambos sexos y actúan los dos (2) presentadores al mismo tiempo muy rara vez se ve a un solo presentador.
Las mosquitas	La mosquita del noticiero se encuentra en la esquina superior izquierda de la pantalla
Los cintillos	El cintillo del noticiero utiliza una paleta de 2, son 2 franjas una es de color azul donde aparece o se menciona el nombre y apellido del entrevistado, la otra franja es de color negro donde se menciona el cargo o profesión que lleva el entrevistado y el logo del canal aparece del lado derecho del cintillo.
Tomas y Planos	Con respecto a los movimientos de la cámara a los presentadores se les hace un plano de detalle para ver el contorno o la escenografía que maneja el noticiero, también se les hace a los presentadores una vista en medio plano cuando están narrando o diciendo las sucesos o noticias que les toca.
Vestuarios	El vestuario que llevan los presentadores es algo formal, a los hombres están siempre de saco y corbata, en el caso de las mujeres pueden estar con una blusa, falda, pantalón o en vestido.
Manejo de Espacios	La diagramación o usos de espacio del noticiero es bastante sencilla ya que manejan todos los aspectos del noticiero con el escritorio central.
Concepto Grafico	El concepto grafico del noticiero ellos muestran sen banguardistas y que estan al tope de la tecnologia con el vidrio donde muestran todos los televisores y monitores donde se opera el noticiero.



Cuadro #4 NOTICIERO GLOBOVISIÓN  
Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013).

Estudio de caso "Televen"	
Características	
Noticiero	Noticiero Televen
Escenografía	La mayoría de la escenografía es en madera con detalles en acero y metal, en el fondo hay un vidrio que deja ver las oficinas y controles del noticiero
Color	Los colores de la imagen del Noticiero televen son marrón, gris y rojo
Presentadores	Los presentadores del noticieros son de ambos sexos y actúan los dos (2) presentadores al mismo tiempo muy rara vez se ve a un solo presentador.
Las mosquitas	La mosquita del noticiero se encuentra en la esquina superior izquierda de la pantalla
Los cintillos	El cintillo del noticiero es una franja de un degrade en color negro, se encuentra en la parte inferior de la pantalla, el logo del canal se encuentra en la parte derecha.
Tomas y Planos	Con respecto a los movimientos de la cámara a los presentadores se les hace un plano de detalle para ver el contorno o la escenografía que maneja el noticiero, también se les hace a los presentadores una vista en medio plano cuando están narrando zoz diciendo las sucesos o noticias que les toca.
Vestuarios	El vestuario que llevan los presentadores es algo formal, a los hombres están siempre de saco y corbata, en el caso de las mujeres pueden estar con una blusa, falda, pantalón o en vestido.
Manejo de Espacios	La diagramación o usos de espacio del noticiero es sencilla ya que manejan las distintas etapas del noticiero desde el escritorio central.
Concepto Grafico	El concepto grafico del noticiero es minimalista ya que usan pocos colores y muestran toda la tecnología que ellos usan a la hora de la transmisión.

Cuadro #5 NOTICIERO TELEVEN  
Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013)

Estudio de caso "CNN en español"	
Características	
Noticiero	Noticiero CNN
Escenografía	En el caso de este noticiero la mayoría de la escenografía es en madera, en el fondo se pueden apreciar las oficinas y controles del noticiero
Color	El color de la imagen del Noticiero CNN en español es marrón
Presentadores	Los presentadores del noticiero son de ambos sexos y actúan los dos (2) presentadores al mismo tiempo muy rara vez se ve a un solo presentador.
Las mosquitas	La mosquita del noticiero se encuentra en la esquina inferior derecha de la pantalla
Los cintillos	El cintillo del noticiero es de color azul únicamente se encuentra en la parte inferior de la pantalla, el logo del canal o noticiero se puede apreciar en la parte derecha del cintillo
Tomas y Planos	Con respecto a los movimientos de la cámara a los presentadores se les hace un plano de detalle para ver el contorno o la escenografía que maneja el noticiero, también se les hace a los presentadores una vista en medio plano cuando están narrando o diciendo las sucesos o noticias que les toca.
Vestuarios	El vestuario que llevan los presentadores es algo formal, a los hombres están siempre de saco y corbata, en el caso de las mujeres pueden estar con una blusa, falda, pantalón o en vestido.
Manejo de Espacios	La diagramación o usos de espacio del noticiero de CNN es bastante sencilla ya que manejan todas aquellas noticias internacional, deportes desde un mismo escritorio
Concepto Grafico	El concepto del noticiero ellos muestran son vanguardistas ya que cada cierto tiempo renuevan su imagen y también muestran que están al tope de la tecnología ya que la muestran en todas sus transmisiones.



Cuadro #6 NOTICIERO CNN  
Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013)

Estudio de caso "ESPN"	
Características	
	<p>Noticiero</p> <p>Sportcenter</p>
	<p>Escenografía</p> <p>La imagen de Sportcenter es una imagen muy novedosa y actualizada la mayoría de sus detalles son echos con metal, utiliza un contraste de varios colores .</p>
	<p>Color</p> <p>Los colores que usa la escenografía de Sportcenter son contrastes entre azul, anaranjado, rojo, entre otros</p>
	<p>Presentadores</p> <p>Los presentadores del noticieros son de ambos sexos y actúan los dos (2) presentadores al mismo tiempo muy rara vez se ve a un solo presentador.</p>
	<p>Las mosquitas</p> <p>La mosquita del noticiero se encuentra en la esquina inferior derecha de la pantalla</p>
	<p>Los cintillos</p> <p>El cintillo de sportcenter es una paleta de 3 colores que son gris, negro y rojo, en la parte derecha del cintillo se puede apreciar el logo de sportcenter.</p>
	<p>Tomas y Planos</p> <p>Con respecto a los movimientos de la cámara a los presentadores se les hace un plano de detalle para ver el contorno o la escenografía que maneja el noticiero, también se les hace a los presentadores una vista en medio plano cuando están narrando zo diciendo las sucesos o noticias que les toca.</p>
	<p>Vestuarios</p> <p>El vestuario que llevan los presentadores es algo formal, a los hombres están siempre de saco y corbata, en el caso de las mujeres pueden estar con una blusa, falda, pantalón o en vestido.</p>
	<p>Manejo de Espacios</p> <p>La diagramacion o usos de espacio de sportcenter es bastante sencilla ya que manejan todos los aspectos del noticiero con el escritorio central.</p>
	<p>Concepto Grafico</p> <p>El concepto grafico de sportcenter muestran ser banguardistas y que estan al tope de la tecnologia tambien es un concepto minimalista, ya usan pocos colores en su escenografía.</p>

Cuadro #7 SPORT CENTER  
Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013)

Estudio de caso "Fox Sports"	
Características	
Noticiero	Central Fox
Escenografía	La imagen del Fox Sports (central Fox) es una imagen muy actual utilizan mucho lo que es vidrio, plástico, entre otros materiales.
Color	En cuanto a los colores usan blanco, grises con un fondo negro
Presentadores	Los presentadores del noticieros son de ambos sexos y actúan los dos (2) presentadores al mismo tiempo muy rara vez se ve a un solo presentador.
Las mosquitas	La mosquita del noticiero se encuentra en la esquina inferior derecha de la pantalla
Los cintillos	El cintillo Fox Sports utilizan una paleta de 3 colores que son negro amarillo y gris que son los colores corporativos del logotipo del noticiero, en la parte izquierda del cintillo es que se puede apreciar el logo del noticiero
Tomas y Planos	Con respecto a los movimientos de la cámara a los presentadores se les hace un plano de detalle para ver el contorno o la escenografía que maneja el noticiero, también se les hace a los presentadores una vista en medio plano cuando están narrando o diciendo las sucesos o noticias que les toca.
Vestuarios	El vestuario que llevan los presentadores es algo formal, a los hombres están siempre de saco y corbata, en el caso de las mujeres pueden estar con una blusa, falda, pantalón o en vestido.
Manejo de Espacios	La diagramación de central fox es bastante sencilla ya que manejan todas las noticias del deporte desde un mismo lugar.
Concepto Grafico	El concepto grafico de central fox es minimalista ya que usan pocos colores y enseñan que estan al tope de la tecnología.



Cuadro #8 CENTRAL FOX  
Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013)

Estudio de caso "Tve"	
Características	
	<p>Noticiero: Telediario</p>
	<p>Escenografía: La imagen del Noticiero de Tve es una imagen novedosa utilizan mucho lo que es el vidrio para el fondo de la escenografía</p>
	<p>Color: Los colores que usan en la escenografía del noticiero son gris, beige, azul y blanco con diferentes tonos de los mismos.</p>
	<p>Presentadores: Los presentadores del noticiero son de ambos sexos y actúan los dos (2) presentadores al mismo tiempo muy rara vez se ve a un solo presentador.</p>
	<p>Las mosquitas: La mosquita del noticiero se encuentra en la esquina inferior derecha de la pantalla</p>
	<p>Los cintillos: El cintillo del noticiero usa los colores de la escenografía maneja los colores gris, beige y azul, en la parte derecha del cintillo se puede encontrar el logo del canal.</p>
	<p>Tomas y Planos: Con respecto a los movimientos de la cámara a los presentadores se les hace un plano de detalle para ver el contorno o la escenografía que maneja el noticiero, también se les hace a los presentadores una vista en medio plano cuando están narrando o diciendo los sucesos o noticias que les toca.</p>
	<p>Vestuarios: El vestuario que llevan los presentadores es algo formal, a los hombres están siempre de saco y corbata, en el caso de las mujeres pueden estar con una blusa, falda, pantalón o en vestido.</p>
	<p>Manejo de Espacios: La diagramación o usos de espacio de este noticiero es bastante sencilla y monocromática ya que únicamente usan el escritorio principal con la pantalla que tienen en el fondo.</p>
	<p>Concepto Gráfico: El concepto gráfico que el noticiero de tve es un concepto minimalista ya que usa muy pocos colores</p>

Cuadro #9 TELEDIARIO  
Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013)

Estudio de caso "Televisa (Mexico)"	
Características	
Noticiero	Noticiero Televisa
Escenografía	La escenografía del noticiero televisa es una escenografía bastante novedosa y actualizada
Color	Los colores que usan en la escenografía son violeta y azul con sus diferentes tonos.
Presentadores	Los presentadores del noticieros son de ambos sexos y actúan los dos (2) presentadores al mismo tiempo muy rara vez se ve a un solo presentador.
Las mosquitas	La mosquita del noticiero se encuentra en la esquina inferior derecha de la pantalla
Los cintillos	El cintillo del noticiero es de color azul y violeta, el logo del canal o noticiero se puede apreciar en la parte derecha del cintillo.
Tomas y Planos	Con respecto a los movimientos de la cámara a los presentadores se les hace un plano de detalle para ver el contorno o la escenografía que maneja el noticiero, también se les hace a los presentadores una vista en medio plano cuando están narrando o diciendo las sucesos o noticias que les toca.
Vestuarios	El vestuario que llevan los presentadores es algo formal, a los hombres están siempre de saco y corbata, en el caso de las mujeres pueden estar con una blusa, falda, pantalón o en vestido.
Manejo de Espacios	La diagramación o usos de espacio del noticiero es bastante amplia y sencilla ya que usan un escritorio central y cubículos para las distintas partes del noticiero como deporte, farandula, etc.
Concepto Grafico	El concepto grafico del noticiero ser banguardistas en el mercado y que estan al tope de la tecnologia, tambien es algo minimalista ya que tonos de solo dos colores.

Cuadro #10 NOTICIERO TELEVISA  
Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013)

CUADRO COMPARATIVO PROGRAMAS INFORMATIVOS (ESCENOGRAFIA, COLOR, PRESENTADORES, MOSQUITAS, CENTILLO)					
Canales	Escenografía	Color	Presentadores	Mosquitas	Cintillos
Televisa Canal 7	Escenografía nada llamativa.	Paleta de 2 colores (Azul y Gris).	Presentadores de ambos sexos.	Esquina superior izquierda.	Usa colores corporativos.
Global Tv	Escenografía pequeña.	Paleta de 2 colores (Negro y Gris).	Presentadores de ambos sexos.	Esquina superior izquierda.	Usa paleta de 2 colores (Negro y Gris).
Venevision	Escenografía novedosa y actualizada.	Paleta de 3 colores (Amarillo, Azul y Rojo).	Presentadores de ambos sexos.	Esquina superior izquierda.	Usa paleta de 3 colores y 3 franjas.
Globovision	Escenografía pequeña y llamativa.	Paleta de un solo color que es el marrón.	Presentadores de ambos sexos.	Esquina superior izquierda.	Usa paleta de 2 colores y también 2 franjas.
Televen	Escenografía llamativa.	Paleta de 3 colores (Rojo, Gris y Marrón).	Presentadores de ambos sexos.	Esquina superior izquierda.	Tiene una sola franja en color negro.
CNN en Español	Escenografía renovadora y actualizada.	Paleta de un solo color que es el marrón.	Presentadores de ambos sexos.	Esquina inferior derecha.	Usa una paleta de un solo color que es el azul.
ESPN	Escenografía novedosa y actualizada.	Paleta de 3 colores (Azul, Rojo Anaranjado).	Presentadores de ambos sexo (Predominan Hombres).	Esquina inferior izquierda.	Usa paleta de 3 colores (Gris, Rojo y Negro).
Fox Sports	Escenografía muy llamativa y actualizada.	Usan los colores blanco, grises y fondo negro.	Presentadores de ambos sexos.	Esquina inferior derecha.	Usa paleta de 3 colores (Amarillo, Negro y Gris).
Tve	Escenografía novedosa y actualizada.	Paleta de 4 colores (Azul, Blanco, Gris y Beige).	Presentadores de ambos sexos.	Esquina inferior izquierda.	Usa paleta de 4 colores (Azul, Blanco, Gris y Beige).
Televisa (Mexico)	Escenografía novedosa y actualizada.	Paleta de 2 colores (Azul y Violeta).	Presentadores de ambos sexos.	Esquina inferior derecha.	Usa una Paleta de 2 colores (Azul y Violeta).

Cuadro #11 CUADRO COMPARATIVO PROGRAMAS INFORMATIVOS  
Elaborado por: Sánchez, Urdaneta

CUADRO COMPARATIVO PROGRAMAS INFORMATIVOS (TOMAS Y PLANOS,, VESTUARIO, DIAGRAMACIÓN, CONCEPTO GRÁFICO)				
Canales	Tomas y Planos	Vestuario	Diagramación	Concepto Gráfico
Televisa Canal 7	Usan Plano de detalle y vista a medio plano.	Vestuario formal.	Mal empleo de la utileria y espacio.	no tiene coherencia con el concepto del nombre del canal.
Global Tv	Usan Plano de detalle y vista a medio plano.	Vestuario formal.	Diagramación sencilla y monocromática.	Concepto Vanguardista .
Venevision	Usan Plano de detalle y vista a medio plano.	Vestuario formal.	Diagramación sencilla y espaciosa.	Concepto Vanguardista , al tope de la tecnología.
Globovision	Usan Plano de detalle y vista a medio plano.	Vestuario formal.	Diagramación y con poco espacio.	Concepto que muestra estar al tanto de lo ultimo en cuanto a información.
Televen	Usan Plano de detalle y vista a medio plano.	Vestuario formal.	Diagramación sencilla y equilibrada.	Enfocados en mostrar al televidente que la información que se brinda es veraz y actualizada.
CNN en Español	Usan Plano de detalle y vista a medio plano.	Vestuario formal.	Diagramación sencilla.	Concepto vanguardista, monocromatico y al tope de la tecnología.
ESPN	Usan Plano de detalle y vista a medio plano.	Vestuario formal.	Diagramación sencilla y espaciosa.	Minimalista, deportivo pero a su vez elegante.
Fox Sports	Usan Plano de detalle y vista a medio plano.	Vestuario formal.	Diagramación sencilla.	Minimalista, deportivo pero a su vez elegante.
Tve	Usan Plano de detalle y vista a medio plano.	Vestuario formal.	Diagramación sencilla y monocromática.	Minimalista, no se llenan espacios mostrando que se es genuino y abierto en la infomación.
Televisa (Mexico)	Usan Plano de detalle y vista a medio plano.	Vestuario formal.	Diagramación amplia y sencilla.	Vanguardista de poca utileria enfocada en la seriedad del equipo reportero.

Cuadro #12 CUADRO COMPARATIVO PROGRAMAS INFORMATIVOS  
Elaborado por: Sánchez, Urdaneta (2013)

### **3. METODOS DE DISEÑO.**

#### **1.1 METODO DE DISEÑO SEGÚN MUNARI (2006)**

##### **1. Definición del problema**

Lo primero que hay que hacer es definir el problema en su conjunto. Muchos diseñadores creen que los problemas ya han sido suficientemente definidos por sus clientes; pero, esto no es en absoluto suficiente. Por tanto es necesario empezar por la definición del problema, lo cual servirá también para definir los límites en los que deberá moverse el proyectista.

##### **2. Elementos del problema**

Cualquier problema puede ser descompuesto en sus elementos. Esta operación facilita la proyección porque tiende a descubrir los pequeños detalles particulares que se ocultan tras los sub-problemas. Una vez resueltos los pequeños problemas de uno en uno (y aquí empieza a intervenir la creatividad abandonando la idea de buscar una idea), se recomponen de forma coherente a partir de los elementos funcionales de cada una de las partes y funcionales entre sí, a partir de las características materiales, psicológicas, ergonómicas, estructurales, económicas y, por último, formales.

El principio de descomponer un problema en sus elementos para poder analizarlo procede del método cartesiano. Descomponer el problema

en sus elementos quiere decir descubrir numerosos sub-problemas. "Un problema particular de diseño es un conjunto de muchos sub-problemas. Cada uno de ellos puede resolverse obteniendo un campo de soluciones aceptables", cada sub-problema tiene una solución óptima que no obstante puede estar en contradicción con las demás. La parte más ardua del trabajo del diseñador será la de conciliar las diferentes soluciones con el proyecto global.

La solución del problema general consiste en la coordinación creativa de las soluciones de los sub-problemas. A modo de ejemplificación, el problema presentado consiste en proyectar una lámpara y se ha definido que se trata de una lámpara de luz diurna para una habitación normal.

Los sub-problemas que hay que resolver en forma creativa son:

- Qué tipo de luz deberá tener esta lámpara.
- Si esta luz deberá estar graduada por un reóstato.
- Con qué material habrá que construirla.
- Con qué tecnología habrá que trabajar este material para hacer la lámpara.
- Dónde tendrá el interruptor.
- Cómo será transportada, con qué embalaje.

- Cómo se dispondrá en el almacén.
- Si hay partes ya prefabricadas (portalámparas, reóstato, interruptor, etc.).
- Qué forma tendrá.
- Cuánto deberá costar.

### **3. Recopilación de datos**

Se refiere al proceso de búsqueda de datos para cada elemento del problema.

### **4. Análisis de datos**

El análisis de todos los datos recogidos puede proporcionar sugerencias sobre qué debe y no se debe hacer para proyectar bien el producto y puede orientar la proyección hacia otros materiales, otras tecnologías, otros costes.

### **5. Creatividad**

La creatividad ocupa el lugar de la idea y procede según su método. Mientras la idea, vinculada a la fantasía, puede proponer soluciones irrealizables por razones técnicas, materiales o económicas, la creatividad se mantiene en los límites del problema, límites derivados del análisis de los datos y de los sub-problemas.

## **6. Materiales – Tecnologías**

La sucesiva operación consiste en otra pequeña recopilación de datos relativos a los materiales y a las tecnologías que el diseñador tiene a su disposición en aquel momento para realizar su proyecto. La industria que ha planteado el problema al diseñador dispondrá ciertamente de una tecnología propia para fabricar determinados materiales y no otros. Por tanto es inútil pensar en soluciones al margen de estos dos datos relativos a los materiales y a las tecnologías.

## **7. Experimentación**

Es la fase cuando el proyectista realizará una experimentación de los materiales y las técnicas disponibles para realizar su proyecto. Muy a menudo materiales y técnicas son utilizados de una única forma o de muy pocas formas según la tradición. Muchos industriales dicen: Siempre lo hemos hecho así, ¿por qué habría que cambiar? En cambio la experimentación permite descubrir nuevos usos de un material o de un instrumento.

## **8. Modelos**

Estas experimentaciones permiten extraer muestras, pruebas, informaciones, que pueden llevar a la construcción de modelos demostrativos de nuevos usos para determinados objetivos. Estos nuevos

usos pueden ayudar a resolver sub-problemas parciales que a su vez, junto con los demás, contribuirán a la solución global. De esta forma se obtendrá un modelo de lo que eventualmente podrá ser la solución del problema.

## **9. Verificación**

Es el paso donde se realiza una verificación del modelo o de los modelos (puede ocurrir que las soluciones posibles sean más de una). Se presenta el modelo a un determinado número de probables usuarios y se les pide que emitan un juicio sincero sobre el objeto en cuestión. Sobre la base de estos juicios se realiza un control del modelo para ver si es posible modificarlo, siempre que las observaciones posean un valor objetivo

Con base en todos estos datos se puede empezar a preparar los dibujos constructivos a escala o a tamaño natural, con todas las medidas exactas y todas las indicaciones necesarias para la realización del prototipo.



### **3. Análisis de interpretación**

Consiste en el análisis, interpretación y organización de la información, su importancia e interés; organizarla y sacar conclusiones, a fin de establecer ciertas pautas de cómo encarar el trabajo, la dirección a seguir e inscribirlo dentro de un marco de referencia.

### **4. Determinación de objetivos**

Determinar los objetivos que se plantearon exactamente, cuál era su alcance y el mensaje a transmitir.

### **5. Análisis de jerarquías**

El análisis de prioridades y jerarquías en cuanto a la naturaleza del estudio que sustenta el diseño, había que ver si se trataría de una teórica, de un apunte, de un audiovisual, un trabajo práctico o alguna combinación de las anteriores. Si sería una mera enunciación de puntos concretos, una recopilación de partes de distintos escritos ya elaborados de autores reconocidos, o tal vez algo donde el receptor pudiera participar un poco más.

## **6. Desarrollo de anteproyecto**

En este punto se plantea un listado de los pasos a seguir en una primera etapa de todo el proceso de diseño, lo que se corresponde con el análisis y definición de un problema.

## **7. Organización de producción**

En esta etapa de producción habrá que tener en cuenta los aspectos básicos para toda pieza de diseño: desde la imagen con sus distintas posibilidades en cuanto al lenguaje (si va a ser fotográfico o ilustrativo, si va a ser realista o no, por planos o lineal, etc.) hasta la tipografía y sus variables.

## **8. Verificación**

Consiste en constatar el resultado final; no es una simple verificación sino que por el contrario está presente a lo largo de todo el desarrollo del trabajo, puesto que cada una de las diferentes etapas debe ser verificada volviendo cada vez a la raíz y al paso anterior como para no perder de vista la intención inicial.



Grafico #2 METODO DE FRASCARA  
 Elaborado por  
 Sánchez, Urdaneta (2013)

#### 4.3 METODO DE DISEÑO DE ARCHER (1963)

En este método, Archer propone como definición de diseño: seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles. Por lo tanto, el proceso de diseño debe contener las etapas, analítica, creativa y de ejecución.

## **ETAPAS DE MÉTODO ARCHER**

**Etapa analítica:** Recopilar los datos, evaluar y definir las condiciones.

**Etapa creativa:** Formular las ideas básicas.

**Etapa Ejecutiva:** Valoración crítica, ajustar la idea para así desarrollar el proceso de materialización.

Estas etapas a su vez se subdividen en:

1. Definición del Problema
2. Obtener datos relevantes, preparar especificaciones
3. Análisis y síntesis de los datos para preparar propuestas de diseño
4. Desarrollo de prototipo
5. Preparar y ejecutar estudios y experimentos que validen el diseño
6. Preparar documentos para la producción.

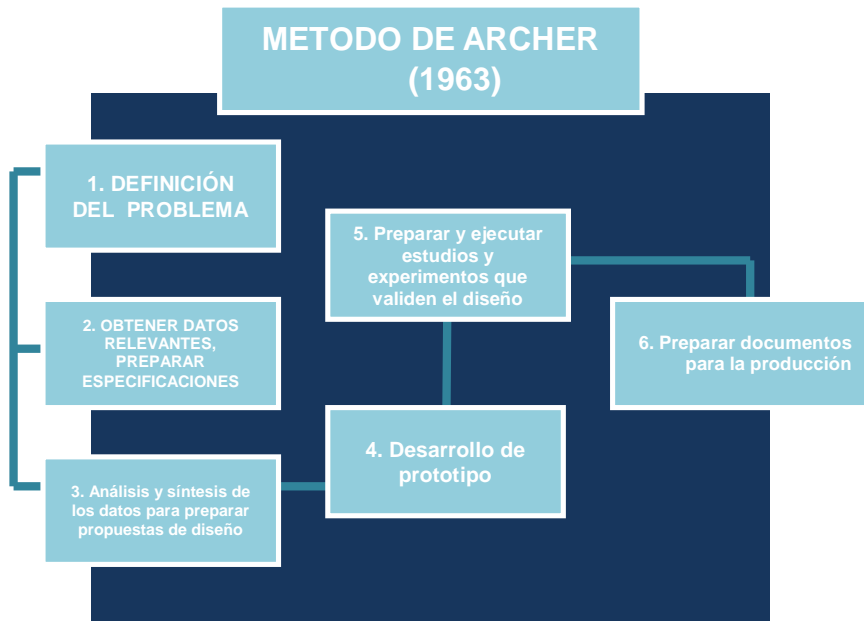


Grafico #3 METODO DE ARCHER  
Elaborado por  
Sánchez, Urdaneta (2013)

#### 4.4 MÉTODO DE DISEÑO FRENCH (1985)

##### 1. Clarificación del problema

Se hace referencia a una idea o determinado aspecto sobre el producto, que no tiene el nivel de concreción suficiente para permitir iniciar el trabajo de diseño con una garantía de acierto. La especificación producida, orienta el trabajo en todas las fases del proceso de diseño.

## **2. Diseño conceptual.**

Parte de la especificación del producto, origina diversas alternativas de solución, las cuales después de ser evaluadas, conducen a la selección de la más conveniente. Esta etapa es, a nivel general, la más innovadora; por lo cual es necesario promover el ambiente propicio a la creatividad entre los miembros del equipo de diseño y al mismo tiempo, debe fomentarse un sentido crítico y riguroso en la evaluación de las soluciones debido a que cualquier omisión, olvido o error de concepto ocasiona más adelante grandes dificultades.

## **3. Diseño de materialización**

Una vez elegido el principio de solución debe materializarse el producto por medio de un conjunto organizado de componentes, enlaces y otros elementos con sus materiales, formas, dimensiones y acabados.

## **4. Diseño de detalle**

Última etapa del proceso de diseño que, partiendo de una definición proporcionada por los planos de conjunto y la memoria anexa, tiene como objeto el despliegue de todos los documentos necesarios para la fabricación del producto.

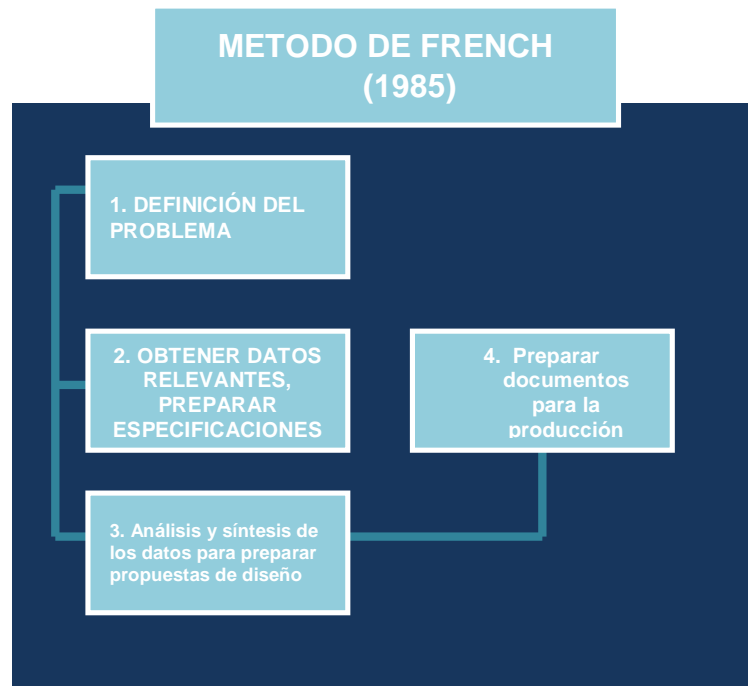


Grafico #4 METODO DE FRENCH  
Elaborado por  
Sánchez, Urdaneta (2013)

#### 4.5 METODO DE DISEÑO ALGER (1964)

##### 1. Reconocimiento

Gran parte del trabajo de ingeniería consiste en determinar si un problema existe, y en qué consiste. La contribución de la ingeniería al reconocimiento de problemas, está asociada principalmente a la acumulación o la afirmación de hechos. Normalmente, un problema en la etapa de ser "reconocido" es un tema altamente emocional, puesto que se dispone de pocos hechos consistentes y las opiniones abundan.

En consecuencia, el ingeniero es especialmente útil cuando se realiza un enfoque lógico y racional sobre el cual desarrollar y organizar la información basada en hechos, así como la subjetiva, en una presentación que ilustra con la mayor claridad e imparcialmente lo que es cierto o falso y lo que es probable o improbable en la situación del problema.

## **2. Especificar**

Las especificaciones son sumamente importantes para suministrar con buen éxito un diseño. Una vez que un problema es reconocido claramente y todas las partes que le conciernen están de acuerdo con su naturaleza, el desarrollo de las especificaciones detalladas llega a ser vital. Estas, generalmente toman la forma de metas de comportamiento que deben de corresponder a las herramientas, bajo condiciones del medio ambiente determinadas.

## **3. Proponer soluciones**

Este paso requiere facultad creadora. Teniendo un problema y un conjunto de especificaciones con las cuales cumplir, la exigencia usual es producir un concepto de diseño que incluya todo y que se espera, cumpla con todas las especificaciones.

#### **4. Evaluar alternativas**

Después de una sesión especialmente creadora, se puede contar con varios de conceptos de diseño para resolver el problema. Como en todos los diseños, el tiempo empleado en evaluar alternativas depende principalmente en qué tan difícil será cumplir con las especificaciones requeridas. Un diseño de ingeniería invariablemente parece reducirse a las dos o tres mejores alternativas. Con frecuencia, entonces, la decisión se vuelve más bien angustiada, ya sea para tener dos o más diseños con recursos parciales, o concentrar todos los recursos en un enfoque.

#### **5. Decidir sobre una solución**

Generalmente no hay un diseño que satisfaga exactamente todos los requerimientos. Por lo tanto decidir sobre una solución implica considerar la importancia de los diversos requerimientos de las especificaciones y después comparar las aptitudes de un sistema, en términos de las especificaciones consideradas. Entonces, la decisión generalmente implica al cliente, porque él es el único que debe fijar la prioridad o importancia de cada una de las especificaciones.

#### **6. Implementación**

Después de haber tomado una decisión, el último paso del proceso de diseño consiste en presentar la solución al problema planteado. Antes de

presentar la solución final es importante hacer una revisión general para verificar si el diseño cumple con las especificaciones marcadas inicialmente.

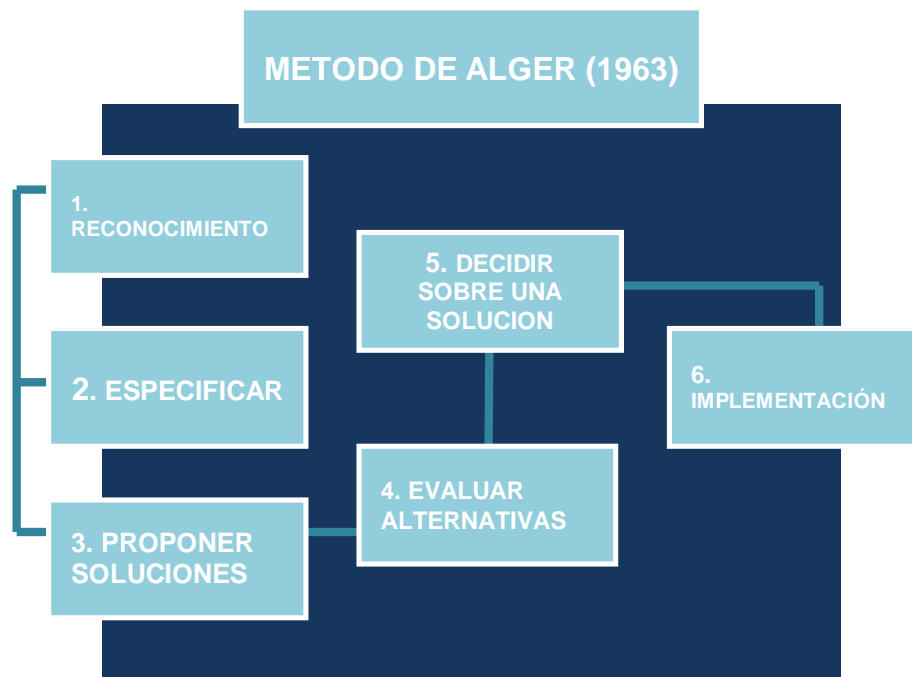


Grafico #5 METODO DE ALGER  
Elaborado por  
Sánchez, Urdaneta (2013)