

turas empresariales como lo son las empresas de mobiliario, reafirma la pertinencia de la incorporación de estos profesionales por su formación académica y aptitudes laborales como una opción eficiente para la solución de problemáticas puntuales.

Respecto a su periodización, esta investigación se enmarca dentro de los años del 2012 a inicios del 2016, periodo determinado desde el año de fundación del Cluster de muebles hasta el año actual en que se realizó el presente estudio. Esto con el fin de obtener información actualizada referente al contexto en el que se desenvuelve el objeto de estudio.

#### **144. González Manzano, Juan Diego**

(Licenciado en Diseño Gráfico / Universidad Rafael Beloso Chacín / Venezuela)

**La comunicación visual en paradas de colectivos: estrategias de orientación en Maracaibo (2012-2014).** Tesis de Maestría en Gestión del Diseño (2016)

##### **Introducción**

La ciudad de Maracaibo es la segunda ciudad en importancia de Venezuela y en los últimos años ha tenido un gran crecimiento urbano. La ciudad cuenta con 2 450 559 habitantes para el año 2.013, según el Instituto Nacional de Estadística. Este crecimiento ha permitido un progreso tanto a nivel social, cultural y urbano. Sin embargo, ha ocasionado diversos tipos de problemas en el desplazamiento, tanto del transporte particular como del transporte público (en su organización y planificación). Hay que resaltar que Maracaibo ha sido una ciudad cuyo crecimiento urbano se ha dado a medida que fue creciendo la población. Esto quiere decir que no es una ciudad planificada, y esto se evidencia en la forma que posee la misma. Al ser una ciudad portuaria, cuyo primeros núcleos sociales se originaron a cercanías del lago de Maracaibo, el crecimiento se realizó en forma extendida al norte, oeste y sur; dándole una forma de embudo. Esto genera como resultado distancias extremadamente largas para moverse de un extremo a otro, o simplemente para trasladarse hacia el centro de la ciudad.

Además, al ser una ciudad con distancias largas, un clima caluroso a lo largo de todo el año (la temperatura anual de la ciudad es de 32°C) y alta incidencia del sol sobre la superficie, la mayoría de la población siempre optó por moverse en autos, camionetas, colectivos en vez de caminar, ya sea por rapidez o comodidad. Esto genera altas demandas en cuanto a opciones de transporte público, ofreciéndole los entes del transporte a la población, unidades como carritos por puesto (unidades rápidas para seis pasajeros), colectivos, microbuses (colectivos de menor tamaño), metro y tranvía. Este último funciona principalmente para recorridos turísticos de los principales puntos de interés de la ciudad.

Por otro lado, el sistema de transporte colectivo, funcionó hasta 2.012 con paradas de colectivo que no tenían ninguna información sobre cual unidad pasaba por la misma, ni información de rutas; un sistema totalmente desorganizado. Las personas no sabían que colectivo pasaba en determinada parada, o llegar al punto de preguntarle a los choferes de las unidades por donde pasaba. Posteriormente, a partir de Julio del 2012 se han introducido nuevas paradas de colectivos dentro de la red de urbanidad metropolitana del trans-

porte público, que tienen techo y asiento para que el usuario pueda esperar la unidad con mayor comodidad, además cabe resaltar que los usuarios se han visto bastante interesados y dispuestos a colaborar colectivamente para superar la situación del transporte público. Además, las paradas fueron instaladas en las principales vías de la ciudad, por las cuales se mueve un flujo importante de personas, y que comunican diferentes sectores importantes de la misma, como lo son centros económicos y financieros, centros educativos y universitarios, hasta centros turísticos y de recreación. Aquí cabe resaltar que se instalaron en las Av. 5 de Julio, Av. Bella Vista, Calle 72, Av. Los Haticos, Av. El Libertador y Av. Sabaneta, haciendo de estas arterias principales de la ciudad marabina. Las instalaciones también tienen un programa señalético, que Joan Costa (1999), define como un grupo de ideas sobre señales que se diseñan para atender las condiciones económicas, el espacio y las características del sistema en el cual se elabora el trabajo señalético; para luego atender la planeación, el diseño de señales, la elaboración de un manual señalético y la producción del mismo.

Por otro lado, poseen un plano de señalización de las restantes paradas de la ruta, para guiar al pasajero, mejorando la organización urbana y el espacio público de la ciudad, sin embargo, se han visto fallidos en los programas como por ejemplo: no presenta calles ni avenidas internas en los mapas, no muestra dónde termina el recorrido, fuentes tipográficas que dificultan la lectura, entre otros. Esto nos deja abierta una interrogante: ¿Son estos programas señaléticos realmente funcionales y/o cumplen con los parámetros de diseño y comunicación en cuanto a la elaboración de programas señaléticos? Por otro lado, en los programas señaléticos de las paradas de colectivo se han observado algunos fallos según los parámetros de diseño y comunicación que más adelante se hablarán en el presente trabajo. Como por ejemplo, la forma en que influye el color y la fuente de los componentes textuales al momento de leerlos en el programa señalético, o así como la ubicación de los diferentes elementos de la parada, ya que estos influyen en la accesibilidad de los usuarios a la misma. Entonces, es importante resaltar que para el diseño de programas señaléticos aplicados a paradas de colectivos se siguen una serie de normativas y reglamentos para que estos logren su función. La interrogante formulada anteriormente nos lleva a repensar sobre la funcionalidad que tiene la señalética y su impacto en la población, ya que esta problemática perjudica además a la economía de la ciudad, afectando a diferentes sectores sociales así como a los usuarios del transporte público vial. Es decir, afecta a niños y adolescentes que tienen que movilizarse desde sus hogares a sus escuelas y viceversa. Así como afecta también a turistas al momento de realizar los principales recorridos turísticos que les ofrece la ciudad, y a personas adultas que se movilizan a sus hogares, lugares de trabajos, universidades o sitios de recreación, ya que por el tiempo ocioso de viaje, produce efectos colaterales negativos para las empresas donde laboran, dedicación a su familia y planificación de sus actividades.

El Objetivo General planteado es: Investigar las normas del diseño del mobiliario urbano en relación con los programas señaléticos de las paradas de colectivos del sistema de transporte público de Maracaibo implementadas en el periodo Julio 2012 - Julio 2014.

A continuación, se proponen los Objetivos Específicos: Analizar los elementos utilizados dentro de la red semiótica de las paradas de colectivo en relación con la funcionalidad y la usabilidad de los usuarios; Identificar los fenómenos que se relacionan con la percepción visual demostrando las causas que interfieren en su claridad de percepción dentro

de los programas señaléticos de la ciudad de Maracaibo; Definir los grados de iconicidad que presentan los elementos dentro del programa señalético de las paradas de colectivo para conocer si estas guardan un alto parecido con el objeto representado evitando así ambigüedad en la lectura de los mismos programas; y Evaluar los parámetros de diseño y comunicación utilizados en el desarrollo de programas señaléticos para conocer si los presentados en las paradas de colectivo cumplen con los mismos.

Como Hipótesis se plantea que: Las normas de diseño del mobiliario urbano en relación con los programas señaléticos de las paradas de colectivo del sistema de transporte público de Maracaibo, implementadas en el periodo Julio del 2012 - Julio del 2014, produce inconvenientes al momento de comunicar la información a los usuarios y causa problemas al momento de trasladarse de un lugar a otro.

### **145. Gelvez Ardila, Johanna**

(Comunicadora en Lenguajes Audiovisuales / Universidad de Medellín / Colombia)

**Programas infantiles de televisión educativa. Producciones locales orientadas a visibilizar expresiones culturales diversas. Caso de estudio: Pakapaka.** Tesis de Maestría en Gestión del Diseño (2016)

#### **Introducción**

La industria cultural, concepto desarrollado por Adorno y Horkheimer, muestra cómo los medios de comunicación producen bienes y servicios culturales no son también mercancías, sino que lo son ya en sí de manera integral (Romero González, 2014). De esta forma, es importante señalar que los productos culturales circulan y se expanden rápidamente a nivel global con distintos géneros y formatos, como por ejemplo, programas televisivos de entretenimiento, informativos, magazines y donde se han integrado además, contenidos educativos para niños. Con estos últimos, se ha venido trabajando fuertemente en los últimos años pues cada día los pequeños están más conectados a las pantallas. Por ello surge la necesidad de involucrarlos a nuevas tecnologías y nuevos formatos estéticos. Por tanto, la academia emprende desafíos a favor de la transferencia de lenguajes, saberes y valores que realiza la televisión y de esa forma, debate con ciertos temas curriculares determinados que, hasta hoy, eran únicamente del área escolar y que la industria mediática ha incorporado para sí.

En este sentido, la historia no se puede entender sin los medios de comunicación considerándolos como instrumento de cambio social y expresión del arte, como forma de entretenimiento y como transmisión de cultura y valores. La educación de los ciudadanos incorpora este ámbito, tanto en el terreno de la enseñanza formal como en el de la educación no formal. Pese a ello, la relación de la televisión con el ámbito educativo en el mundo occidental ha sido un tema problemático y difícil de abarcar; sin embargo, existen investigaciones de importantes autores como Jesús Martín-Barbero y Guillermo Orozco Gómez, que estudian el fenómeno de las transformaciones culturales que incorpora la comunicación en el medio televisivo.