

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.

En Argentina, la industria de la televisión se ha incrementado rápidamente y con productos de buena calidad que hacen que la audiencia ocupe el 99% de televidentes activos, en los hogares de todas las regiones, así pues, 9 de cada 10 hogares cuentan con al menos un televisor (Encuesta de consumos culturales y entorno digital - Audiovisual Cultura Argentina, 2013). Los niños son parte de dicha totalidad y tienen un espacio privilegiado que cada vez va tomando más fuerza. De ahí que haya la necesidad de indagar sobre los contenidos que se están transmitiendo para este tipo de audiencia. Autores como Valerio Fuenzalida (2005) y Guillermo Orozco (1997), evalúan el panorama de la televisión educativa e infantil, realizando investigaciones que estudian el comportamiento de los niños frente al televisor, cómo la industria televisiva realiza los programas y cuáles deberían ser los aspectos más importantes a la hora de elaborar proyectos audiovisuales que finalmente verán los más chicos.

Conjuntamente, Rincón (citado en Vélez Venegas, 2002), señala que la investigación sobre la infancia permite cuestionarse sobre el cómo se viene pensando y produciendo al niño ya sea como sujeto representado, como actor de los medios o como parte de la audiencia que ve programas de forma masiva y compulsiva. Además de lo que se cuestiona este autor, también es necesario indagar sobre temas importantes como los estudios sobre la niñez, el consumo de la televisión en Argentina, los niveles de audiencia, etc.

De acuerdo a lo antes dicho, surge entonces esta pregunta guía respecto al tema que concierne a esta Tesis: ¿cuál es la representación que circula entorno al producto cultural medialuna y las noches mágicas del canal Pakapaka? Para ello, el objetivo general de esta Tesis propone analizar las representaciones de lo femenino del producto cultural Medialuna y las noches mágicas desde su proceso de producción, circulación, distribución y consumo. Asimismo, los objetivos específicos se orientan en primer lugar, a identificar las características de los personajes del producto cultural Medialuna y las noches mágicas a partir de la realización de un perfil físico, psicológico y sociológico; igualmente, describir los procesos de producción, circulación, distribución y consumo del producto cultural mencionado anteriormente, en tercer lugar, busca analizar los niveles de audiencia de la televisión infantil en Argentina, y finalmente, determinar las relaciones de poder inmersas en el contenido del producto cultural en estudio.

Estos objetivos están orientados a corroborar la hipótesis de que, en el producto cultural Medialuna y las noches mágicas, circulan representaciones de lo femenino, y en el contenido se presentan relaciones de poder que hacen parte de un discurso hegemónico desde su proceso de producción, circulación, distribución y consumo. Para sustentar esta propuesta, esta Tesis se plantea en tres capítulos a partir de los cuales se aborda el estudio de las representaciones de lo femenino y de la televisión educativa para niños.

En este sentido, en un principio se expondrán en el Estado del Arte, las diversas investigaciones que se han realizado en torno a el comportamiento de los niños frente al televisor, cómo afectan de manera positiva o negativa los contenidos televisivos a los niños, cómo está el consumo infantil en Argentina, la importancia de la televisión en la educación de los niños, entre otros. Posteriormente, se hará introducción al primer capítulo para contextualizar al lector en donde se realiza un recorrido histórico de la televisión, puntualmente en Argentina; de igual manera se expondrán las nociones sobre televisión educativa de Valerio Fuenzalida y Néstor González, en tercer lugar se hablará de la televisión

infantil, en seguida un recuento de la audiencia y la audiencia infantil y finalmente una breve reseña del canal Pakapaka y sus productos culturales. Partiendo del concepto de representación de Bourdieu, se realiza un análisis crítico del producto cultural Medialuna y las noches mágicas tomado como caso de estudio para esta investigación, este segundo capítulo tomará como referente las nociones del autor mencionado anteriormente para identificarlas en el caso, poniendo en evidencia las relaciones de poder que hacen parte de un discurso hegemónico desde su proceso de producción, circulación, distribución y consumo. Finalmente, el tercer capítulo contará con el planteamiento metodológico y el desarrollo del mismo donde a través del empleo de técnicas metodológicas se dará respuesta a los ejes conceptuales expuestos en el marco teórico, que apoyarán los objetivos y la hipótesis propuesta en esta Tesis. Allí a través de las técnicas utilizadas para llevar a cabo la obtención de datos se reforzará en la búsqueda de la hipótesis, contiguamente se presentan las variables e indicadores que sirven para guiar la indagación. Después se desarrolla el análisis de las entrevistas realizadas a profesionales de la producción audiovisual vinculados con la creación de contenidos infantiles del canal Pakapaka; por último, se muestra el caso en estudio y se presentan las conclusiones finales de esta Tesis. Esta Tesis se enmarca dentro del área pedagogía del diseño, cuyo propósito se orienta a incrementar los procesos de enseñanza y aprendizaje. La valoración de proyectos de comunicación y la oportunidad que tienen al ser instrumento utilizado para la divulgación y validación de discursos, transmisión de enseñanzas y conocimientos, se transforma en una actividad obligatoria para las áreas en las que se enmarca el diseño y la comunicación. Continuando en esta línea de estudio, se obtendrán producciones de gran valor que ayudarán al desarrollo de la disciplina. Asimismo, es posible enmarcarlo dentro del campo temático medios y estrategias de comunicación, ya que los medios son actores protagonistas a la hora de configurar prácticas sociales, políticas y económicas. Además, forman parte del desarrollo de conocimiento, como también allí se consideran las ideas de nivel estético y las diversas estrategias que establecen concepciones dentro de una sociedad evolutiva. Estos procesos deben ser debidamente estudiados para poder desarrollar nuevas estrategias para comunicar, informar y educar.

146. David López, Kelly Dayana

(Diseñadora Gráfica / Universidad Jorge Tadeo Lozano / Colombia)

Mirada a la ciudad sorpresa. Percepción del habitante frente a la imagen urbana del Centro Histórico de la ciudad de Pasto, Colombia, entre el 2008 y 2016. Tesis de Maestría en Gestión del Diseño (2016)

San Juan de Pasto región conocida como la ciudad sorpresa de Colombia, se ubica en el suroccidente del territorio nacional, denominada inicialmente como Villa Viciosa de la Concepción. Curiosamente fue fundada dos veces, la primera en 1537 por Sebastián de Belalcázar y la segunda en 1539 por Lorenzo de Aldana. Ubicada en el Valle de Atriz a dos mil quinientos metros de altura la custodia el volcán Galeras. Es considerada “La Ciudad