



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

CAMPUS GUADALAJARA

MARA SARA MONTENEGRO BUENO

**DISEÑO DE PRODUCCIÓN EN TELEVISIÓN
COMO FACTOR DETERMINANTE PARA LA PERCEPCIÓN
DEL TELEVIDENTE EN PROGRAMAS DE CONTENIDO SOCIAL**

Tesis presentada para optar por el título de
Licenciado COMUNICACIÓN
con Reconocimiento
de Validez Oficial de Estudios de la
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA,
según acuerdo número 2022083 fecha 20-May-2002.

Zapopan, Jal. Agosto de 2015



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

CAMPUS GUADALAJARA

DICTAMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

13 de Agosto de 2015

SRITA. MARA SARA MONTENEGRO BUENO
Presente.

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Exámenes Profesionales y después de haber analizado el trabajo de titulación en la opción de **TESIS** titulado: **“DISEÑO DE PRODUCCIÓN EN TELEVISIÓN COMO FACTOR DETERMINANTE PARA LA PERCEPCIÓN DEL TELEVIDENTE EN PROGRAMAS DE CONTENIDO SOCIAL”** presentado por usted, le manifiesto que reúne los requisitos a que obligan los reglamentos para ser presentado ante el H. Jurado del Examen Profesional, por lo que deberá entregar 4 ejemplares, como parte de su expediente al solicitar el examen.

Atentamente

EL PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

LIC. RICARDO ALEJANDRO DEL VALLE DEL PERAL



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

CAMPUS GUADALAJARA

08 de junio de 2015

Mtro. Ricardo Alejandro Del Valle Del Peral
Universidad Panamericana
Escuela de Comunicación
Comité de Titulación
Presente

Estimado Mtro. Del Valle:

Por medio de la presente y en mi carácter de Asesor de Tesis de la Srita. Mara Sara Montenegro Bueno, hago de su conocimiento que apruebo el contenido de la misma, la cuál lleva por título: “Diseño de producción en televisión como factor determinante para la percepción del televidente en programas de contenido social”.

Sin más por el momento, quedo a sus órdenes para cualquier duda o comentario sobre el particular.

Atentamente

Mtra. María Romelia Álvarez Sánchez
Profesora de Asignatura
Escuela de Comunicación

A mis padres que con sus conocimientos me inspiraron a hacer tesis, a Juan Pablo que me motivó a seguir adelante, a Rafael Santana y Romelia Álvarez por su asesoría y apoyo.

ÍNDICE

Introducción

El porqué de la tesis.....	7
Antecedentes generales y alcances.....	7
Hipótesis y objetivos.....	9
Metodología.....	9
Descripción de la tesis.....	11

Capítulo I – Marco Teórico.....12

1.1 La televisión y su percepción.....	13
1.1.1 La percepción visual.....	13
1.1.1.1 La percepción en el departamento y dirección de arte.....	14
• La puesta en escena y la empatía con el espectador.....	15
• Los aspectos plásticos de la imagen.....	17
• La relación entre el arte, la vista y el espectador.....	25
• Elementos de la puesta en escena...26	
o Decoración.....	27
o Vestuario.....	45
o Maquillaje.....	46
1.1.1.2 Códigos y signos.....	46

Capítulo II – Diálogos en confianza y C7 Contigo.....50

2.1 Diálogos en confianza.....	50
2.2 C7 Contigo.....	54

Capítulo III-Medición.....56

Capítulo IV – Análisis	65
4.1 La percepción de una muestra del público.....	65
4.2 Elementos plásticos y significados.....	66
Conclusiones y propuesta	71
Bibliografía	75
Anexos	77

INTRODUCCIÓN

El porqué de la tesis

La inquietud principal por la que se realiza esta investigación, es el aportar un conocimiento más a la comunicación visual, en concreto a la televisión, ya que al acudir a este medio pasa con frecuencia que en algunos programas con fines educativos, sociales y culturales, lamentablemente no refleja esa riqueza positiva del contenido en el set, provocando así un desinterés por parte del televidente.

La televisión usualmente entretiene al espectador, sin embargo, tiene como principal función educar a la población. Es por eso que tuve la iniciativa de plantear el cómo mejorar el aspecto de este tipo de programas, dado que a simple vista, no existe algo que le llame la atención al televidente, debido a la pobreza en la dirección de arte.

Es necesario difundir este conocimiento y comprobar que la hipótesis comienza a tomar forma a partir de argumentos y pruebas medibles, para así probar que estos aspectos no deben pasar desapercibidos, sino que se deben de tomar en cuenta, ya que sin ellos el televidente no se animará a ver el programa, debido a su pobreza visual.

Este contenido visual no sólo es generar un ambiente propicio y coherente para que se desenvuelva el programa, sino que los mismos elementos del set pueden informar en primera instancia el tipo de programa y el tipo de contenido a tratar en éste. Esto generara una percepción más completa, que tendrá coherencia con lo que se escucha a la hora de que él televidente se encuentre con dicha transmisión.

Los detalles pueden ser pequeños pero en conjunto pueden ir más allá, trascender y finalmente educar al público. Son algo importante, es decir, algo esencial que un buen programa de televisión debe llevar a cabo, en este caso un programa de contenido social.

Antecedentes generales y alcances

Para llevar a cabo el análisis de esta investigación se eligieron dos programas similares, de carácter gubernamental, con el fin de hacer una

comparación, ya que uno tendrá como característica una dirección de arte pobre y otra tendrá una dirección de arte completa.

Uno de estos programas sociales se llama C7 Contigo, transmitido en Jalisco por el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV), este programa fue encomendado el 18 de agosto de 2014 a dos productoras por el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) con el fin de transmitir soluciones, informar plantear soluciones a la ciudadanía respecto de los servicios que ofrece esta dependencia de gobierno. Este programa se toma en cuenta, debido a que sólo cuentan con poco presupuesto, no existe una dirección de arte completa. Por este motivo, los elementos del set se eligieron de forma general, sin tomar en cuenta la percepción del televidente en el aspecto visual a excepción del maquillaje ya que sí se cuenta con este departamento. En cuanto a vestuario las productoras les mencionan las reglas esenciales a los invitados y conductores y ellos deben de presentarse ya vestidos con la condición de que respeten las reglas.

Por otro lado, está el programa Diálogos en Confianza de Once Tv, transmisión nacional la cual desde 1997 trata temas generales de salud, pareja, familia, sociedad entre otros temas de interés social. El motivo por el cual se elige a este programa es por su diseño de producción completo y moderno, con elementos de acuerdo a su público y al tipo de contenido. Por supuesto cuenta tanto con vestuario como con maquillaje. Su paleta de colores se mantiene constante en todos los aspectos de arte.

Ambos programas van dirigidos a amas de casa o pensionados ya que se transmiten durante la mañana. Ambos mantienen una dinámica similar que consiste en comentar un tema o una problemática de sociedad. La conductora emite preguntas e indaga sobre el tema y el experto propone soluciones o presenta situaciones supuestas para una mayor comprensión.

La investigación se centrará únicamente en la labor del departamento de arte, en función los elementos en el set, en específico en la decoración, la iluminación, el vestuario y el maquillaje. Estos serán objeto de análisis y comparación para comprobar que la dirección de arte es lo más importante en un programa de televisión, debido a que es un factor determinante para la percepción del televidente.

Hipótesis y objetivos

Este estudio tiene como hipótesis la siguiente:

El diseño de producción en un set de televisión de un programa con contenido social es un factor determinante para lograr una mejor percepción del televidente.

El trabajo tiene como objetivo general:

Proponer el diseño de producción ideal para lograr una mejor percepción del televidente al ver un programa de televisión de contenido social.

Este objetivo general está acompañado de objetivos particulares:

- a. Analizar el diseño de producción actual de un programa de contenido social.*
- b. Medir la percepción del televidente al ver la comparativa de un programa social con un diseño de producción pobre y otro con un diseño de producción completo.*
- c. Comparar conceptos, significados y elementos de arte con la percepción del televidente.*
- d. Concluir y realizar un boceto en base a los resultados de la medición como propuesta de la investigación.*

Metodología

Para decidir si el diseño de producción es un factor determinante para el gusto del televidente de un programa de contenido social, se requiere de una secuencia ordenada, por esto, la importancia de la metodología que constará en este caso particular de cuatro pasos.

En primer lugar se expone el marco teórico es decir, las referencias, la recolección de fuentes que generan conocimiento para aclarar conceptos y enfatizar las declaraciones de personas con experiencia en el tema, para así obtener un peso teórico de la investigación.

Jacques Aumont en su obra *La Imagen* abarca el tema de la percepción al igual que Arnoldo Tauler en *Dirección Artística de Cine y Televisión*, este concepto es fundamental debido a la manera en que el ser humano capta la información a través de los sentidos, en especial por la vista; es

decir, si se habla de programa y set de televisión, se debe de hablar de percepción.

Para tocar el tema desde el sistema en el cual se desenvuelve la televisión y los departamentos correspondientes que se involucran al momento de presentar un programa, se recurrirá a Fabio E. Medellín, que en su obra *Cómo hacer televisión, cine y video*, describe también el ámbito artístico de éste.

David Bordwell y Kristin Thompson en su libro *El arte cinematográfico* describen detalladamente el ambiente de una puesta en escena y cada uno de los ámbitos que la componen, como la decoración, iluminación, vestuario y maquillaje, es decir, la parte plástica de un programa de televisión a grandes rasgos.

Después, se tratan detalladamente los temas plásticos de la imagen, desde, líneas, formas, figuras, trazos y sus significados. Los autores que explican algunos de los elementos de este apartado son Aumont, Tauler y Medellín mencionados con anterioridad en el primer tema, Georgina Ortiz, autora del libro *Forma, color y significados*, Sergio Hernández, autor del temario para el CIEVYC *El diseño de producción y la dirección de arte*, Jaime Estrada García, Ángeles Moreno y Héctor Zavala autores de *Dirección Artística*.

Más adelante, se presenta la importancia de la dirección de arte en un programa y los elementos de una puesta en escena tales como la decoración (que incluye iluminación, utilería, textura, colores), el vestuario y maquillaje. Esto en palabras de Estrada, Moreno, Zavala Hernández, Medellín, Bordwell y Thompson, Luis A. Cabezón y Felix G. Gómez (1999) escritores de *La producción cinematográfica*, Alicia Poloniato (1980) autora de *Cine y comunicación*, Luigi Chiarini (1956) en *El cine en el problema del arte* y finalmente Eva Heller principal fuente para describir el color en su obra *Psicología del color*, al igual que la obra de Georgina Ortiz *Forma, color y significados* donde explica la percepción de estos elementos.

Finalmente se explican los códigos y signos, es decir elementos de una forma determinada que el ser humano interpreta según la historia, la cultura, la religión, la naturaleza entre otras cosas; este tema lo tratan autores como Polinatio, Zavala, Bordwell y Thompson.

Una vez expuesto el marco teórico, segundo apartado consiste en explicar detalladamente los antecedentes de ambos programas a analizar, es decir, *C7 Contigo y Diálogos en Confianza*, esto se remite a las características, objetivos, historia, conductores, horario, público, temas entre otras cosas.

En el tercer apartado- llamado medición- se plasman los resultados de un *focus group*. Este estudio se basa en elegir a un conjunto de personas, en este caso el público al que van dirigidos estos programas de contenido social, y presentarles ambos programas, posteriormente se les hacen una serie de preguntas para comparar una transmisión con otra. Una realizado esto, se presentan las conclusiones de ese ejercicio en este segundo capítulo.

Teniendo la información con respaldo en fuentes de conocimiento y la medición en la percepción del televidente, posteriormente, se hace un análisis, el cual consiste en hacer una comparativa de los dos programas y además de que se contrastará lo evidente con la información recabada por la teoría y la medición. Se sacarán las ventajas y desventajas de cada programa.

Finalmente, se exponen las conclusiones y se presenta una propuesta de estrategia para lograr una mejor percepción en un programa determinado.

Descripción de la tesis

Para una mayor comprensión del desarrollo de esta investigación, se ha de constar que cuenta con cuatro capítulos. El primer capítulo es el Marco Teórico y consiste en exponer con referencias el diseño de producción, la televisión y la percepción. En el segundo capítulo tratamos de forma detallada los antecedentes de los dos programas a comparar. En el tercer capítulo se explica la forma de medición, se expone el cuestionario que se empleó y se plasman los resultados. En el cuarto capítulo se realiza un análisis combinando los antecedentes del programa, la teoría y la medición, llegando así a una pequeña conclusión. Finalmente se presentan las conclusiones con su debida propuesta. Al final se encuentra la bibliografía e imágenes anexas.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Un diseñador de producción es aquel que construye la estructura de lo que el espectador mira con uno de los sentidos principales, la vista. Éste desempeña el papel de líder en términos del arte de una producción audiovisual que se traduce en los decorados, la utilería, el vestuario, maquillaje; en fin, dirige totalmente el plan visual de la mano con el director, para así estar en sintonía con la estética. Para un programa de televisión, este papel lo desempeña un director de arte, aquel que supervisa todo el aspecto visual y aporta ideas creativas. Este personaje está a cargo del personal que involucra este tipo de producción: el departamento de arte.

El director de arte debe de partir de sus conocimientos y experiencia para revisar la temática y el estilo que el director quiere plasmar, y a partir de ello hacer una propuesta, tener los conocimientos básicos para poder realizar el acomodo de la utilería y montar una escenografía que se adecúe a los espacios, actividades y necesidades del programa de televisión. Estos conocimientos son las líneas, formas, texturas, la armonía y la función del lugar de acuerdo a los eventos que ocurrirán dentro de una habitación o, en este caso, en el set.

Al mismo tiempo se retoman estos conceptos y se relacionan con la mecánica dentro de un estudio de televisión, es decir, el movimiento de cámaras, la iluminación, el vestuario, maquillaje, la manera en que se dé el programa en el espacio escénico entre otros aspectos.

Una vez aclarados estos conocimientos básicos, es necesario plasmar en este apartado todo lo que involucra la percepción, el sentido más importante, si hablamos de un programa de televisión, qué capta este sentido y el vínculo entre una cosa u otra para que se dé una interpretación de la imagen. Asimismo, se dan a conocer lo que son los signos y los códigos. Todo esto relacionado a la puesta en escena, la composición y el departamento de arte.

1.1 La televisión y su percepción

La televisión es el medio de comunicación por el cual el espectador conoce, se divierte, aprende o se distrae, de forma audiovisual. Según Fabio Medellín (2005), en su libro *Cómo hacer televisión, cine y video*, para que un proyecto audiovisual salga adelante se necesitan de varios departamentos: guion, dirección, producción, arte, imagen, sonido y staff. Pero no sólo eso, el espectador a su vez, necesita de la percepción para captar todo el significado de lo que una imagen proyecta.

1.1.1 La percepción visual

Todo ser humano percibe y conoce a través de los sentidos. Arnoldo Tauler (2010) expresa en su obra *Dirección Artística de Cine y Televisión* que “el mayor porcentaje de nuestras sensaciones lo recibimos por medio de la vista, y el oído [...] La escala de valores de los sentidos es aproximadamente, la siguiente: vista 78%, oído 12%, tacto 5%, olfato 3% y gusto 2%”¹. Estos sentidos tienen como consecuencia la percepción y junto con ésta las imágenes.

Siendo la vista el primero en la escala de los sentidos más sensibles, es necesario que también el oído, posicionado en el segundo lugar, tenga su reconocimiento en esta investigación, ya que el tema refiere a una producción audiovisual. Cabe señalar que la percepción auditiva, según Tauler (2010), se consideró muy importante en los primeros años del cine; con el sonido estereofónico le daba más realismo a la imagen. También afirma que el oído es fundamental ya que es un sentido necesario en la vida del hombre; los sonidos se unen a lo visual para darle un significado más completo. Admite que ambos se necesitan, sin embargo uno en mejor grado que el otro. Tauler (2010) aclara que el sonido es connotativo: todo depende del timbre, tono, pausa entre otros factores.

Percepción visual es, según Jacques Aumont (1992) en su libro *La Imagen*, “el tratamiento por etapas sucesivas, de una información que nos llega por mediación de la luz que entra en nuestros ojos”². Esa información es codificada y esos códigos son reglas que “determinan la actividad

¹ TAULER, Arnoldo, *Dirección Artística de Cine y Televisión* (2010) Editorial Xlibris: Estados Unidos de América, p.24

² AUMONT, Jacques, *La Imagen* (1992) Editorial. Paidós: Barcelona, España, p. 23

nerviosa en función de la información contenida en la luz. Hablar de la codificación de la información visual significa [...] que nuestro sistema visual es capaz de localizar y de interpretar ciertas regularidades en los fenómenos luminosos que alcanzan nuestros ojos”³. Cuando se habla de luminosidad, se refiere a la “interpretación, ya modificada por factores psicológicos”⁴ de aquellos objetos reflejados por menor o mayor cantidad de luz. “La percepción visual pone en funcionamiento, casi automáticamente, un *saber* sobre la realidad visible”⁵.

Arnoldo Tauler (2010) en su libro *Dirección Artística de Cine y Televisión* comenta que “El ojo viaja siempre en busca de la luz [...] la visión es atraída fundamentalmente, por la luminosidad y el movimiento”⁶. Al hablar del movimiento, el concepto se refiere a dinamismo en la imagen.

La percepción es un concepto que está presente en cada momento, ya que por ésta acción logramos aprehender la realidad. De ahí nuestro constante aprendizaje desde el momento en que se comienza a ver, observar y admirar, algo que para nosotros resulta esencial al momento de conocer y captar las cosas. Por eso la importancia de definir el término, ya que el fin principal de un programa de televisión es comunicar y para esto es necesario captar el mayor número de espectadores.

Aumont (1992) explica que “el sistema visual está equipado <<por construcción>> con instrumentos capaces de reconocer un borde visual y su orientación, una ranura, una línea, un ángulo, un segmento; estos preceptos son como las unidades elementales de nuestra percepción de los objetos y del espacio”⁷. “La percepción de una escena es siempre *panorámica*, y cada uno de sus puntos es susceptible de ser visto”⁸.

1.1.1.1 La percepción en el departamento y la dirección de arte

Debido a que se necesita un orden para una mejor percepción como se menciona anteriormente, es necesario que todo aquello que se quiera

³ Idem.: AUMONT, p. 23

⁴ Idem.: AUMONT, p. 23

⁵ Ibid.: AUMONT, p. 40

⁶ Op.cit.: TAULER, p. 43

⁷ Op.cit.: AUMONT, p. 30

⁸ Ibid.: AUMONT, p. 40

comunicar tenga una lógica. El departamento de arte se encarga de que cada línea, ranura y ángulo se encuentren en orden para una mejor percepción, organiza la estética y cada objeto que se encuentre en el set.

Según Aumont (1992) la estructura del cerebro "evidenció la existencia de células especializadas en funciones <<elementales>> como la percepción de los bordes, de las líneas, de los movimientos direccionales, etc."⁹. Esto, de alguna forma, da a entender que el espectador captará cada detalle que se encuentre a cuadro, por lo tanto, también debe de haber un dinamismo en lo que se está viendo, de manera que forme una armonía, con los bordes y las líneas que fueron puestas con un fin.

La puesta en escena y la empatía con el espectador

David Bordwell y Kristin Thompson (1995) en su obra, *El arte cinematográfico*, mencionan que lo que más importa son los detalles, de manera que el espectador quedará con el recuerdo de los aspectos estéticos como: el traje que tenía el protagonista, los accesorios, el carro que apareció en pantalla, la casa, los adornos, las calles, entre otras cosas. Estos autores agregan que probablemente el espectador no recuerde los movimientos de cámara, los sonidos y demás detalles técnicos, lo cual prueba que el cerebro de primera mano captará en este caso, lo objetos a cuadro agradables a la vista del espectador es decir, colores, vestuario, objetos, y demás detalles plásticos. Finalmente, añaden que los "recuerdos cinematográficos más claramente conservados acaban por centrarse en la puesta en escena"¹⁰.

La puesta en escena- en francés *mise-en-scène*- significa "poner en escena una acción"¹¹. Los cineastas utilizan el término para "expresar el control del director sobre lo que aparece en la imagen filmica [...] según los orígenes teatrales del término, la *mise-en-scène* incluye aquellos aspectos del cine que coinciden parcialmente con el arte teatral: los decorados, la iluminación, el vestuario y el comportamiento de los personajes"¹².

⁹ Ibid.: AUMONT, p.55

¹⁰ BORDWELL, David y THOMPSON, Kristin, *El arte cinematográfico* (1995) Ed. Paidós:Barcelona, p. 145

¹¹ Idem.: BORDWELL y THOMPSON, p. 145

¹² Idem.: BORDWELL y THOMPSON, p. 145

Según Aumont (1992), la imagen “se ve, no sólo en el tiempo, sino a costa de una exploración pocas veces inocente, y que la *integración* de esta multiplicidad de fijaciones particulares sucesivas es la que produce lo que llamamos nuestra visión de la imagen”¹³. Es por eso que, al observar, existe una fijación, y esta fijación se convierte en imagen.

El sujeto en su relación con la imagen además de tener la capacidad perceptiva también involucra “el saber, los afectos y las creencias, ampliamente modeladas a su vez por la pertenencia a una región de la historia (a una clase social, a una época, a una cultura)”¹⁴. En otras palabras, “está fuera de duda que una de las razones esenciales del desarrollo del arte representativo, naturalista o menos naturalista, nace de la satisfacción psicológica implicada en el <<reencuentro>> de una experiencia visual en una imagen, de forma a la vez repetitiva, condensada y dominable”¹⁵ (Aumont, 1992).

A pesar de que uno observe, debe de haber una estimulación que despierte la empatía del espectador. Es por eso que, como se menciona párrafos antes, el televidente se concentra en los detalles estéticos, ya que despierta saber, afectividad y creencias. De ahí la importancia de que cada objeto colocado en el set, signifique o represente algo determinado en conjunto, creando así toda una experiencia visual.

Al percibir una cosa, intervienen varios aspectos y funciones a considerar.

En la percepción corriente, la actividad del espectador ante la imagen consiste en utilizar todas las capacidades del sistema visual y en especial sus capacidades de organización de la realidad, y en confrontarlas con los datos icónicos precedentemente encontrados y almacenados en la memoria de forma esquemática¹⁶ (Aumont, 1992).

Aumont (1992) resume en estas palabras el proceso de percepción; por lo tanto, si una imagen no capta la atención del espectador, jamás será almacenada en su memoria. De ahí la importancia de interactuar con creencias, experiencias, en otras palabras todo aquello que se ha captado en la realidad del televidente.

¹³ Op. cit.: AUMONT, p. 64

¹⁴ Ibid.: AUMONT, p. 81

¹⁵ Ibid.: AUMONT, p. 87

¹⁶ Ibid.: AUMONT, p. 94

“La imagen sólo planteará problemas si ofrece características contradictorias, o si la representación es insuficientemente informativa”¹⁷; es por eso que una imagen debe de ser clara. Aumont (1992) dice que “la percepción de la forma sólo se hace más difícil, o menos habitual, cuando la imagen se vuelve más abstracta, más simbólica”¹⁸ y agrega “No hay imagen si no hay percepción de una imagen”¹⁹. Debido a esto el arte es un elemento esencial en una producción y existe todo un departamento que se encarga de emplear una estética y organización visual, en este caso en un programa de televisión.

Bordwell y Thompson (1995), aclaran que el sistema visual está hecho para percibir cambios en el tiempo y en el espacio, “nuestros ojos y cerebros son más aptos para advertir las diferencias que para concentrarse en estímulos uniformes y prolongados. De este modo, los aspectos de la puesta en escena atraerán nuestra atención mediante los cambios de luz, forma movimiento y otros aspectos de la imagen”²⁰.

Esto último quiere decir que para que una imagen funcione es necesaria la presencia de la puesta en escena, ya que sin ella será difícil que los ojos del televidente puedan concentrarse. La puesta en escena resulta el elemento más importante en una imagen, y para que ésta se lleve a cabo se necesita en gran parte del departamento de arte, con el fin de desempeñar un buen papel. Este departamento se hace responsable mayormente, según Fabio Medellín (2005), “de que el espectador pueda sentir los momentos psicológicos”²¹ de un programa y sus atributos o en otros casos pueda sentir empatía con un personaje de película.

Los aspectos plásticos de la imagen

Aumont (1992) describe los aspectos ‘plásticos’ de la imagen; estos elementos se caracterizan en cuanto a formas visuales. Entre ellos se encuentran: la *superficie*, llamado comúnmente como composición; esto involucra las formas geométricas, las líneas y su organización; la gama de los *valores* es decir, la luminosidad y los contrastes; los *colores* en su relación

¹⁷ Ibid.: AUMONT, p. 70

¹⁸ Ibid.: AUMONT, p. 73

¹⁹ Ibid.: AUMONT, p. 77

²⁰ Op. cit.: BORDWELL y THOMPSON, p. 163

²¹ MEDELLÍN V., Fabio E. *Cómo hacer televisión, cine y video* (2005) Editorial Paulinas: Bogotá, Colombia, p. 26

con el contraste; *los elementos gráficos*, es decir dibujos, trazos; y *la materia*, es decir, los objetos sólidos. Finalmente aclara que “estos elementos son los que hacen la imagen: con ellos ha de habérselas el espectador en primer lugar”²².

Esta última frase resulta interesante, ya que de una manera en concreto, aclara que los contrastes, colores, gráficos y la materia de la imagen, el lugar y una buena composición geométrica son lo primero que un espectador capta. A lo largo de la investigación, el concepto de imagen, estará relacionado a estos aspectos. Aumont (1992) le llama espectador a aquel sujeto que utiliza sus ojos para observar una imagen. Al espectador hay que “tratarlo como un participante emocional y cognitivamente activo de la imagen”²³. Este es un aspecto relevante, ya que la imagen que se va a presentar, los colores, las líneas, la textura, los gráficos entre otras cosas tienen que estar de acuerdo al público al que va dirigido, en el caso de la televisión. El sujeto está en constante análisis, bien dice Aumont (1992) en su obra *La imagen*, “la constancia perceptiva es la comparación incesante que hacemos entre lo que vemos y lo que ya hemos visto”²⁴

Cuando se desea diseñar un set, se necesita en primer lugar medir el lugar y realizar un plano hecho a escala para la distribución de muros y utilería. Arnoldo Tauler (2010) autor de *Dirección Artística de Cine y Televisión* explica que “la forma debe ayudar a la comprensión y asimilación del contenido”²⁵. Sergio Hernández (2006), menciona que el boceto a mano alzada es “la forma más rápida de plasmar la idea y el concepto que tenemos en nuestra cabeza sobre el guion, así como las propias ideas del director que nos ha dado en las reuniones que mantenemos con él”²⁶, es importante bocetar antes de comenzar a armar el set.

Se debe considerar el significado semiótico de la forma; bien dice Tauler (2010) que la composición formal no se refiere exclusivamente a algo

²² Op. cit.: AUMONT, p. 144

²³ Op. cit.: AUMONT, p. 86

²⁴ Op.cit.: AUMONT, p. 86

²⁵ Op.cit.: TAULER, p. 40

²⁶ HERNÁNDEZ, Sergio *El diseño de producción y la dirección de arte* (2006) Temario para el CIEVYC: Argentina, p. 54

estético. Las formas “representan emociones ya establecidas y tienen, hasta cierto punto, significados concretos”²⁷.

La línea es elemental cuando se habla de forma; a continuación definimos los tipos de trazos y su significado.

Arnoldo Tauler (2010) en su obra *Dirección Artística de Cine y Televisión* plasma una tabla de los tipos de línea según su significado, ya que para este autor la semiótica en las formas es importante.

LÍNEA	SIGNIFICACIÓN
Recta	Rigidez, masculinidad
Quebrada	Informalidad, desorden
Curva	Suavidad, movimiento
Horizontal	Calma, tranquilidad
Vertical	Importancia, aspiración, espiritualidad
Diagonal	Acción, agresividad, fuerza
Cuadrado	Formalidad, balance
Ángulo recto	Informalidad, oposición de intereses
Triángulo	Unidad de intereses
Cruz	Cohesión de intereses
Círculo	Continuidad, unión

TAULER, Arnoldo (2010) *Dirección Artística del Cine y Televisión* (pp.38-39).

Georgina Ortiz (2008), autora del libro *Forma, color y significados* asegura que existen varios tipos de línea como la recta, curva, quebrada e irregular y agrega que su significado dependerá de su posición, dirección, tamaño, textura, sus cambios en su trayectoria como la alternancia, desfases, énfasis o bifurcación.

Ortiz (2008) plantea que normalmente se recurre a las líneas rectas, debido a que tienden a ser más ordenadas y reflejan firmeza; sin embargo, si se quiere dar una impresión distinta, la línea curva es la indicada ya que refleja suavidad y modernidad.

En el caso de la posición, Ortiz confirma que el hombre tiene más presente lo horizontal que lo vertical, por ejemplo en el horizonte uno puede sostenerse, caminar, es decir, es un terreno seguro el cual se puede dominar. En cambio si el hombre ve una vertical piensa en subir o en bajar,

²⁷ Op. cit.: TAULER, p. 39

por ejemplo un rayo, la lluvia, la luz, de lo cual el hombre no tiene control en la Tierra. Si se profundiza en el tema y se ve con un sentido sobrenatural la línea vertical refleja lo que crece hacia arriba, algo que te lleva a Dios; en cuanto a la línea horizontal es la que sostiene a la vertical.

Otra característica es cuando se interceptan dos líneas. Ortiz (2008) explica que dependiendo del cómo se intercepten puede significar unión y/o relación. El significado depende de varios factores por ejemplo, no es lo mismo una cruz a un ángulo, porque la cruz es uno de los símbolos más importantes debido a que separa arriba de abajo, izquierda de derecha, por esto mismo es que esta forma ha perdurado.

Juntando las ideas de los autores Georgina Ortiz (2008) y Arnoldo Tauler (2010), se llega al conocimiento de cada tipo de línea y sus trazos pero también se llega a la conclusión de que cada línea que se elige para crear cualquier escenario, es seleccionada con una intención en específico, y cada una de ellas por efecto semiótico tiene significado que ayuda a construir una percepción en el espectador.

Debido a que la línea es parte de la forma, es un elemento que delimita a la forma. Fabio Medellín (2005), autor del libro *Cómo hacer televisión, cine y video*, le da un sentido más profundo al concepto del contorno, en cuanto a los objetos que conforman un set. Este autor explica que el hecho de poner cada objeto en su lugar, precisa su importancia dependiendo si tiene ese objeto una funcionalidad o si sólo es contorno.

Cuando se habla de contorno en función de un programa de televisión, no es poner objetos para encontrarnos con contornos distribuidos por todo el cuadro o el set, sino que cada objeto, con todo y su forma, deben de tener un significado y una función en específico.

Las formas y los contornos cumplen una función específica en televisión; es decir cada uno de los objetos y trazos tienen una tarea en específico y cobran significado al momento de transmitir un programa.

En el caso de los audiovisuales, Héctor Zavala (2008) en su obra *El diseño en el cine*, explica que la forma es el contorno de cada objeto en el set, es una "estructura exteriorizada de los objetos"²⁸.

Zavala (2008) afirma que al ver la imagen a cuadro se notan dos tipos de formas, las que se entienden por sentido común y las que contienen en sí un significado que implica un esfuerzo narrativo; ambos deben de tener coherencia en su expresión; el primer tipo de forma es comprensible y el segundo contribuye con efectividad emocional y estética. Es decir, si vemos a través de la televisión al conductor de un programa, esa sería nuestra la forma que se capta con el sentido común, y el fondo del lugar o set donde se encuentra el conductor es el conjunto de formas que necesitan de un esfuerzo narrativo ya que ese grupo de formas tienen un significado en específico.

Al igual que los contornos y formas, las líneas también permiten orientar el tema del programa y una percepción indirectamente en un sentido subjetivo.

Para Héctor Zavala (2008), las formas, están hechas gracias a las líneas, una línea puede transmitir emociones o ideas vinculadas a la temática del programa de televisión, formando así un discurso integral en la emisión. Zavala (2008) reafirma: "En una toma cualquiera las distintas formas cobran significado querámoslo o no"²⁹. Al mismo tiempo, las líneas y las formas permiten la continuidad al pasar de una toma a otra, para definir un tiempo.

Dependiendo de lo que requiera el escenario (fluidez, tensión, dinamismo), son las formas y los contornos que se necesitan considerar.

Existen formas básicas; de estas se debe partir en un inicio para construir un set o al menos el director de arte debe de estar enterado de esto. Georgina Ortiz (2008) describe cada una de las formas geométricas básicas: el círculo, el triángulo y el cuadrado. Ella asegura que las figuras geométricas tienen un significado según los sucesos a través de la historia.

²⁸ ZAVALA, Héctor, *El diseño en el cine proyectos de dirección artística* (2008) Centro Universitario de Estudios Cinematográficos: México p. 25

²⁹Idem.: ZAVALA, p. 25

- El Círculo: Georgia Ortiz (2008) explica que un círculo encierra un espacio y lo separa de lo demás. Los platónicos y neoplatónicos afirmaban que es la figura más perfecta; se relaciona con eternidad, ya que no tiene ni principio ni fin.

Para el hombre, esta figura no necesita volumen para que se perciba como tal, por ejemplo, el sol, la luna, pelotas, esferas de navidad. De hecho, Ortiz (2008) plantea que se dice que el círculo influye en la vida del hombre, por su relación con las unidades celestes, el universo, el espacio. En relación a esto Georgia Ortiz (2008) concluye que el Sol es el círculo más importante para el género humano, debido a los rituales efectuados por distintas culturas. Es un símbolo también de gratitud y adoración, que se une a los conceptos de energía, salud, suerte y protección. Es el símbolo de los cielos.

Asimismo, Ortiz (2008) retoma al círculo relacionado con la religión cristiana, como símbolo de santidad por las aureolas y al mismo tiempo como símbolo de poder y luz. Por ejemplo, La Santísima Trinidad está hecha por tres círculos entrelazados.

Por otro lado a Ortiz (2008) también admite que a esta figura se le asocia con conceptos negativos como la inseguridad, la atemporalidad y la ausencia. En cuanto a los conceptos positivos retomando lo anterior, se resumen a unidad, lo absoluto y la perfección.

Si se retoma el mundo cotidiano y el de ficción, Ortiz (2008) asegura que al círculo se le ha añadido un sentido de protección, por ejemplo, los cinturones, anillos, diademas entre otros. También es el símbolo del movimiento y del tiempo; es por eso que los relojes comunes tienen esta forma. En la naturaleza se ve también el arcoíris, un medio círculo que forma una alianza entre el cielo y la tierra.

- El Triángulo: Esta figura de tres lados suele tener, según está plasmado en la obra *Forma, color y significados* de la autora Georgina Ortiz (2008), un significado agresivo y combativo, debido a sus picos, también se puede considerar que refleja acción, conflicto y tensión. El triángulo equilátero es uno de los triángulos primarios.

Ortiz (2008) asegura que según la posición del triángulo puede representar algo, por ejemplo aquel con base horizontal refleja estabilidad y firmeza. También se le puede relacionar como un objeto de adoración y eternidad, como las pirámides de Egipto. Asimismo desde el punto cristiano cada lado del triángulo es un concepto, fe, esperanza y caridad, o también representa a la trinidad divina.

Ortiz (2008) afirma que la luz también se asocia con el triángulo, al igual que con el entorno natural como el cielo, la tierra y el aire. Por eso los pitagóricos se comunicaban con la letra griega delta, la cual simbolizaba la unidad trinitaria. En ambientes de conocimiento y ciencia, como el de los alquimistas, el triángulo se encuentra presente como símbolo de sabiduría y pensamiento.

Las formas que derivan del triángulo según Ortiz (2008) son el rombo, el trapecio, el zigzag entre otras. Este tipo de formas se pueden ver en objetos, en las paredes, en el tapiz de los muebles, los contornos, etc.

Georgia Ortiz (2008) también describe el significado de esta figura de acuerdo a su posición. Si el triángulo tiene el vértice hacia arriba simboliza el fuego por la dirección de la llama, el sexo masculino, el ascender hacia algo superior desde lo extenso hasta lo inextenso, del origen hasta lo inalcanzable. Se le asocia asimismo con Dios, la Santísima Trinidad. De hecho los masones utilizan esta figura por su significado de fuerza, belleza y sabiduría de Dios. En la antigüedad se usaba el trípode para poner ofrendas a los dioses en las ceremonias religiosas.

En el México Antiguo, según se plasma en la obra de Georgia Ortiz (2008), usaban un triángulo para anunciar el año. Por otro lado, en términos de naturaleza, la forma de una montaña es un triángulo, ésta soporta la erosión, por lo tanto se convierte en un símbolo de esperar. Asimismo, si nos vamos a la construcción y las estructuras, el techo de dos aguas tiene esta misma forma, lo que crea un ambiente de intimidad.

Al contrario de este último, el triángulo con el vértice hacia abajo, de acuerdo a Ortiz (2008), representa el descenso, la acción y balanza, también se le identifica con el agua debido a las estalactitas o la dirección de una gota cuando cae; también simboliza al sexo femenino.

El triángulo también se encuentra en los signos del zodiaco, tales como fuego (aries-sagitario-leo), agua (piscis-escorpión-cáncer), aire (acuario-libra-géminis) y tierra (tauro-capricornio-virgo).

- El Cuadrado: Esta figura es hecha con líneas horizontales y verticales, así como la cruz, el rectángulo, la greca entre otros, que según Ortiz (2008) también forman parte de la familia del cuadrado.

Según Platón, tanto el cuadrado como el círculo representan belleza absoluta. Debido a esto, para Ortiz (2008) el círculo es símbolo de lo eterno, de lo interior y el cuadrado está inclinado a lo terrenal, el estado pluralista del hombre. Al momento de fusionarlos, es como si se estuvieran juntando el cuerpo y el alma, por decirlo de alguna manera.

Georgina Ortiz (2008) aclara en su obra *Forma, color y significados* que el cuadrado transmite la expresión más concreta y primitiva de lo material, por ejemplo, un corral, una cerca, los puntos cardinales, un cuarto, entre otros. También es asociado con términos como estático e inmóvil.

Ésta es una forma que sugiere, de acuerdo a Ortiz (2008), una base, un suelo firme, techo, paredes, representa las fronteras y sobre todo la materia, sin embargo, el cuadrado también puede estar sosteniéndose de una de sus puntas convirtiéndose en un rombo el cual sugiere intención, es por eso que se utiliza como fondo para las señales de tránsito.

En lo positivo, el cuadrado denota, según Ortiz (2008), honestidad, sinceridad, integridad o moralidad. Ya que tiene un parecido a una cerca, a esta forma también se le asocian los términos como permanencia y estabilidad.

Estos elementos como el tipo de línea, la forma, las figuras geométricas, le darán significado al set según sus objetivos o el sentido que se le quiere dar. Se debe de tener presente que todo elemento conforma un significado.

La relación entre el arte, la vista y el espectador

El arte marca la diferencia en un programa de televisión ya que es el elemento que más influye en la percepción del televidente. En la obra *Cómo hacer televisión, cine y video* Medellín (2005) aclara que en la imagen se concentra la mayor parte de los elementos del lenguaje audiovisual ya que para la percepción de un arte (bidimensional, tridimensional, la imagen física, poesía, literatura) se necesita del sentido de la vista. Una vez más se comprueba que el aspecto más importante de la imagen son los elementos artísticos para que sea más fácil o más digerible para el espectador el lenguaje audiovisual.

Sergio Hernández, autor del temario para el CIEVYC *El diseño de producción y la dirección de arte* (2006), afirma que "Es un error generalizado considerar que una película posee una excelente fotografía cuando en realidad todo su mérito radica en una elección de localizaciones o un diseño de producción verdaderamente acertados"³⁰. Es común que las personas digan que una película tiene buena fotografía, sin embargo en algunos de los casos, lo que se está viendo es un escenario que gracias a el diseño de producción, enamora al espectador. Bien dice Sergio Hernández que el diseñador de producción "establece la <<mirada>> de la producción"³¹.

Para Luis A. Cabezón y Felix G. Gómez (1999) en su libro *La producción cinematográfica* "El director artístico es el responsable de la ambientación. Su misión consiste en crear la escenografía [...] El departamento de arte mantiene una relación directa con el director de producción, al que tiene puntualmente informado de cuáles son sus necesidades materiales"³².

³⁰ Op. cit.: HERNÁNDEZ, p. 4

³¹ Ibid.: HERNÁNDEZ, p. 9

³² CABEZÓN, Luis A. y GÓMEZ-URDÁ, Félix G., *La producción cinematográfica* (1999) Ed. Catedra: Madrid, p. 102

Elementos de la puesta en escena

El departamento de arte es, como explican Jaime Estrada García, Ángeles Moreno y Héctor Zavala (2005) en la obra *Dirección Artística* “el responsable de dar una unidad estilística y visual al film, siempre basado en el guion no sólo en su gusto personal”³³. Este departamento nace en el teatro, cuando se exigía algo real, se decía que se montaban escenografías. La función del escenógrafo “ha pasado de ser meramente técnica a convertirse en una labor artística de gran importancia que rebasa el mero trabajo escenográfico de acuerdo con una concepción más global denominada dirección de arte”³⁴.

Sergio Hernández (2006) explica en su temario, la jerarquía en el departamento de arte. En primer lugar está el diseñador de producción, el cual se encarga de planear y dirigir en su totalidad el plan visual de la producción, es el responsable de los decorados, utilería y vestuario, trabaja de la mano del director para estar en sintonía en cuanto a lo estético. El segundo en la jerarquía, es el director de arte, aquel que “diseña y construye los decorados para el diseñador de la producción. La persona que vigila los artistas y artesanos que construyen los decorados”³⁵.

El director de arte de la mano de los departamentos de imagen y de sonido, se encarga de coordinar los subdepartamentos de escenografía, ambientación, vestuario, maquillaje y utilería, para diseñar, proponer y construir muebles, vestidos, accesorios, adornos y demás objetos que aparezcan en escena. Gran parte de estos elementos abarcan tres de las cuatro componentes de la puesta en escena: la decoración, el vestuario y maquillaje, la iluminación y el comportamiento de los personajes (Estrada, Moreno, Zavala, 2005).

Debajo del diseñador de producción y el director de arte está el resto del equipo artístico visual que trabaja bajo la supervisión de los primeros en la jerarquía. Se puede decir que los miembros del departamento de arte son: “diseñador de producción, comprador de la producción, supervisor de efectos especial, dibujante, director de arte, asistentes de director de arte,

³³ ESTRADA GARCÍA, Jaime, MORENO, Ángeles y ZAVALA, Héctor, *Dirección Artística* (2005) CUEC, UNAM: México, p. 7

³⁴ Idem.: ESTRADA GARCÍA, p. 7

³⁵ Op. cit.: HERNÁNDEZ, p. 9

decorador, ambientador, utilero leadman, y ayudante de propiedad”³⁶ (Hernández, 2006).

Normalmente, en televisión se tiene a un director de arte, ya que se encarga de toda la administración del proyecto, “es el responsable de la construcción, pintado, ambientación, texturas, utilería, colores, locaciones, construcciones de decorados, vehículos, jardinería, [...] Incluso está pendiente de la ejecución en los plazos establecidos; así como del presupuesto del departamento [...] Trabaja en colaboración con el director de fotografía, el departamento de vestuario, peluquería y maquillaje”³⁷ (Hernández, 2006).

a. Decoración

La decoración según David Bordwell y Kristin Thompson (1995) resulta ser un área necesaria ya que, “los críticos y el público han comprendido que los decorados y los escenarios desempeñan un papel más activo en el cine que en la mayoría de los estilos teatrales” (p. 148). Para darle realismo a un programa de televisión es necesario lo visual, “el realismo en los decorados es en gran medida una cuestión de convenciones visuales”³⁸. La decoración va formando motivos dentro de una narración o en este caso durante el transcurso del programa.

Alicia Poloniato (1980) en su libro *Cine y comunicación*, dice que un set es el sitio en donde se lleva a cabo una acción, en ellos se monta la escenografía. Un set puede cambiar según lo que se quiera comunicar. Héctor Zavala (2008) lo describe como una “creación intelectual”³⁹. Sergio Hernández (2006), le llama “espacio escénico” y lo describe como “aquel donde transcurre la secuencia, es decir lo que vemos por cámara”⁴⁰, llámese estudio o locaciones.

Párrafos antes se mencionaba que la estética de un set debía despertar emociones en el espectador, Héctor Zavala (2008) afirma en su libro *El diseño en el cine que* “para hacer sets expresivos tenemos que determinar primero qué emociones queremos que comuniquen junto con los actores,

³⁶ Idem.: HERNÁNDEZ, p. 9

³⁷ Ibid.: HERNÁNDEZ, p. 19

³⁸ Op. cit.: BORDWELL y THOMPSON, p. 148

³⁹ POLONIATO, Alicia, *Cine y Comunicación* (1980) Ed. Trillas: México p. 25

⁴⁰ Op. Cit.: HERNÁNDEZ, p. 16

qué historias paralelas contaremos con los props, de tal manera que potencien las líneas narrativas de la película”⁴¹. Sergio Hernández (2006) afirma que “La decoración de una película o medio audiovisual nos da una valiosa información sobre el carácter de un guion. Y nos ayuda a contar la historia visualmente”⁴².

Dado que la investigación se aplicará a programas de televisión, esto último se remite a que una decoración debe de planearse en primer lugar de acuerdo a la temática del programa y a las emociones que quiere despertar en el espectador, es decir, cada objeto de utilería tendrá un referente a la temática, lo cual logrará un mayor impacto a la vista del televidente. Zavala (2008) describe la decoración como todo lo mueble, es decir, “el vestido de la escenografía”⁴³.

A grandes rasgos una escenografía se remite a “todo lo que se verá en pantalla con la intención de parecer inmueble”⁴⁴ para esto se deben de considerar varios aspectos, en primer lugar sólo debe construirse o decorarse lo que se registra en cámara, las paredes deben de acomodarse de forma que queden ligeramente abiertas para que quepa el crew de producción, se debe de eliminar lo insignificante y resaltar lo que se quiere mostrar y por último la escenografía se considera efímera ya que se construye únicamente para durar lo suficiente para grabar en ella y además, es manipulable (Zavala, 2008).

Se recomienda que para una mayor versatilidad y dinamismo en los planos, se necesitan lograr varios nichos, es decir, distintos fondos en la escenografía.

Para Luigi Chiarini (1956) en su obra *El cine en el problema del arte*, un escenógrafo debe de decorar de acuerdo a la visión que tiene el director. Una escenografía “es un factor muy importante de la imagen: por ese motivo, es parte misma de la narración y no puede ser extraña a ella sino se quiere caer en un vacío formalismo que quiebre la unidad”⁴⁵. Es por eso que debe de haber una coherencia en la temática y los elementos que la

⁴¹ Op. cit.: ZAVALA, p. 17

⁴² Op. Cit.: HERNÁNDEZ, p. 68

⁴³ Op. cit.: ZAVALA, p. 83

⁴⁴ Op. cit.: ZAVALA, p. 81

⁴⁵ CHIARINI, Luigi, *El cine en el problema del arte* (1956) Ediciones Losange: Buenos Aires p. 92

refuerzan, porque una imagen sin escenografía no ejerce su función en la comunicación visual, "el escenógrafo debe [...] tener conciencia de su aporte a la narración [...] porque sus escenarios no sólo sirven para el desarrollo de las acciones según su significado particular, sino que tendrán valor en el resultado fotográfico contenido por la cámara: unidad a la que concurren los diversos elementos"⁴⁶.

Para lograr una decoración, se debe contar con un utilero, Alicia Poloniato (1980) lo describe como aquel que "se encarga de todos los objetos que hacen falta para lograr una correcta ambientación"⁴⁷. Zavala (2008) aclara que "la labor del utilero no es solamente manejar los props durante el rodaje, sino que debe arrancar junto con toda la preproducción para ir definiendo cada uno de éstos"⁴⁸. Habiendo explicado esto, los objetos de una escenografía deben de ir según la temática del programa, los colores, el material y si se habla de una época en particular también debe de guardar coherencia. La utilería tiene que tener un peso narrativo.

El atrezzo o utilería son según la descripción de Sergio Hernández (2006) los objetos que van desde muebles, lámparas, cortinas y esculturas hasta pequeños adornos, "dentro del conjunto, destacan aquellos objetos que tienen una función narrativa, es decir hacen caminar la historia o dramática ayudan a expresar sentimientos de los personajes"⁴⁹; este conjunto de cosas debe de brindar un significado. Y en cuanto al atrecista o utilero es el "responsable del cuidado, diseño, construcción y admisión del atrezzo. Trabaja en estrecha colaboración con el decorador y el diseñador artístico"⁵⁰, este último se refiere al director de arte y en cuanto al decorador es la "Persona encargada de lo que propiamente podríamos llamar decoración de los decorados, siguiendo las pautas del director artístico, selecciona los muebles y los demás elementos de atrezzo (utilería)"⁵¹, en cuanto a decorados se refiere al "espacio en que se rueda una secuencia cinematografía, publicitaria, o televisiva"⁵².

⁴⁶ Idem.: CHIARINI, p. 92

⁴⁷ Op. cit.: POLONIATO, p. 34

⁴⁸ Op. cit.: ZAVALA, p. 84

⁴⁹ Op. cit.: HERNÁNDEZ, p. 25

⁵⁰ Ibid.: HERNÁNDEZ, p. 23

⁵¹ Ibid.: HERNÁNDEZ, p. 24

⁵² Ibid.: HERNÁNDEZ, p. 25

Luigi Chiarini (1956) en su obra *El cine en el problema del arte* afirma la importancia de los muebles en la utilería y dice que estos ligan la temática con el ambiente, es un material plástico que tiene un valor expresivo, incluso menciona que “Un mueble, un objeto cualquiera pueden adquirir un valor tal, en la imagen, que logren anular la importancia de un primer plano del actor”⁵³. Sergio Hernández (2006) menciona que la decoración el espacio está sugerido en su mayoría por el mobiliario, ya sea un estilo moderno, rústico, tradicional, europeo entre otros. Debido a esto el autor insiste en elegir los elementos de mobiliario con cuidado.

Para lograr un todo y un significado, se necesitan detalles finos como la ambientación, Sergio Hernández (2006) define al ambientador como la “persona encargada de dar vida al decorado, que todo tenga una apariencia de estar vivido, generalmente suele hacerlo el asistente de arte”⁵⁴, el asistente de arte es aquel que trabaja con el decorador o con el director de arte, esta persona busca lo necesario para que se lleve a cabo un trabajo de arte.

Los elementos de la composición

Además de un set, un escenario y los elementos en una producción, es necesario que haya un orden, al cual se le denomina *composición*.

Dado que una pantalla es plana, es necesario que en la imagen haya tridimensionalidad; por lo tanto, la puesta en escena le tiene que dar al espectador ciertas pistas que permitan deducirla. David Bordwell y Kristin Thompson (1955) explican en su obra *El arte cinematográfico*, que la composición “consiste en la organización de las formas, texturas y patrones de luz y oscuridad”⁵⁵ dentro de un encuadre y que un plano es como el lienzo de un pintor, el cual debe ser rellenado, de forma que el espectador interprete algo determinado y le dé un sentido. Una composición cinematográfica debe de tener presentes los principios desarrollados en las artes plásticas (Bordwell y Thompson, 1955).

La visión es un aspecto que se debe de tomar en cuenta; ésta se “adapta a cambios de varios tipos: *movimiento, diferencia de color, equilibrio de los*

⁵³ Op. cit.: CHIARINI, p. 92-93

⁵⁴ Op. cit.: HERNÁNDEZ, p. 23

⁵⁵ Op. cit.: BORDWELL y THOMPSON, p. 164

diferentes componentes y variaciones de tamaño"⁵⁶. "El equilibrio como posicional hace referencia al grado en que las áreas del espacio de la pantalla han distribuido por igual masas y puntos de interés"⁵⁷. De esta manera se mantiene un orden y una estructura, dejando más clara la imagen para una mayor percepción (Bordwell y Thompson, 1955).

Para mantener ese orden, existen las formas y las líneas, Héctor Zavala (2008) dice que "en el set tenemos que hacer convivir el sentido común con la capacidad narrativa de las formas"⁵⁸. "La forma en el diseño cinematográfico es el aspecto, la estructura exteriorizada de los objetos y superficies que aparecen en la pantalla y que persiguen constituir una unidad, una obra"⁵⁹. Lo que quiso decir Zavala (2008) con esto es que la materialización de un set y las formas deben de mantener una unidad con la temática. Una imagen es una forma visible "que pasa frente a nuestros ojos en la pantalla y que contiene una gran cantidad de elementos organizados y puestos ahí para cumplir con una función"⁶⁰.

Para materializar un set se necesita de dos tipos de organización: la ingenua, es decir la de sentido común, por ejemplo, si van a discutir 3 personas un tema, se deben de poner tres sillas; y la consciente, en la cual se requiere de un esfuerzo narrativo. "...dominar la complejidad de mensajes o sentidos que se pueden expresar mediante los objetos y superficies, formas al fin y al cabo, y que pueden ir desde lo denotativo hasta lo simbólico"⁶¹. Para que esto sea posible se necesita de un sentido de coherencia. Debe de haber una coherencia entre la "expresión de las formas"⁶² tanto narrativas como plásticas. La carga narrativa hace a los espacios de acción más comprensibles e identificables, mientras que la carga plástica ayuda a la efectividad emocional y la estética. La coherencia se considera como "uno de los elementos de la creación intelectual"⁶³ (Zavala, 2008).

Para mayor exactitud, aquel que monta el set se basa en las líneas, curvas, ángulos o aristas para crear una profundidad la cual cubre según

⁵⁶ Idem.: BORDWELL y THOMPSON, p. 164

⁵⁷ Ibid.: BORDWELL y THOMPSON, p. 165

⁵⁸ Op.cit.: ZAVALA, p. 25

⁵⁹ Idem.: ZAVALA, p. 25

⁶⁰ Idem.: ZAVALA, p. 25

⁶¹ Idem.: ZAVALA, p. 25

⁶² Ibid.: ZAVALA, p. 26

⁶³ Idem.: ZAVALA, p. 26

David Bordwell y Kristin Thompson (1995) "la perspectiva lineal, el sombreado, la separación de planos, la perspectiva atmosférica y la <<perspectiva del color>>"⁶⁴.

Textura

Un elemento que enriquece visualmente según Zavala (2008) es la textura, la cual se basa en el tipo de materiales, en las telas, los tapices, alfombras, bloques de concreto, tubos de metal, los cuales "pueden sernos útiles para hacer más evidentes los sentimientos de uno u otro personaje"⁶⁵, o en este caso en la temática de un programa. Las texturas resaltan los detalles para que el espectador interprete suavidad, aspereza, viejo, nuevo, limpio, lujoso, entre otros adjetivos.

Héctor Zavala (2008) expresa que, dependiendo de qué tan finas o grotescas sean las formas, descansarán la vista, transmitirán dulzura, miedo, ansiedad, enojo, entre otras emociones. Aquí es donde entra también la textura, la cual enriquece visualmente un set, ya sea física, como en las telas, la piel, la madera, las paredes; o hecha con pintura, por ejemplo un fondo, una obra de arte en la pared o murales. Así la textura de acuerdo al estado de la superficie, o la simulación del estado de la superficie, indica si algo es viejo o moderno, y viendo más allá pudiera transmitir conceptos más profundos.

Sergio Hernández (2006), comenta que hasta en la paleta de colores se incluyen fragmentos de tejidos en algunos casos; menciona que los tejidos toscos remiten justamente a algo áspero. Por el contrario, un lugar repleto de superficies pulidas, brillantes y objetos resplandecientes, como metales o espejos da la sensación de pulcritud, limpieza, luminosidad. Los lugares también describen al personaje; tal vez con estas últimas características pudiera tratarse de una personalidad reflexiva.

Cuando se habla de texturas, también se habla de superficies, Sergio Hernández (2006), aclara que las superficies crean ambientes escenográficos. Una superficie puede tratarse de yeso, madera, piedra, textiles, metal, cerámica, fibra entre otros materiales. También asegura que no siempre tienen que ser materiales reales sino que se puede simular la

⁶⁴ Op. cit.: BORDWELL y THOMPSON, p. 182

⁶⁵ Op. cit.: ZAVALA, p. 30

textura de las superficies. Se pueden crear imitaciones de alfombras hasta pisos.

Color

El color es otro requisito en la composición David Bordwell y Kristin Thompson (1995) dicen que “los cineastas han considerado desde hace mucho tiempo al color como un importante aspecto de la puesta en escena, capaz de proporcionar motivos que se desarrollarán a lo largo de la película. En la creencia de que el color evoca emociones concretas”⁶⁶. Estos autores insisten en que el color despierta la afectividad del espectador, por lo tanto, los colores le dan un significado a un programa de televisión. A la vez mencionan que Carl Dreyer, uno de los mejores directores de cine, afirma que existe una necesidad en el esquema del color ya que este es “lo que crea el efecto de personas y objetos en constante movimiento y hace que los colores se deslicen de un lugar a otro con ritmos cambiantes, creando efectos nuevos y sorprendentes cuando colisionan con otros colores o se mezclan con ellos”⁶⁷.

Un color no tiene un significado en específico sino que según el tema, éste va cobrando significado, Zavala (2008) dice que “la carga cultural de los colores tiene siempre más de una línea de significado, e incluso de manera general podríamos decir que hay un sentido positivo y uno negativo en todos ellos”⁶⁸. “El color [...] sirve para que [...] tenga una carga extra de emotividad o un sentido plástico que ayude a hacerla más fácilmente entendida y sentida en su fluir temporal”⁶⁹. El autor hace hincapié en que este elemento “debe pensarse siempre a partir de las emociones que queremos que exprese un set; así, la expresión plástica de una atmósfera constituye una de las primeras visualizaciones en el proceso de diseño”⁷⁰. Esto último, comprueba que lo plástico es lo que primero se capta al observar algo. En este caso, el color cobra un significado afectivo, según el ambiente y el entorno que tenga un programa de televisión, una película o una obra de teatro.

Bordwell y Thompson (1995) explican que “cuando el cineasta utiliza el

⁶⁶ Op. cit.: BORDWELL y THOMPSON, p. 183

⁶⁷ Idem.: BORDWELL y THOMPSON, p. 183, Apud. DREYER, Carl

⁶⁸ Op. cit.: ZAVALA, p. 19

⁶⁹ Ibid.: ZAVALA, p. 18

⁷⁰ Op. cit.: ZAVALA, p. 18

color para crear paralelismos entre elementos del decorado, un color puede llegar a estar asociado con varios elementos”⁷¹. La recurrencia del color “crea un grupo de motivos naturales en torno al drama”⁷². Esto significa que una decoración tiene que tener color pero éste tiene que combinar y estar en armonía con la paleta de colores. Bien menciona Zavala (2008) que “La paleta de color [...] debe estar encaminada, en primer término, a crear la emotividad y atmósfera requeridas por la narración”⁷³ y además que “los colores [...] pueden ayudar a dar unidad visual a sets cuyas, formas y funciones narrativas son dispares”⁷⁴.

Además de crear emotividad, atmósfera y armonía “El color debe entenderse como una tendencia a fin de lograr un nivel de realismo convincente”⁷⁵ aclara Zavala (2008). El realismo como mencionan Bordwell y Thompson (1995) es esencial en cualquier proyecto audiovisual y sobre todo en una puesta en escena, ya que, si no parte de una realidad, aquello resultará difícil de comprender, y el fin de comunicar se perderá. Sergio Hernández (2006), afirma que se debe de partir de una paleta de colores, “los colores dirigen el ojo del espectador hacia una mancha o punto de la escena en particular, haciendo que el encuadre vaya hacia ese lugar o personaje”⁷⁶, el color también se puede utilizar como punto focal para que llame la atención un lugar estratégico. Los tonos le dan un sentido a lo que se ve a través de cámara, “El color es una herramienta fundamental para la creación de dramatismo en el decorado”⁷⁷.

En la vida de una persona el color siempre está presente, todo lo que la vista capta es color, por lo tanto para un individuo resulta algo relevante y necesario, hasta en cierto modo normal o lo común cuando se encuentra en un lugar.

Georgia Ortiz (2008), en su obra *Forma, color y significados* plantea que desde el punto de vista pictórico los colores pueden anular las formas por su luminosidad o ubicación. Los tres colores fundamentales como lo son el rojo, el azul y el amarillo, no tienen nada en común por lo que en un

⁷¹ Op. cit.: BORDWELL y THOMPSON, p. 150

⁷² Idem.: BORDWELL y THOMPSON, p. 150

⁷³ Op. cit.: ZAVALA, p. 20

⁷⁴ Ibid.: ZAVALA, p. 19

⁷⁵ Ibid.: ZAVALA, p. 24

⁷⁶ Op. cit. HERNÁNDEZ, p. 72

⁷⁷ Ibid.: HERNÁNDEZ, p. 103

escenario son los que más se diferencian. Entre menos elementos sean de un mismo color, más se separan.

El color, asegura Ortiz (2008), juega un papel importante en términos de organización del mundo visual, separa los objetos y ayuda a su memorización, ya que existe un estímulo mayor cuando se ven las cosas en color que a blanco y negro.

Georgia Ortiz (2008), en su obra *Forma, color y significados* menciona los significados que han cobrado los colores a través de la historia. La autora de *Psicología del color*, Eva Heller (2008), comparte sus significados con base en una encuesta hecha entre dos mil personas entre los 14 y 97 años con profesiones diferentes: “conocemos muchos más sentimientos que colores. Por eso, cada color puede producir efectos distintos, a menudo contradictorios”⁷⁸, aclara.

Como un color provoca, según Ortiz (2008), una estimulación, se utilizan las palabras “cálido” y “frío” para caracterizarlos; ambos llevan a sentimientos y atributos personales. Para explicar estos dos términos primero se necesita aclarar la utilidad de los matices. Los claros, como los tonos crema y rosa, se relacionan con lo femenino, la amabilidad, la felicidad. En cambio los matices oscuros, donde predomina el rojo, reflejan vitalidad, poder, riqueza y estabilidad, por su semejanza a la luz solar y el fuego. Los colores, rosa, crema y rojo son tonos cálidos, sin embargo, de acuerdo a los matices pueden asimilarse de forma distinta. Lo mismo sucede con los tonos fríos, tales como el verde, el azul, el gris y similares.

Según Ortiz (2008), los colores cálidos atraen mientras que los fríos alejan o nos mantienen a distancia. Por ejemplo, una persona cálida es enérgica, viva, sincera y franca; sin embargo una persona fría es cerrada, apartada, limitada, siempre a la defensiva. Sergio Hernández (2006) pone estos ejemplos: “Si el personaje está siempre vestido en tonos grises o marrones, es probable que sea un carácter serio, sobrio y conservador”⁷⁹ en cambio, “En un decorado donde los tonos sean de la gama de los rojos, elevamos la sensación de violencia de la historia, mientras que el blanco podría

⁷⁸ HELLER, Eva “Psicología del color” (2008) Ed. Gustavo Gili, SL: España, p. 17

⁷⁹ Op. cit.: HERNÁNDEZ, p. 72

subrayar un tema de pureza e inocencia”⁸⁰. Todo esto depende mucho del significado y el contexto, la gama de colores indica hasta el “el nivel social y cultural del personaje, así como características de su personalidad”⁸¹.

Los colores se clasifican, según Heller (2008), en colores primarios como el rojo, amarillo y azul; los secundarios como el verde, anaranjado y violeta; y las mezclas subordinadas como rosa, gris o marrón. También están los extremos como son el blanco y el negro y los colores más ignorados como el plateado y dorado. En total son trece los colores que considera Eva Heller (2008) en su estudio.

Los colores más apreciados

Azul	45 %
Verde	15 %
Rojo	12 %
Negro	10 %
Amarillo	6%
Violeta	3%
Naranja	3%
Blanco	2%
Rosa	2%
Marrón	1%
Oro	1%

Los colores menos apreciados

Marrón	20 %
Rosa	17 %
Gris	14 %
Violeta	10 %
Naranja	8%
Amarillo	7%
Negro	7%
Verde	7%
Rojo	4%
Oro	3%
Plata	2%
Blanco	1%
Azul	1%

HELLER, Eva *Psicología del color* (2008) Ed. Gustavo Gili, SL: España

⁸⁰ Idem.: HERNÁNDEZ, p. 72

⁸¹ Idem.: HERNÁNDEZ, p. 72

Más allá de que si los colores se aprecian o no debemos tomar en cuenta la selección de estos. Georgia Ortiz (2008) insiste en que “la selección del color nos lleva al uso del color desde el punto de vista de la preferencia, pero sobre todo al significado que se da, no sólo por parte de quien lo usa sino también por parte del que lo observa”⁸². Estos significados se decodifican.

- Azul: Según los estudios de Heller (2008), el azul es el color preferido, el tono que engloba la simpatía, la armonía y la fidelidad, pese a ser frío y distante. Tiende a ser un color femenino inclinado a las virtudes espirituales.

Para Ortiz (2008) el azul está ligado al silencio y la infinitud, es un tono que se relaciona con la realeza debido que recuerda a Zeus y Júpiter. Debido a Eduardo III, rey de Inglaterra en el siglo XIII, se recuerda al azul como un símbolo de excelencia, por el uso de éste para una de las órdenes más importantes llamada Orden de la Jarretera, donde la sangre azul le correspondía al alto linaje.

El azul según su claridad puede ser positivo o negativo, según menciona Georgia Ortiz (2008). Entre más claro más positivo puede ser el significado; pero si lo vemos oscuro tiende a ser negativo por su semejanza al color de la noche. Puede transmitir tristeza, depresión, insensibilidad e inercia. Asimismo, Heller (2008) asegura que hay 111 tonos de azul.

- Rojo: Heller (2008) relaciona al rojo con la pasión del amor al odio. Se relaciona con los reyes y el consumismo, es un color que puede indicar alegría o peligro según el caso.

Es el tono más cercano al infrarrojo, produce una sensación de calor. Según Georgia Ortiz (2008) se cree que es el primer color que perciben los bebés debido a su gran impacto. Este color fue el primero en adquirir un nombre.

Es el color de la sangre; por eso, menciona Ortiz (2008,) se asocia a los combates, la guerra, la violencia, la revolución o la muerte.

⁸² ORTIZ, Georgia, *Forma, color y significados* (2008) Ed. Trillas: México p. 100

Asimismo, es un color aristócrata y también representa grandeza. Por la sangre también se relaciona con el corazón, la carne, la emoción, el amor, la lujuria, la pasión, el crimen, la vida y la alegría.

A pesar de que el fuego se conforma por los tonos amarillo y anaranjado, también al rojo se le asocia a las llamas orientadas a la fe Pentecostal que resalta a la tercera persona de la Santísima Trinidad, al igual que uno de los puestos más altos en el sacerdocio católico, según cuenta Georgia Ortiz (2008). Sin embargo también se le asocia a la condenación y la perdición eterna. Heller (2008) cuenta que existen 105 tonos de rojo.

Si se lleva el tema a las figuras geométricas, Ortiz (2008) menciona que el color que le va al cuadrado es el rojo, que caracteriza lo estático y lo pesado.

- **Amarillo:** Este color es el más contradictorio según los resultados del estudio de Heller (2008; representa al optimismo y a los celos. Es el tono de la diversión, el entretenimiento, la tradición, el oro y el azufre.

Para Ortiz (2008), el amarillo es el color del Sol, del oro, la riqueza. Es el representante de los tonos claros posterior al blanco. Es la mezcla de luz roja y verde. Simboliza inteligencia, recuerda a la primavera por los tonos de las flores de la temporada como los narcisos, azafrán, jazmín, también se cuele por los tonos de la arena y recuerda a las vitaminas A y C. Actualmente indica precaución.

Georgia Ortiz (2008) también plasma en su obra las connotaciones negativas del este color, como la traición, ya que este color fue asociado con Judas Iscariote; en la Segunda Guerra Mundial obligaban a los prisioneros a usar este color. Durante el siglo XVI se utilizaba este tono para señalar a los herejes, por esto los sacerdotes usan poco el amarillo. Heller (2008) descubre 115 tonos de amarillo.

- **Verde:** Georgia Ortiz (2008) afirma que este color invita a la paz y tranquilidad, ya que recuerda a la naturaleza. Su simbolismo depende de su tonalidad desde amarillenta hasta azulada. Eva Heller (2008) desglosa 100 tonos de verde.

Heller (2008) lo define como el color intermedio, relacionado con la fertilidad, la esperanza, la burguesía, lo sagrado y lo venenoso.

Ortiz asimismo le da una connotación negativa, asociando este tono al moho y también concuerda con Heller (2008) en que se relaciona con el veneno, sin embargo Ortiz (2008) agrega que también se refiere a decadencia, envidia y celos. También está presente en los animales que muchas personas repudian, como lagartijas, ranas, serpientes, etc.

Desde el punto de vista histórico, Georgia Ortiz (2008) afirma que este tono se remonta a los tiempos antiguos y a sus piedras preciosas, el berilio, la esmeralda y la aguamarina. Ortiz (2008) menciona que este color descansa la vista es por eso que en muchos teatros ingleses se encuentra una sala de este color para que los actores descansen.

En la economía los billetes son verdes, por lo que transmiten tranquilidad y seguridad. Es por eso que es el color de los héroes; Ortiz (2008) lo identifica con el legendario Robin Hood, los patriotas irlandeses, los ejércitos americanos, que eran reconocidos por las boinas verdes que ahora se asocian con el concepto de valentía. Por el lado de la religión, en el cristianismo, el verde es sinónimo de la nueva vida y la sabiduría.

- Negro: Según el estudio de Eva Heller (2008) se le asocia con el poder, la violencia y la muerte. Ortiz (2008) menciona que algunos lo consideran como la negación del color, la plena oscuridad. Si se le pone junto al blanco se le asocia con los significados contrarios que al mismo tiempo se complementan, por ejemplo, el día y la noche, la vida y la muerte, lo bueno y lo malo, entre otros.

Heller (2008) confiesa que es el color favorito de los diseñadores y de la juventud. Es un color bastante controversial, se le considera elegante y se relaciona con la negación. Ortiz (2008) concuerda con la elegancia y se va más por el lado de la ropa ligándolo también con el luto o rebeldía dependiendo de las circunstancias.

Ortiz (2008) afirma que el negro es un color sólido, es pesado, se relaciona con el cielo nocturno, representando el espacio infinito, se relaciona como algo frío y también como al rechazo en la sociedad como los punks.

- Blanco: Si se menciona el negro, entonces también se debe de mencionar el color blanco, este color, confiesa Ortiz (2008), es la unión de todos los colores, se le asocia con la luz, algo positivo, la bondad, lo puro, la honradez, lo divino en relación a Dios, así como a los sacerdotes; por ejemplo, el Papa, siendo mensajero de la paz, porta justo ese color. Heller (2008) coincide en su estudio con estas afirmaciones; ella menciona que el blanco es el color del bien y de los espíritus.

Por otro lado, Ortiz (2008) asocia al color blanco con lo femenino, la elegancia, la belleza de la Luna. Heller (2008) exactamente plasma la palabra "femenino" en su estudio referente a este color; ella señala que es "el color femenino de la inocencia"⁸³.

Además de ser un color espiritual y femenino, Ortiz (2008) agrega que el blanco crea un efecto de tranquilidad; a consecuencia de esto se asume que descansa la vista, refleja paz.

- Naranja o anaranjado: Este color que Ortiz (2008) refiere como anaranjado, a pesar de que no es un color primario, es "predominantemente cálido"⁸⁴; para fines visuales cabe hacer mención de él.

El naranja es una combinación del amarillo con el rojo. Ortiz (2008) afirma que es un color alegre, Heller (2008) dice que es el color de la diversión.

Asimismo, Heller (2008) menciona que el anaranjado es exótico y llamativo; según ella es el "color del sabor"⁸⁵. Ortiz (2008) confiesa que es un color extrovertido y rico, tanto que este autor afirma que

⁸³ Op. cit.: HELLER, p.153

⁸⁴ Op. cit.: ORTIZ, p. 101

⁸⁵ Op. cit.: HELLER, p.179

tiene una connotación sexual, ya que se asocia con el crepúsculo y el amanecer.

Un aspecto cultural y algo controversial debido al sentido explosivo como se mencionó anteriormente. El naranja dice Heller, (2008) es el color del budismo, una cultura de equilibrio.

La importancia del anaranjado es que como menciona Heller (2008), es un tono que se puede encontrar en todos lados (la fruta, el amanecer, atardecer), sin embargo, es un color subestimado, ya que a la mayoría de las personas no les agrada o no lo reconocen, por ejemplo, dicen que el pez es dorado, pero es naranja. Esto se interpreta como si se ejerciera un abuso de él, debido a los argumentos que se vieron, se da por hecho que es un color intenso, explosivo, que provoca placer, algo exótico y extrovertido.

- Gris: Es interesante como el negro puede dar un sentido oscuro y negativo, mientras que el blanco es el color de la paz, la tranquilidad y lo femenino. La unidad de ambos es el color gris.

Ortiz (2008) ilustra el sentido del color gris y lo remonta a los días nublados, las sombras; finalmente lo relaciona a un sentido de tristeza, lo cual es un sentimiento que los seres humanos perciben al momento de mirar un cielo nublado.

Otra ejemplificación que presenta este autor es que es el color de la guerra, la contaminación, la suciedad, el metal. Heller (2008) usa una palabra que relaciona todos estos ejemplos: "crueldad"⁸⁶.

Un sentido totalmente distinto a los anteriores es el de la sabiduría, Ortiz (2008) utiliza los conceptos, sabiduría y decrepitud, y aunque parezca que no se relacionan tienen algo que los liga, los años de experiencia, el tono del cabello que se relaciona con la vejez y a la vez el conocimiento adquirido.

Según el estudio de Heller (2008), es un color aburrido y anticuado; esto pudiera relacionarse con el concepto de decrepitud de Ortiz

⁸⁶ Ibid.: HELLER, p. 267

(2008). Debido a que no es uno de los colores intensos, es lógico que no salte a la vista; sin embargo, eso no lo hace menos importante; al contrario es un tono auxiliar que se verá más adelante en la investigación.

Asimismo según Ortiz (2008), el gris es un color que se relaciona con lo urbano, las calles, la ciudad, los edificios.

- Rosa: un color, según los estudios de Heller, con una esencia dulce y delicada, le da un sentido *cursi* a las cosas, y a la vez es escandaloso, ya que la persona lo puede relacionar con la ternura erótica y el desnudo. Asimismo si es un rosa infantil como el que se usa en los cuartos para bebés, se convierte en tierno, suave y pequeño. El rosa clásico, se remonta a los tiempos de Madame Pompadour, la cual creó tendencia con un tono de rosa peculiar que le dio un sentido a la nobleza y la elegancia. El perfil brillante del rosa se usa en las golosinas, por eso se relaciona con la dulzura, el sabor. Casi todas las facetas de este color se resumen a la figura femenina, sin embargo, existe un rosa en particular muy bajito destinado para el público masculino, un ejemplo de un personaje que usaba este tono es Elvis Presley. Actualmente en la moda varonil se usa el rosa.
- Violeta: Según Heller (año) el color violeta se remonta al poder, la tecnología, la magia, el feminismo y el movimiento gay. Se resume en la extravagancia, la vanidad, es el tono de los CHAKRAS en el esoterismo, el color de la sexualidad pecaminosa.

Estos son los colores que interesa resaltar en esta investigación, los colores básicos como el amarillo, rojo y azul, la diferencia y el complemento del blanco y el negro, los tonos complementarios como el gris, verde y naranja y finalmente el rosa y el violeta los cuales serán tonos que se presentarán en uno de los escenarios de los programas a analizar en esta investigación. El significado y la percepción de cada uno de estos era necesario, ya que esos colores, según estudios y afirmaciones de autores expertos en el tema, producen cierta relación con hechos históricos,

Dejando en claro los elementos principales de la forma y las cualidades de la misma, se puede mencionar que ya se cuenta con un conocimiento básico que se debe tomar a consideración para la creación de una puesta en escena. Así esta investigación podrá tener un sentido, de acuerdo a las funciones descritas y una base firme para su análisis.

Iluminación

Dejando claro el color, es necesario ahora explicar el contraste. “El contraste en la imagen de cine tiene vehículos como la luz y la oscuridad, el color, el tamaño y la posición de objetos y actores, la opulencia o pobreza de los personajes”⁸⁷, menciona Zavala (2008). Es una herramienta que remarca una expresión la cual hace que destaque el personaje o la persona que está hablando frente a cámara en el caso de la televisión, provocando una especie de inspiración en el espectador a través de múltiples estímulos. “Mediante los contrastes podemos resaltar y ocultar, dar ritmos visuales y ser claros”⁸⁸. Los ojos del televidente necesitan distinguir, es por eso que la imagen requiere de matices.

Alicia Poloniato (1980) hace clara la importancia de este aspecto: “La utilización de contrastes violentos o atenuados, esfumaturas, claroscuro, tienen un sentido que nosotros espectadores rara vez dejamos de percibir, aunque sea difícil de explicar, porque estos elementos reposan en códigos todavía más imprecisos que los de las imágenes”⁸⁹. Es por eso que cuando se quiere comunicar algo de manera visual, se necesita de los contrastes para una mejor captación.

Estos contrastes son posibles gracias a la iluminación, la cual crea luces, sombras. “Gran parte del impacto de una imagen se debe a la manipulación de la iluminación”⁹⁰, recalcan Bordwell y Kristin Thompson (1995). Hay dos tipos de sombras: las inherentes y las proyectadas. Las primeras son las sombreadas y las proyectadas son las que se reflejan en las paredes o superficies a causa de la luz.

Existen cuatro características principales de la iluminación: cualidad, dirección, fuente y color. El aspecto de un plano depende de estos (Bordwell y Thompson, 1995).

⁸⁷ Op.cit.: ZAVALA, p. 33

⁸⁸ Idem.: ZAVALA, p. 33

⁸⁹ Op. cit.: POLONIATO, p. 48

⁹⁰ Op. cit.: BORDWELL y THOMPSON, p. 152

La cualidad es la intensidad de la iluminación. La dirección se refiere al recorrido de la luz: luz frontal, lateral, contraluz, contrapicada y cenital. La fuente es de donde viene la luz; existen dos: la principal y la de relleno. En cuanto al color existen dos tipos: el blanco de la luz del sol o el amarillo suave de las lámparas incandescentes para interiores. En general se trabaja con luz blanca y se le montan filtros (Bordwell y Thompson, 1995).

Zavala (2008), además de aceptar que la iluminación produce luces y sombras, agrega que matizan formas y crean una atmósfera. "Las atmósferas, las sensaciones que debe producir un set, dependen en gran medida de la iluminación y ésta se plantea en colaboración estrecha con la escenografía y la decoración"⁹¹. Un director de arte le puede facilitar el trabajo al fotógrafo ya que arte provee la iluminación que se encuentra a cuadro, además "con un diseño que tome en cuenta el juego de luces y sombras, el fotógrafo tiene ya un punto de partida más amplio para plantear su iluminación y justificarla"⁹².

Una iluminación debe de ser congruente; "es importante saber qué tipo de iluminación se va a utilizar en un set y el nivel de contraste, para cuidar los acabados y fuentes de iluminación"⁹³ (Zavala, 2008).

Alicia Poloniato (1980) explica que gracias a la iluminación se crean atmósferas al mismo tiempo que un contraste tonal que resulta altamente significativo. "No es la intensidad de la luz sino su composición lo que aporta la impresión buscada"⁹⁴.

Dejando claro cada uno de los elementos de la composición. Se explicarán los aspectos faltantes de la puesta en escena: el vestuario y maquillaje. Ambos, en televisión, resultan herramientas para mejorar el rostro que le está hablando al televidente; es decir, si el emisor tiene un mal aspecto resultará difícil el ponerle atención a sus palabras y la concentración se iría en lo desagradable que resulta.

⁹¹ Op. cit.: ZAVALA, p. 29

⁹² Ibid.: ZAVALA, p. 28

⁹³ Ibid.: ZAVALA, p. 29

⁹⁴ Op. cit.: POLONIATO, pp. 32-33

b. Vestuario

El vestuario está coordinado con la decoración, Sergio Hernández (2006) menciona que al encargado del diseño de vestuario se le denomina vestuarista. Éste debe de estar según David Bordwell y Kristin Thompson (1995) “equilibrado entre sí en lo referente a los colores, texturas e incluso movimientos”⁹⁵. En ciertas ocasiones un fondo neutral puede ayudar a que el vestuario y la persona resalte a cuadro. “Al integrarse dentro del decorado, el vestuario puede funcionar para reforzar las estructuras narrativas y temática”⁹⁶.

Para Zavala (2008), en la selección del vestuario se deben de tomar en cuenta las paletas de color, los contrastes buscados y todo lo que tenga que ver con el diseño general del programa. Sergio Hernández (2006) menciona que los colores definen la personalidad de los personajes. Asimismo la utilería también puede influir en el vestuario “a veces es necesario la colaboración de vestuario, debido a que algunos objetos están en la línea sutil entre el departamento de arte y el departamento de vestuario”⁹⁷.

Luis A. Cabezón y Feliz G. Gómez (1999) en su libro *La producción cinematográfica* revelan que en el departamento de vestuario se encuentran profesionales del diseño y confección, como figurinistas, estilistas, sastres y empresas de vestuario. La misión del vestuarista “consiste en hallar el vestuario que exija la narración”⁹⁸. El vestuarista debe elegir “cuáles son los colores o tonos más apropiados para conseguir la estética pensada”⁹⁹.

Luigi Chairini (1956) dice que el vestuario debe de “fundirse en la unidad de la imagen e identificarse con los ambientes”¹⁰⁰. Alicia Poloniato (1980) recalca que el vestuarista “tiene que ser una persona de gran cultura, ya

⁹⁵ Op. cit.: BORDWELL y THOMPSON, p. 150

⁹⁶ Ibid.: BORDWELL y THOMPSON, p. 151

⁹⁷ Op. cit.: HERNÁNDEZ, p. 23

⁹⁸ Op. cit.: CABEZÓN y GÓMEZ-URDÁ, p. 102

⁹⁹ Idem.: CABEZÓN y GÓMEZ-URDÁ, p. 102

¹⁰⁰ Op. cit.: CHIARINI, p. 93

que debe crear los trajes apropiados basándose en conocimientos históricos, antropológicos, de historia del arte y hasta literarios”¹⁰¹.

c. Maquillaje

En cuanto al maquillaje y peinado, para Bordwell y Thompson (1995) es necesario para que las caras de los que salgan en pantalla se distingan y además el maquillaje mejora su aspecto. Sobre todo las mujeres usan en maquillaje que está de moda, sin embargo, los hombres se les debe de aplicar un maquillaje ligero con el fin de que parezca que no llevan ninguno.

El maquillista a diferencia de los otros subdepartamentos de arte, se presenta el mismo día de grabación, de manera que el diseñador le da las indicaciones y comienza a maquillar a los protagonistas poco antes de entrar en cámara. Zavala (2008) señala que tanto el maquillista como el peinador deben de estar presentes durante toda la grabación para cualquier retoque que necesite la persona que aparece en pantalla, “como un brillo molesto en el rostro de un actor, una gota de sudor o un peinado descompuesto”¹⁰². Tanto Chiarini (1956) como Poloniato (1980) coinciden en afirmar que siempre el maquillaje debe ir de acuerdo con el vestuario.

En lo que concierne a la investigación, el último punto de la puesta en escena, que es el comportamiento de los actores, no se tomará en cuenta ya aunque para la televisión se necesite presencia y buena dicción para hablar ante cámara.

De acuerdo a lo visto en términos de composición y puesta en escena, se puede decir que el departamento de arte no es un invento, sino que todos los elementos tienen una intención. Debido a esto, existen detalles estéticos con aspecto semiótico para una mayor comprensión.

1.1.1.2 Códigos y signos

Alicia Poloniato (1980) habla de los códigos visuales y los signos icónicos para explicar esta aplicación en el set. Umberto Eco dice que “en toda

¹⁰¹ Op. cit.: POLONIATO, pp. 32

¹⁰² Op. cit.: ZAVALA, p. 86

imagen [...] existe una intencionalidad de comunicar algo y es necesario descubrir qué sucede para que el signo icónico utilizado pueda parecerse a lo que representa, y de esa manera comunicar lo que se desea"¹⁰³. Párrafos anteriores, se mencionaba acerca de la percepción y de códigos. Para que esté fenómeno semiótico se lleve a cabo se juntan los códigos perceptivos con los códigos de reconocimiento, los cuales se encuentran almacenados en el interior con el fin de reconocer objetos en un momento dado. Como consecuencia de la experiencia y el aprendizaje, nacen los códigos de reconocimiento de los objetos que próximamente se empleará frente a una representación icónica (Poloniato, 1980).

Las características de los objetos simbólicos se pueden identificar o distinguir gracias a un contexto en específico es decir, "dependen del punto de vista que socialmente se nos ha impuesto"¹⁰⁴ (Poloniato, 1980).

"Las distintas figuras que componen un encuadre son los que llamamos "signos icónicos"¹⁰⁵, estos forman parte de la imagen y cada uno de esos signos icónicos en conjunto comunican cierto contenido que se reconoce gracias a la cantidad de imágenes que tenemos almacenadas en el cerebro"¹⁰⁶ (Poloniato, 1980).

Estos signos icónicos, son una clave para el espectador, la cual le hará recordar, creencias y experiencias, provocando así una asimilación con las imágenes guardadas en la memoria de éste, siendo de esta forma un proceso que ayudará a la comprensión del concepto de un programa de televisión.

Dado como explicado lo que abarca la puesta en escena, Bordwell y Thompson (1995) puntualizan que en el caso de que se pretenda llevar a cabo ésta, es necesario preguntarse "cómo está motivada la puesta en escena, cómo cambia o evoluciona, cómo funciona en relación con las formas narrativa y no narrativa"¹⁰⁷. Esto se debe de tener presente, ya que ayudará para una puesta en escena más aterrizada.

¹⁰³ Op. cit.: POLONIATO, pp. 44, Apud. ECO, Umberto

¹⁰⁴ Ibid.: POLONIATO, pp. 45

¹⁰⁵ Idem.: POLONIATO, pp. 45

¹⁰⁶ Idem.: POLONIATO, pp. 45

¹⁰⁷ Op. cit.: BORDWELL y THOMPSON, p. 146

Un ejemplo muy claro que presentan ambos autores (Bordwell y Thompson, 1995) es cuando Eisenstein pide a sus alumnos que escenifiquen un asesinato en un plano y sin movimientos de cámara. Al momento en que los alumnos le presentan la escena, resultó un sorprendente uso de profundidad de campo, acompañado con un movimiento dinámico dirigido hacia el espectador. Esto deja claro que se necesita que la escenografía hable por sí misma, sin tomar en cuenta los movimientos en cámara. De esta manera se logra un mejor trabajo en este aspecto. Por supuesto, el uso de la cámara es importante, pero se necesita también de un dinamismo de los objetos y la persona que habla ante cámara, por ejemplo un péndulo, unas cortinas ondeando, si es un show, utilizar una iluminación dinámica, entre otros. Héctor Zavala (2008) aclara que “La cámara y el diseño del set trabajan juntos para producir imágenes, dinámicas o estáticas, según lo requiera la narración. Todo lo que se mueve da dinámica a la toma”¹⁰⁸.

Héctor Zavala (2008) en su obra *El diseño en el cine* agrega y aclara que este departamento es visto como algo práctico, por ejemplo la construcción de escenografías o la colocación de objetos y muebles, sin embargo, ésta área involucra más que eso, su trabajo es involucrar “ideas y estrategias visuales que requieren conocimiento y creatividad”¹⁰⁹. El director de arte tiene que tener conocimientos de fotografía, artes plásticas, teorías del set, construcción de escenografías, estilos de decoración y tener un sentido de la moda. Todo esto forma parte de la emotividad y el rigor que conlleva este trabajo.

Debido a que el hombre, desde muy pequeño, tiene la naturaleza de abstraer conocimiento a través de una percepción visual vinculada a la estructura del cerebro, es tan importante una buena forma de transmitir un contenido por medio de la imagen. Si una persona dice árbol, inmediatamente se estará pensando en una imagen, diferente según sus experiencias y su psicología pero al final seguirá siendo un árbol. Ahora si se quiere dar un mensaje a través de una imagen es necesario plasmar ésta de una forma clara y según la temática y el público al que se dirige.

¹⁰⁸ Op. cit.: ZAVALA, p. 32

¹⁰⁹ Ibid.: ZAVALA, pp. 11-12

Se pretende acentuar la importancia de una buena puesta en escena en una emisión televisiva para demostrar que es un factor determinante en la percepción.

Dado por terminado el Marco Teórico de nuestra investigación, es importante, rescatar que para que el espectador o público televidente, pueda captar un mensaje e interpretar esos códigos o signos, es necesario una puesta en escena, pero no cualquier puesta en escena, sino una que cuente con la composición, decoración, vestuario y maquillaje adecuados a lo que se pretende comunicar y asimismo que le resulte atractivo al televidente.

CAPÍTULO II

DIÁLOGOS EN CONFIANZA Y C7 CONTIGO

Para tener un conocimiento más amplio de los programas a analizar en esta investigación. Para *Diálogos en confianza* de Once TV, se hizo una búsqueda en internet y para *C7 Contigo* de Canal 7 se acudió a las instalaciones del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV) y se realizó una entrevista a las co-productoras. Ambos programas son espacios de carácter social, ambos buscan darle un servicio a la comunidad. En cada uno de ellos se describen los objetivos de cada uno, sus inicios, su trascendencia y una breve introducción a conductores.

2.1 Diálogos en Confianza

Uno de los programas a tratar en esta investigación es *Diálogos en Confianza*, una transmisión de Once TV, donde “el objetivo primordial es entablar una comunicación interactiva con el público para informar, conocer diversos puntos de vista y compartir experiencias de convivencia en distintas circunstancias de nuestra vida cotidiana y relaciones familiares y sociales, así como abordar importantes tópicos de interés general sobre salud y sexualidad”¹¹⁰ (“Línea Editorial”, obtenido de http://www.oncetv-ipn.net/linea_editorial.htm).

Diálogos en Confianza según su línea editorial, busca orientar al público a la prevención, con una actitud abierta a diversas opiniones con respeto y tolerancia. El sentido positivo del programa lo lleva a una visión constructiva que toma los problemas con objetividad.

La línea editorial del programa afirma que el público es el que sugiere el tema a tratar y a partir de esto se realiza una investigación y asisten invitados especialistas en la disyuntiva.

Su misión es “Producir un programa en vivo con un formato ágil, entretenido y dinámico que, mediante la calidad de sus contenidos y eficiencia narrativa, oriente para la libre toma de decisiones y proporcione

¹¹⁰ “Línea Editorial”, obtenido de http://oncetv-ipn.net/linea_editorial.htm

un servicio a la comunidad”¹¹¹ (“Línea Editorial, obtenido de http://www.oncetv-ipn.net/linea_editorial.htm).

Presentamos los distintos puntos en los que se basa este programa según la línea editorial:

1. Se tiene como punto de partida el respeto a los derechos humanos universales.
2. Se promueven los valores que apoyan el desarrollo humano, independientemente de los valores de la religión.
3. Se ejerce un pensamiento plural, ya que se considera que cualquier tema puede ser mostrado desde diferentes ópticas.
4. Se rompe la barrera entre lo privado y lo público, teniendo en cuenta el respeto a la dignidad de las personas que asisten al programa.
5. Se promueve el desarrollo de habilidades de negociación para evitar la confrontación en todas las áreas de la vida.
6. Se orienta hacia una visión positiva y constructiva de los problemas, que son tratados con objetividad y respeto.
7. Se promueve una cultura de prevención en todas las temáticas a través de informar y canalizar al teleauditorio.
8. Se desarrolla la sensibilización del televidente sobre la necesidad de que la visión médica deje de tener una óptica únicamente científica y se inserte en el contexto social y familiar que le corresponde, para así contemplar al paciente como una persona integral.
9. Se promueve el respeto y aceptación de la diversidad sexual, religiosa, étnica, económica y social, así como el respeto sin condescendencia a las personas con necesidades y/o capacidades diferentes.
10. Se muestran modelos alternativos de comportamiento que proporcionan herramientas para construir una mejor calidad de vida.
11. Se toma en cuenta que existen diferentes tipos de familia, no sólo la nuclear convencional, sino también las reconstituidas, las uni-paternal, etc. Todas ellas dignas de respeto y análisis, y portadoras de valores sociales de gran importancia.
12. Se hace conciencia acerca de que los hijos e hijas tienen la necesidad y el derecho de contar con una familia funcional y afectuosamente sana, lo que implica un arduo proceso de compromiso y responsabilidad.
13. Se crean y recrean nuevas representaciones, imágenes y situaciones de hombres y mujeres que no corresponden al estereotipo tradicional (perspectiva de género).
14. Se plantean nuevas paternidades y maternidades, tomando en cuenta la corresponsabilidad e involucramiento del padre en la crianza de los hijos e hijas.
15. Se reflexiona sobre nuevas formas de relación en pareja, analizando las crisis por las que actualmente atraviesa, con el fin de flexibilizar la interacción y estar acorde al momento presente para lograr que la pareja crezca y evolucione.
16. Con relación a los temas sexuales, se establece que no deben aparecer imágenes explícitas.

¹¹¹ Idem.: “Línea Editorial”

17. El tratamiento de los temas sexuales se enfoca a partir de información avalada científicamente y acorde a lo que marcan los derechos sexuales y reproductivos.
18. Se promueve el uso de medidas preventivas y anticonceptivas.
19. La exhibición de la violencia debe fundamentarse en el contexto en que se produce. Se evita la exhibición de métodos que produzcan dolor y que sean de fácil imitación.
20. Se busca hacer conciencia acerca del daño que ocasiona la violencia familiar en todas sus manifestaciones: ya sea física, psicológica o simbólica.
21. Con relación a las adicciones, se establece que se abordarán como enfermedades susceptibles de tratamiento y no deben aparecer imágenes explícitas.
22. Diálogos en Confianza "rompe barreras", ya que permite y facilita la comprensión de las causas que ocasionan los problemas humanos así como sus posibles soluciones.¹¹²

Según la nota *Diálogos en confianza cambiará de formato* publicada el domingo 25 de noviembre de 2001 en el periódico El Universal, a este programa se le reconoció con el Premio de Periodismo José Pagés Llergo en el Palacio de Bellas Artes. Este reconocimiento le fue entregado a la directora Maru Taméz un 7 de noviembre de ese año. Ella declara que en diciembre se cumplían cuatro años por lo tanto se asume que la transmisión de éste comenzó en el año de 1997. Finalmente, ella aclara que habría cambios en títulos y formato pero no de una forma radical.

De acuerdo a los datos consultados en la página oficial de Once Tv, actualmente el programa Diálogos en Confianza se transmite de lunes a viernes de 9:30 am a 11:30 am ("Diálogos en Confianza" obtenido de <http://www.ontetv-ipn.net/dialogos/>).

Según el día se clasifican los temas. Los lunes se tratan temas de salud con el Dr. Ernesto Lammoglia ("Diálogos en Confianza" obtenido de <http://www.ontetv-ipn.net/dialogos/>), académico, coordinador y asesor experto en temas de criminología y psiquiatría, según la biografía plasmada en su página (<http://www.lammoglia.mx>).

Los martes son del tema de familia. Este día le toca conducir el programa a Cristina Jáuregui ("Diálogos en Confianza" obtenido de

¹¹² "Línea Editorial"

<http://www.oncetv-ipn.net/dialogos/>), una “psicoterapeuta humanista, escritora, conferencista, locutora y conductora” (<http://www.cristinajauregui.com>).

El miércoles se tocan temas de saber vivir, con Marisa Escribano (“Diálogos en Confianza” obtenido de <http://www.oncetv-ipn.net/dialogos/>). Ella estudió periodismo, es catedrática en la Universidad Anáhuac, locutora, productora y directora de programas de radio y televisión. Ha escrito seis libros, grabado siete CDs narrados y ha sido ganadora de diversos premios como *El Micrófono de Oro*, *La Mujer del Año*, *Premio Nacional de Periodismo*, *Medalla Francisco Huerta*, *la Rosa de Cristal*, entre otros. Su voz femenina es de las más populares en el medio (<http://www.marisaescribano.com>).

El jueves está reservado para los temas de sociedad con Fernanda Tapia (“Diálogos en Confianza” obtenido de <http://www.oncetv-ipn.net/dialogos/>), locutora, conductora, productora, periodista, guionista, conferencista, cantante y actriz de doblaje, popular en los medios de comunicación mexicanos. Se le han otorgado diversos premios como *Locutora de la Década*, *Premio Nacional de Periodismo de México*, *Pagés Llergo*, *Mejor locutora femenina en cabina*, *AMPRYT*, *Laurel de Oro a la Calidad México-España*, *Mujer del Año*, entre otros (<http://www.fernandatapia.com/sui-generis/biografia/>).

Finalmente los viernes se ven los temas de pareja, con Carmen Muñoz (“Diálogos en Confianza” obtenido de <http://www.oncetv-ipn.net/dialogos/>), quien estudió comunicación y actualmente famosa conductora y locutora. Ha ejercido en lugares como Jalisco, Guanajuato y Ciudad de México, en Telecable, TV Azteca Noticias y Televisa. En 2011 la Asociación Nacional de Locutores de México, le otorga un reconocimiento por su trayectoria en los medios de comunicación (http://www.oncetv-ipn.net/nuevospasos/a_conductor.php)

Una vez plasmado en esta investigación la ideología, organización y planeación del programa Diálogos en Confianza, se puede concluir que éste busca informar a la comunidad acerca de distintos temas de interés a través de conductores y voces expertas en el rubro que además son

reconocidas por el público y dan una opinión al respecto, con una actitud totalmente abierta, amena y objetiva hacia los televidentes. Tal es el caso que se ponen en evidencia los premios de algunos de los conductores, sus estudios y reconocimientos que se han tenido hacia el programa. Una transmisión ordenada, que tiene sus objetivos en claro, su misión y sus reglas, sin dejar de lado la atención al público y que, además de un emisor, es un receptor de las opiniones del televidente.

2.2 C7 Contigo

Debido a la escasez de información en el sitio de internet, se acudió a las instalaciones del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV), para hacerles una entrevista a las co-productoras del programa C7 Contigo, Yolanda Valadez y Claudia Fernández.

El Canal 7 depende de las dependencias de gobierno, por esta razón no hay productores sino co-productores y en términos de presupuesto anual a comparación con Once Tv, C7 recibe un presupuesto 10 veces más bajo. Conforme se presente la oportunidad con ese presupuesto, SJRTV compra el equipo, y en este momento no le están dando mucha importancia a la escenografía, ya que la tecnología va avanzando y se busca tener equipo técnico, sobre todo cámaras de alta definición, ya que la señal se cambiará a HD (Y. Valadez, comunicación personal, 3 de diciembre de 2014).

El programa C7 Contigo inicia el 18 de agosto de 2014, con la iniciativa del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y su objetivo es “hacer una extensión de atención de la ciudadanía, para informar tanto temas de salud como temas de seguridad social”¹¹³. Muchas veces C7 pone a un conductor y la dependencia pone otro conductor. Mayra Carrillo ya tiene 10 años trabajando para C7, sobre todo en noticieros y ya la conocen todas las dependencias, por lo tanto es considerada para varios programas y Susana García Soto es otra conductora que eligió el IMSS. Asimismo, en el último bloque del programa Anahy Muñoz Mejía encargada de las Técnicas de atención y orientación al derechohabiente (TAOD) da a conocer en vivo todas las dudas que externaron los televidentes tanto por teléfono como en las redes sociales. En caso del

¹¹³ Claudia, FERNÁNDEZ, comunicación personal, 3 de diciembre de 2014

televidente es algo más específico se le da seguimiento aparte (C. Fernández, comunicación personal, 3 de diciembre de 2014).

En la entrevista se les preguntó a las co-productoras si había algún motivo por el cual las conductoras fueran mujeres. En un principio, comentaron, era indiferente si era hombre o mujer; sin embargo, opinaron que una mujer le da más calidez al programa, suele darle un sentido más amable por el tipo de programa. Este programa se transmite los lunes a las 11:00 am. se estableció así por un acomodo más práctico y porque trataba temas más domésticos. Este programa va dirigido a amas de casa, pensionados y jubilados que normalmente dependen del IMSS. El nombre del programa se decidió en conjunto con el IMSS; la televisora puso el "C7" y la dependencia propuso el "Contigo" pues su fin es el servicio a la ciudadanía (Y. Valadez, C. Fernández, comunicación personal, 3 de diciembre de 2014)

No hay una línea editorial para este programa, no existe la figura del director, en este caso las co-productoras lo dirigen o en su momento los mismos camarógrafos. Existe el departamento de maquillaje y peinado para los conductores antes y durante programa. No existe la figura del director de arte, sin embargo, el staff acomoda la utilería. La escenografía de este programa se colocó con base en la practicidad, ya que ésta se utiliza para más programas que se graban en las mañanas. Existen otros programas que tienen su escenografía permanente pero debido a que no hay bodegas sino algunos cuartos, no se cuenta con mucha escenografía y lo que se tiene se utiliza para varios programas. Ellas aclaran que las escenografías no deben de ser muy pesadas ya que el staff las tiene que acomodar inmediatamente, "se utiliza lo que tenemos"¹¹⁴ comenta la co-productora Yolanda Valadez (Y. Valadez y C. Fernández, comunicación personal, 3 de diciembre de 2014).

Claudia Fernández comenta que las únicas reglas de vestuario son generales para cualquier programa de C7: no se permite ropa blanca o demasiado clara, ni ropa a cuadros o rayas muy finitas, ni estampados diminutos y el vestuario siempre según el tono de piel de la conductora (C. Fernández, comunicación personal, 3 de diciembre de 2014).

¹¹⁴ Yolanda, VALADEZ, comunicación personal, 3 de diciembre de 2014

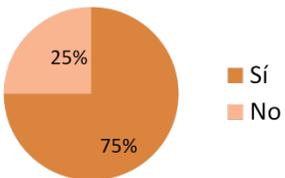
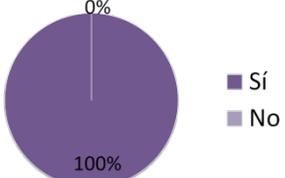
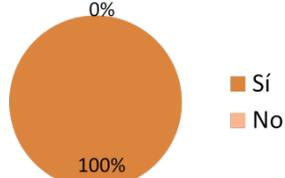
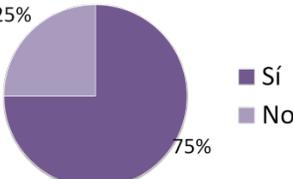
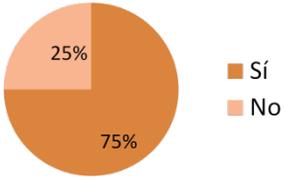
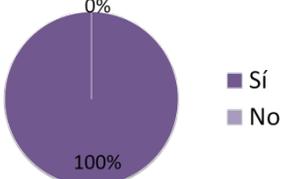
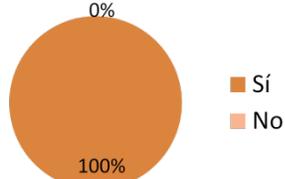
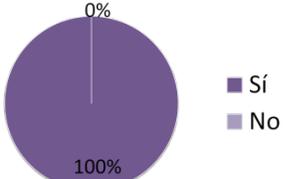
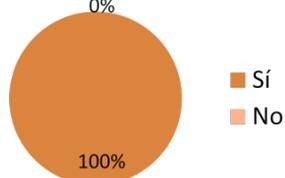
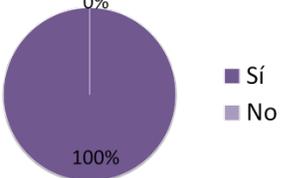
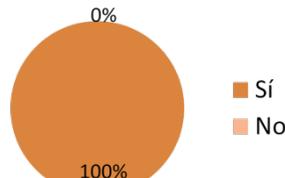
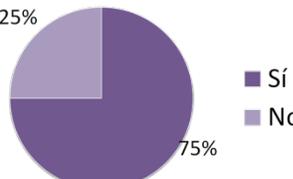
CAPÍTULO III

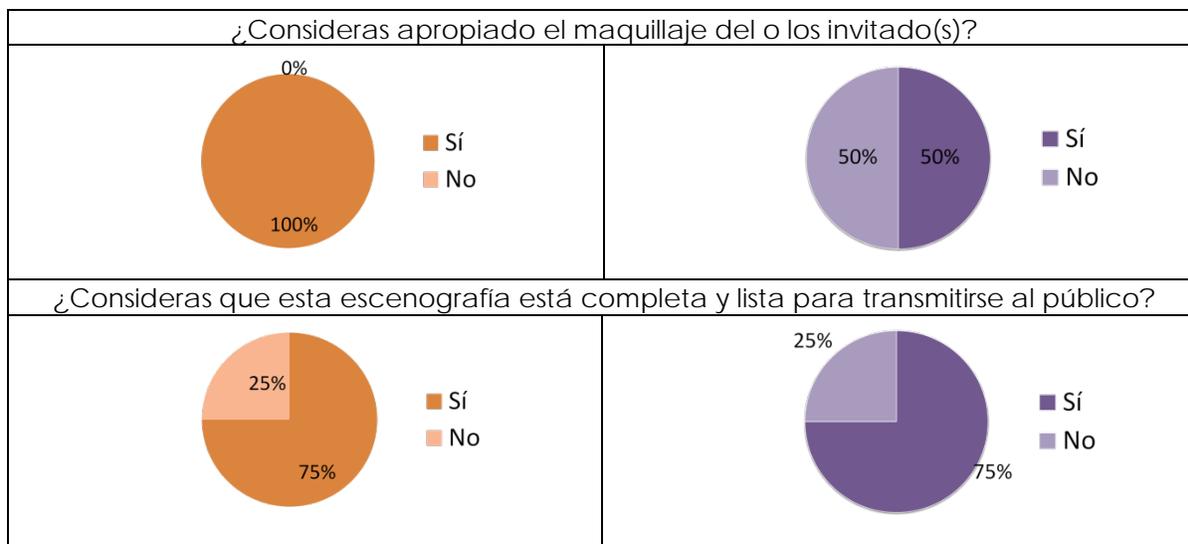
MEDICIÓN

Para fines de esta investigación se sometió a 10 amas de casa a un *focus group* debido a tanto "C7 Contigo" como "Diálogos en confianza" están dirigidos a este tipo de audiencia. En este experimento se expusieron ambos programas y se contestaron una serie de preguntas por cada uno. Primero se presentó un fragmento de "C7 Contigo" (ver anexos: fig. 1). y una vez resuelto el cuestionario, la investigadora procedió con un fragmento de "Diálogos en confianza" (ver anexos: fig 5). Ya que las amas de casa resolvieron la evaluación se procedió a entablar una crítica oral de ambos, para que ellas pudieran explayarse con su opinión y argumentos propositivos. Estas señoras cubrían un rango de edad entre los 50 y los 70 años.

A continuación presentaremos los resultados del cuestionario conforme lo visto en el programa "C7 Contigo" de Canal 7 (SJRTV):

C7 Contigo	Diálogos en confianza
A primera vista ¿te gustó el programa?	
<p>0% 100%</p> <p>■ Sí ■ No</p>	<p>0% 100%</p> <p>■ Sí ■ No</p>
¿Te gustaron los colores que manejaron en la escenografía?	
<p>0% 100%</p> <p>■ Sí ■ No</p>	<p>25% 75%</p> <p>■ Sí ■ No</p>
¿Consideras que el color rojo es apropiado para la escenografía del tipo de programa?	¿El verde, morado, amarillo son apropiados para la escenografía del tipo de programa?
<p>50% 50%</p> <p>■ Sí ■ No</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Verde</p> <p>25% 75%</p> <p>■ Sí ■ No</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Morado</p> <p>50% 50%</p> <p>■ Sí ■ No</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Amarillo</p> <p>25% 75%</p> <p>■ Sí ■ No</p> </div> </div>

¿El estilo de la decoración y los muebles son apropiados para el tipo de programa?	
 <p>75% Sí 25% No</p>	 <p>100% Sí 0% No</p>
¿Consideras apropiado los tonos de vestuario de la(s) conductora(s)?	
 <p>100% Sí 0% No</p>	 <p>75% Sí 25% No</p>
¿Consideras apropiado el estilo de vestuario de la(s) conductora(s)?	
 <p>75% Sí 25% No</p>	 <p>100% Sí 0% No</p>
¿Consideras apropiado el maquillaje de las conductoras?	
 <p>100% Sí 0% No</p>	 <p>100% Sí 0% No</p>
¿Consideras apropiado los tonos de vestuario del o los invitado(s)?	
 <p>100% Sí 0% No</p>	 <p>100% Sí 0% No</p>
¿Consideras apropiado el estilo de vestuario del o los invitado(s)?	
 <p>100% Sí 0% No</p>	 <p>75% Sí 25% No</p>



Una vez implementado el examen escrito, las participantes comentaron acerca del programa "C7 Contigo" (ver anexos: fig. 1). Mencionaron en cuanto a los colores, a la mitad no le agradó el color rojo y a la otra mitad no le importó. Piensan que los colores café y rojo combinan y no cansan, en cambio las que están en contra, comentaron que les gustaría colores más sencillos para darle un toque elegante, no lo consideran como un tono para programas matutinos. Una de las participantes aportó un ejemplo: *"si estás hablando de violencia intrafamiliar no vas a poner el color rojo o negro, porque eso te deprime, tal vez para ese tema es mejor poner unos colores neutrales y el contraste"*. Esta participante tuvo un buen punto ya que el objetivo es plasmar un lugar que agrade a la vista.

En cuanto al ambiente, les parece relajado; se ve limpio, confortable, acomodado. Sin embargo, ellas quisieran que se viera más como en casa; el fondo no les gustó; sugieren que haya alguna pared con decoración, ya que sólo entra la luz de la ventana de un edificio y no se ve como una plática en casa. Los sillones se les hacen apropiados, ya que la conductora y el invitado se ven cómodos y bien sentados pero las mesitas no encajan con el estilo de los muebles. Una de las participantes comenta:

"El lugar está pequeño, es para dos personas,... lo que no me gustó fue la simetría de las mesas, luego tienen algo rojo, algo rojo, algo rojo, sin mesas se hubiera visto mucho mejor, a lo mejor con una simple alfombra y sentados los dos se vería perfecto, con una alfombra vistosa, sin llegar a dañar la vista que no fuera roja, los cojines rojos atrás se ven espantosos, el fondo no creo que vaya ad hoc con la escenografía que tenía, porque

era rojo y luego unas ventanas estilo japonés, como negro con blanco, nada que ve. Pudo haber sido que tuviera un muro y ahí unos cuadros luciría más porque se veía muy de una sala de casa, y la ventana no va, a lo mejor un librero en la parte trasera”.

En este extenso comentario, tocan muchos puntos importantes, se vuelve a comprobar que el color rojo molesta a la vista, y que el estilo de los muebles no concuerda con algunos, el ventanal del fondo también disgustó a varias de las participantes, prefieren usar un escenario que simule algo cerrado con paredes, como si fuera una charla en casa.

En cuanto a la conductora (ver anexos: fig. 1 y 2), opinaron que su vestuario se ve alegre, les agradan los colores, ya que combinan, mencionaron que transmite buena personalidad, su estilo de vestir, les pareció adecuada ya que, usó una blusa floja con *leggings*. La minoría estuvo en desacuerdo con las *leggings* ya que, no son de su agrado. Pasando al tema del maquillaje de la conductora, a todas les gustó, ya que comentaron que era un maquillaje natural y no muy saturado, consideran que se ve propia para el programa.

El vestuario del invitado (ver anexos: fig. 1 y 3) lo consideran muy propio; no les resulta exagerado; es contemporáneo por los colores y las combinaciones. Comentaron que se ve profesional y apropiado al programa. En cuanto al maquillaje, percibieron que no le brilla la cara, por lo tanto les resulta adecuado.

La mayoría de los miembros del grupo considera que se puede lanzar al aire, que la escenografía está lista, sin embargo, la minoría insiste que el color rojo no va con el programa.

Asimismo, la mayoría comentó acerca del aspecto auditivo del programa, comentaban que se les hizo interesante el tema del cáncer, y a pesar que fue sólo un fragmento del programa les interesó, ya que es un tema de salud.

En cuanto al programa “Diálogos en confianza” (ver anexos: fig. 5), a todas les gustó el paisaje que simula el exterior, el color verde y las flores moradas, les gustaron los colores vivos y alegres, el contraste. Sin embargo también dijeron que otros colores también pudieran funcionar y no sólo los del logotipo. Encontramos comentarios como:

"A mí me pareció más moderno, a la vista más alegre, y también cuando tienes más invitados hay más opiniones, me pareció pues... yo sí me fijo en la decoración... siempre creo que ellos realizan cosas para llamar la atención". Sin embargo también nos encontramos con un comentario negativo del programa, "No estoy de acuerdo con ningún color... El programa metió una escenografía de acuerdo al color de su logotipo, el logotipo es amarillo con morado y es lo que puso ahí... amarillo con morado... Esos colores yo los pondría en una guardería, en una clínica de niños, pero no en un programa de televisión".

A pesar de este comentario, en el tema de los colores la mayoría opina que el verde les relaja, el color morado es combinable y llama la atención, aunque se puede utilizar otro color y no necesariamente ese. El tono amarillo les pareció adecuado y además combina. Sin embargo, no hay que descartar que pueda dar la impresión de que este programa se perciba en la categoría infantil. Se debe ser cauteloso al poner colores vivos combinados.

El escenario les resulta confortable, les encantó el fondo, consideran que es un espacio moderno, cómodo y bien iluminado, lo único que no les agradó fueron las televisiones al fondo, *"veo más iluminación, ahí yo creo que las televisiones están de más, no le veo objeto que estén las televisiones, solamente te pasan colores y una leyenda que ni la vi muy bien, pero sí molesta porque estás viendo de repente te pasan la televisión y te distrae un poquito, me gustaría mejor un cuadro, una pintura".*

El vestuario de conductora (ver anexos: fig. 5 y 6) les resulta alegre, jovial, elegante. Comentan que le da un estilo desinhibido, casual, no tan formal, y hace ver a la conductora más jovial, menos seria y a la vez con propiedad. Su maquillaje, tiene un efecto interesante que la hace ver más expresiva y a la vez resulta natural, serio y discreto.

Los invitados (ver anexos: fig. 5, 7, 9 y 12) se ven serios, casuales y algunos formales al vestir, lo que no gustó fue una mujer que iba de negro con rojo (ver anexos: fig. 11 y 12) y no estaba maquillada; *"La de rojo no tiene ni los labios pintados, seguramente llegó tarde y no la maquillaron", "Tienen un estilo de vestir muy propio... el color no es que me agrade mucho pero están vestidos con propiedad".*

Además no les agradó que algunos no tenían corbata (ver anexos: fig. 9 y 10). Excluyendo a la mujer de rojo, los demás sí estaban maquillados: *"su vestimenta en algunos me gustaría como más apropiado para el programa, por ejemplo él (señala a un invitado) me gustaría que tuviera corbata o que tuviera un saco, para mí se ve muy desaliñado, la de rojo (señala a una invitada) tampoco a mí me gustó"*, hubo también comentarios como *"Yo creo que la ropa de las personas no tienen que combinar con tu escenario"*.

En general agradó mucho todo el escenario, por el acomodo y la decoración en cada rincón, la sincronización con los colores y las combinaciones. A excepción de la objeción curiosa que decía que se parecía a una clínica infantil o kínder debido a los tonos vivos que usaban.

Una vez escuchados los comentarios de los programas por separado, se entabló una comparación entre estos. Recalcan el aspecto de la vestimenta de las personas que aparecen en pantalla, les resulta un tema importante ya que, les ha tocado ver mujeres con un atuendo revelador, que no tiene nada que ver con el programa y que transmite un mal mensaje al público: *"Es un plan con maña, por decirlo de alguna manera, de mostrarte algo porque si lo ve un varón le va a llamar la atención", "Es una pena pero ¿tienes que usar el sexo para poder vender?"*. En este aspecto les parecen apropiados ambos programas. A su vez, mencionaron que probablemente este tipo de atuendos provocativos es exclusivo para los hombres que en su opinión este género es más visual y lamentablemente es algo que vende y ellas no lo aprueban, al contrario de las mujeres que a su parecer son más auditivas: *"Los hombres son visuales y nosotras somos auditivas"*.

Mencionaron que el ambiente de "C7 Contigo" es adecuado ya que sólo hay dos personas, la conductora y el invitado, les gusta este concepto: *"A mí se me hizo que estaba bien porque estaba más íntima la plática", "el lugar es apropiado para las dos personas"*. Asimismo, en el programa "Diálogos en confianza" les resultó agradable las múltiples opiniones, *"en el otro también es adecuado porque son varias personas, pero a la vista te agrada, los muebles, hasta los cojines, se ve que está apropiado al programa"*, *"Me gustó más la de este programa, vestía con colores más alegre"*, también agregaron que el escenario era adecuado debido a su

amplitud, algo que te hace sentir a gusto, cada invitado contaba con su café o agua, y en los aspectos negativos hicieron mucho hincapié en la televisión como mencionamos anteriormente, debido su efecto distractor. Una desventaja que le vieron a este programa es que es tan simétrico que se ve "muy cuadrado", no hay algo versátil, sugirieron que el vestuario de los invitados debería ser propia, pero destacando la personalidad de cada uno, ya que, de repente usaban tonos del mismo escenario: *"Están todos muy uniformados, preferiría que esté más natural el asunto, no tan cuadrado"*.

Como se mencionó anteriormente se sostuvo una crítica acerca del vestuario de los invitados en el programa "Diálogos en confianza" por su inconsistencia en el vestuario. Tal cual como el comentario anterior, las personas en pantalla se ven muy "cuadrados" o exactos, lo cual ellas vieron como desventaja del programa, ellas quieren que los invitados tengan su propio estilo y destaquen su personalidad, insistieron en que debe de haber versatilidad en el vestuario de los invitados y conductores, siempre y cuando el atuendo sea propio para un programa matutino.

Volviendo a "C7 Contigo" el ambiente del programa simplemente nunca lo asociaron con el IMSS: *"Si veo este escenario ni me entero que es del IMSS, nada que ver"*. Mencionaron que la iluminación era muy "pobre", opinaron que "Diálogos en confianza tenía mejor iluminación. En cuanto a la decoración, dijeron que "C7 Contigo" tenía un decorado muy "austero" a comparación con "Diálogos en confianza" que consideran, tiene una decoración "completa": *"Más austero y el escenario en la parte de atrás me pareció muy pobre, la vista relajada, el otro programa se veía más alegre", "aquel estaba muy austero y este tiene la decoración más completa"*.

Criticando a las conductoras, ellas dieron a conocer lo que buscan *"que sea convincente o congruente"*, les gusta más la personalidad de la conductora de "Diálogos en confianza" tiene mucha presencia, por su vestuario, ella conduce bastante bien el programa, se hizo notar que ella es la conductora: *"Esta conductora esta vestida apropiada al programa y la otra conductora se me hace más discreta, muy sencilla, demasiado sencilla", "Y aquí si la señora puso las cartas sobre la mesa desde que empezó, se hizo notar que ella era la conductora", "Yo escuchaba a la*

conductora de rosa". Buscan a una persona propia, que refleje confianza y credibilidad, para poderla escuchar.

En cambio, "C7 Contigo" cuenta con una conductora más sencilla, aburrida, nada amena, nada agradable, no se le ve un carácter: *"La conductora del otro programa, no tiene carácter, no impone a la hora de hacer las preguntas, no se ve la diferencia entre quién es el conductor y quién es el que está entrevistando, porque ella no impone, y muchas veces se notan como puntos, la que está hablando y el que está dando la opinión acerca de la pregunta que la está haciendo"* en palabras de ellas.

Cuando se les preguntó a los miembros del grupo qué les gustó de cada programa, comentaron que en el programa de C7 fue el invitado quien les sorprendió, ya que las invita a escucharlo: *"El traje del señor se veía más jovial"*. Y en el programa de Once TV lo que más les agrada es la escenografía: *"Del segundo la escenografía y del primero el vestuario del señor, del doctor, se va más jovial, el doctor sí estaba bien aliñado"*.

Todas insistían en que si lo que están escuchando les interesa, dejan la escenografía y lo visual queda en segundo plano, hubo una señora que dejó este punto muy claro: *"Yo cuando veo un programa siempre me fijo cómo se llama el programa y luego de qué están hablando, si me interesa, yo ya no veo lo demás... o sea sí lo veo... pero lo hago a un lado, porque si me está interesando lo que me están diciendo, le pongo más atención, a lo que están diciendo, que a veces digo... ay me gustaría que tuviera así y me gustaría que pusieran blanco, que esto y el otro, pero si me interesa el programa, pues ya es como secundario la escenografía, pero sí es importante"*.

Una de las señoras la interrumpió y le comentó *"sí es importante, por ejemplo hay un programa que se llama videoclip y están hablando de un tema interesante de bandas de rock, pero no lo veo por los videoclips que están pasando al fondo"*. Cuando ponen imágenes reveladoras o videos reveladores al fondo, le cambian de canal y no les agrada.

También si el programa tiene la música más alta que la voz de la conductora o conductor también le cambian porque no le entienden, les cansa mucho: *"Hay ocasiones en las que estoy viendo un programa y la*

música la ponen muy alta, y no oigo nada". Asimismo, les gustaría que los programas atiendan las inquietudes del público, es decir, ellas quieren ser escuchadas también y que les resuelvan dudas y que esa inquietud se resuelva en el transcurso del programa para que otras personas que tengan la misma duda lo escuchen: *"Me gustaría también que los conductores estudien el tema que se va a tratar para cuando le surja una duda que pudiera tener el público poder decírsela al invitado", "También estaría padre que hubiera una página para poder escribirles mis dudas"*.

Esto último corresponde al aspecto auditivo, un aspecto que esta parte investigadora debe de tomar en cuenta y admitir que lo visual, es algo secundario para este tipo de público, que al parecer resulta más auditivo. Es evidente, que para una mujer de este rango de edad, les resulta inapropiado ver a personas e imágenes reveladoras en pantalla, reflejando lo atractiva y sensual de la figura femenina, a ellas les parece denigrante. También les interesa que las conductoras o conductores, transmitan confianza y lleven las riendas del programa. A todo esto, los programas que esta investigadora está analizando son de contenido. Es decir, en este tipo de programa, en específico el público se interesa más por lo que se dice, una charla que el espectador pretende entender, una charla interesante, no es el hecho de que una mujer es más auditiva sino que este tipo de programa lo amerita.

A su vez, les agrada que los invitados reflejen su personalidad a través del vestuario, siempre y cuando éste sea propio de un programa matutino. Les encantó el fondo de "Diálogos en confianza", las flores, las plantas y sobre todo el tono en color verde que las relaja. Se deben evitar las televisiones ya que distraen de la plática. En cuanto a los muebles y la utilería deben de ser de un mismo estilo, los muebles deben de verse cómodos como en casa. A ellas les gusta un ambiente de hogar y sobre todo les gusta ser escuchadas y que las informen acerca de sus inquietudes.

Es necesario mejorar los aspectos en la conducción ya que, se está refiriendo a programas de contenido, se necesita de personalidad, carácter y propiedad, así como pulir el contenido. Así las mejoras en el diseño de producción harán lucir el aspecto de conducción y contenido. El aspecto de alguien o algo engrandece una idea o la minimiza, el aspecto debe de soportar la idea, para que lo visual tenga coherencia con lo auditivo.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS

Una vez expuestos los conceptos principales en términos de la percepción y el arte en la televisión, los antecedentes de los programas a analizar y la opinión y crítica constructiva del público al que se dirigen, esta parte investigadora procede a exponer un análisis de ambos programas (ver anexos: fig. 1 y 5).

4.1 La percepción de una muestra del público

En el primer capítulo se expuso que el televidente hace uso de su percepción, por medio del sentido de la vista, el ojo capta el movimiento, la luminosidad y aprehende. De acuerdo a estos conceptos, se puede concretar que el televidente necesita de una buena iluminación, un movimiento adecuado en cuanto a la comunicación visual de los conductores.

En cuanto al tema de la iluminación, a esta muestra del público le gustó más es escenario de Diálogos en confianza. Había luz en cada rincón, lo único que les estorbó fue la luz de la televisión al fondo del escenario; resultaba molesto para las televidentes. Algo que se encontraba al fondo y descansó su vista fueron los tonos verdes iluminados que se veían a través de las ventanas, al igual que las flores. Por otro lado, en C7 Contigo, el exceso de luz de los ventanales del fondo resultaba molesto, todas coincidieron que es necesario que el ambiente debe estar como en un hogar entre paredes y que la iluminación, por deducción, tendría que estar en los conductores y utilería del escenario.

Asimismo, el televidente necesita un orden en los elementos para una mejor percepción, una coherencia, y al mismo tiempo una estructura con ángulos y líneas para la captación de cada detalle. La utilería de C7 Contigo no tenía coherencia, ni un orden; las mesas, la alfombra y el biombo no eran del mismo estilo. El acomodo de los elementos era desordenado, y a la vez era pobre; no había líneas en el fondo que marcaran la estructura. Es lo contrario a Diálogos en confianza, ya que los televidentes coinciden en que tiene un escenario de un estilo contemporáneo, completo y ordenado, las líneas y nichos conservan una

estructura organizada, en cuanto al tipo de programa, es decir, el interior de un hogar, una especie de sala donde se puede conversar un tema abierto, la estructura de una habitación con un mismo estilo, dos muebles, paredes con sus debidos adornos.

No sólo se debe de hablar del orden a partir de los objetos, sino de transmitir un orden en la realidad. Se menciona en el primer capítulo que los televidentes no recuerdan la técnica, sin embargo, los objetos agradables a la vista sí. Entre los objetos favoritos que recordaron los televidentes, fueron los jardines de fondo junto con los tonos verdes y el vestuario y maquillaje de la conductora del programa de Diálogos en confianza. En cambio en C7 Contigo lo que les agradó fueron los muebles donde se encontraban sentados, se veían cómodos, pero sobre todo el vestuario moderno del invitado.

La percepción también depende de la cultura, clase social, entre otras características del televidente, el reencuentro de una experiencia visual. Por ejemplo ambos programas van dirigidos a amas de casa, juntando los elementos a su ambiente en ambos programas se pueden salvar los elementos como: las plantas, el ambiente hogareño, con muebles, mesas y adornos, las flores, el lucir siempre bellas en cuanto a ropa y maquillaje contemporáneos.

Son importantes los detalles y cada uno de los objetos del set, ya que en conjunto deben transmitir esa experiencia con la que se quiere identificar el televidente, lo que una ama de casa desearía, el hogar de sus sueños, la tranquilidad de sentarse cómodamente en la sala, hablar de temas polémicos, tal como se expresaron y compartieron sus ideas acerca del tema de las edecanes o conductoras con prendas provocativas en el *focus group*, en un ambiente cálido, relajado, cómodo y así mismo sentir la presencia de la naturaleza dentro de su casa, con su mejor atuendo y maquillaje contemporáneos.

4.2 Elementos plásticos y su significado

En esta sección se desglosará lo que aparece a cuadro, el escenario en general, sus líneas, figuras, colores y su significado, para una probable interpretación de cada uno de los programas y si este lenguaje "plástico" transmite la esencia de estos.

a. C7 Contigo

En primer lugar, se analizará el lenguaje de líneas en C7 Contigo, se observa que cuenta con líneas horizontales, verticales y quebradas, inclinadas, ángulos y triángulos o picos en alguna zona. Las líneas verticales son las que predominan debido a los ventanales del fondo, y los biombos a ambos lados. Según el primer apartado de esta investigación este tipo de trazos reflejan un sentido subjetivo de ascender, tiende a lo espiritual o a dar importancia a algo o alguien, por otro lado tiene algunas líneas horizontales como los bordes de la mesa visto de frente y el biombo del lado derecho, lo horizontal da calma y tranquilidad, sin embargo, existen pocas líneas de este tipo dentro del cuadro general. Por otro lado, en el biombo del lado izquierdo hay líneas quebradas, que transmiten desorden e informalidad, debido a estas líneas existen picos, los cuales son algo desequilibrados y agresivos. Este último adjetivo también se le atribuye a las líneas inclinadas.

Asimismo, analizaremos los colores de dicho programa. Podemos observar que principalmente el fondo se ve blanco debido a los ventanales. Este color determina lo positivo, la luz, la bondad, lo espiritual. En segundo lugar, tenemos al café, que a pesar de no abarcar tanto como el blanco, al ser un tono más oscuro resalta. Este refleja un sentido de seriedad, sobriedad y conservador. En tercer lugar tenemos al rojo, un tono controversial ya que puede simbolizar los extremos, el amor y el odio, la realeza, el consumismo, la violencia. Por último, el negro es aquel que se encuentra en los biombos, uno con líneas horizontales y verticales, formando cuadros y otra con líneas quebradas, inclinadas y picos, lo cual resulta algo contradictorio. En fin, el tono oscuro refleja poder, violencia y muerte; también puede darle un sentido de elegancia; es un color que al mismo tiempo algo de frialdad.

Analizando este mismo programa con las figuras geométricas, los que se encuentran presentes son el cuadrado y el triángulo. Por un lado el cuadrado transmite formalidad y balance, algo estable, terrenal, firme, estático, inmóvil, esta forma se nota en las ventanas, las mesas, los cojines, los muebles, el biombo a la derecha. En cambio, en el biombo a la izquierda nos encontramos con una característica de la figura del triángulo, los picos, los trapecios, los rombos irregulares, que transmiten como ya mencionamos desorden y agresividad.

Entonces, tomando en cuenta los elementos de C7 Contigo en los tres párrafos anteriores, se puede denotar que tiene una estructura y elementos plásticos incoherentes. Si se divide el escenario en dos y hablamos del punto focal que son los biombos, del lado izquierdo, es decir el lado de la conductora, tenemos el área del desorden y la agresividad; y a la derecha, el lado del invitado, se percibe un terreno estable. El color rojo se encuentra en elementos mínimos. Sin embargo, es el tono que más resalta en la paleta de colores. Al centro de ambos protagonistas se encuentra un adorno color rojo, y tanto la conductora como el invitado tienen un cojín rojo, reflejando que el centro y la determinación del programa giran alrededor de algo extremo: amor, odio, violencia entre otros conceptos. Lo contradictorio está en los ventanales del fondo, que refleja lo vertical, lo espiritual, lo puro, lo trascendental. Las mismas plantas, además de contar con hojas sumamente delgadas son quemadas por la luz de las ventanas, lo cual no le agrega el sentido de vitalidad que necesita el programa. Estas plantas reflejan un verde oscuro, el cual tiene una connotación negativa ya que este tono se relaciona con el moho, el veneno, la decadencia, la envidia y los celos.

En el segundo apartado de esta investigación, se expusieron los antecedentes de C7 Contigo, es un programa del IMSS. Debido a la comunicación visual y los elementos plásticos, no existe nada que nos remita a salud y bienestar, sólo a amor, elegancia y cuestiones del espíritu. Lo mínimo en pantalla, es lo estable, terrenal y vital, esto último refiere a la figura del cuadrado, la línea horizontal y las plantas. Lamentablemente, estas, como ya se mencionó, se queman por la luz de las ventanas y están ocultas o detrás de los muebles. Lo atinado fue el color café en los muebles ya que le da seriedad al escenario.

b. Diálogos en confianza

Este programa de Once Tv, cuenta en su mayoría con una estructura horizontal, figuras cuadradas y por lo tanto líneas rectas, en su minoría cuenta con círculos y líneas verticales. En conjunto transmite la estabilidad y lo terrenal, combinados con elementos de unión, continuidad y aspiración. Estas tres últimas se atribuyen a que en su mínima expresión y de una forma sutil existen elementos verticales y circulares.

Yendo al tema de los colores, en su mayoría está la tonalidad blanca, un tono que hace alusión a lo espiritual, la luz, lo puro, la paz. Sin embargo los

tonos que más resaltan y brillan a cuadro son el amarillo y el morado. Por un lado, el color amarillo, además de ser un tono cálido, se refiere al optimismo, la diversión, el entretenimiento, riqueza e inteligencia; mientras que el color violeta le da un sentido de poder femenino, y se remonta a la actualidad y la innovación. Los colores que vienen a complementar este escenario son el marrón, que se encuentra en el suelo y el verde de las plantas, el rosa de las flores y las paredes y el gris. Estos tonos- a excepción del verde- son mezclas subordinadas. El tono marrón en el suelo que simula la madera, hace referencia a la tierra, la naturaleza, lo natural ya que si se mira hacia las paredes notamos los tonos verdes y rosas, de las flores. El verde es un color que refleja la paz y la tranquilidad, por su relación con la naturaleza, la fertilidad, la esperanza; además de las plantas en las paredes hay dos pinturas de plantas. El rosa hace referencia a lo femenino, la amabilidad y la felicidad, mientras que el gris representa la sabiduría. Este tono se encuentra en las paredes y en la alfombra al centro de la sala.

Al mismo tiempo, a cuadro se presentan estampados y texturas, es decir, madera, papel tapiz a cuadros, pliegues en las cortinas, bordes y marcos de las ventanas, metal, muro decorativo con rectángulos verticales. En fin, estos elementos le dan más vida y tridimensionalidad a cuadro, así como el recurrir a tonos como el morado y amarillo que también hacen destacar algunas zonas en pantalla.

Analizando el conjunto de significados, este programa, en primer lugar, resalta su esencia, que es el poder femenino en la actualidad, desde un punto de vista inteligente y optimista, enfocándose en temas terrenales, la vida, la fertilidad y la sabiduría, este último enfocándose en los invitados expertos en el tópico a tratar en el programa. Además, las texturas y estampados le agregan tridimensionalidad al escenario, volviéndolo más atractivo para la audiencia. Lo único fuera de lugar es el vestuario rojo de una de las expertas, que como ya se había mencionado, este tono es explosivo, controversial, que puede significar amor o violencia. Probablemente este tono pudiera adecuarse al escenario debido al contenido. Sin embargo, en el *focus group* la audiencia determinó que le molestaba el tono, afectaba la paleta de colores. Es decir, rompía el esquema y la estructura que formaban el violeta y el amarillo, ya que de no ser porque el lugar donde se sentaba la conductora estaba exclusivamente iluminado, hubiera resaltado el lugar donde se encontraba la invitada. Resulta un alivio que debido a la iluminación se pueden

intensificar aún más estos colores brillantes, como lo son el rosa que formaba parte del vestuario de la conductora, el morado de su *pashmina* y el amarillo de los cojines del sillón, dando y reflejando en pantalla la prioridad absoluta a la persona que lleva el control del programa. A esta persona no se le había aplicado el maquillaje, lo cual desagradó a la audiencia femenina del *focus group*, donde en un punto se comentó que por lo menos le hubieran pintado los labios.

Remitiéndonos a los antecedentes de la transmisión de Once Tv, el objetivo principal eran establecer un diálogo con el público para informar y conocer las diversas opiniones, proporcionando experiencias en la vida cotidiana, relaciones familiares y sociales, así como la salud y a sexualidad. Comparando los significados de los elementos plásticos del programa, con los objetivos en su línea editorial, resulta coherente el escenario con lo que se quiere transmitir en Diálogos en Confianza. Los únicos elementos que estorbarían en pantalla serían las televisiones como ya se había comentado, el vestuario en color rojo y la falta de maquillaje en uno de los invitados.

CONCLUSIONES Y PROPUESTA

A lo largo de esta investigación se presentan conocimientos básicos acerca de la labor de un director de arte, la percepción y los elementos plásticos. Desde luego, se evaluaron dos programas con un objetivo similar y se expusieron los antecedentes. Se midió el criterio de una muestra del público y se hizo una comparación junto con un análisis entre ambos.

Debido a que el programa C7 Contigo fue el más incoherente de acuerdo con sus objetivos en comparación con lo que se ve en pantalla, se hizo una propuesta más amigable a la audiencia según la medición y el análisis (ver anexos: fig. 14). Se necesita de una coherencia, una buena imagen para que el público pueda aprehender con facilidad la esencia del programa y a pesar de que este tipo de transmisiones son de contenido, se debe de crear un ambiente atractivo para que el espectador esté cómodo con lo que ve. Lo que se oye debe de estar relacionado con lo que se ve para una mayor percepción.

Se combinaron algunos elementos que acertaron en Once Tv, así como aciertos de C7 Contigo, para crear una nueva propuesta de este último.

En primer lugar, se notó que en C7 Contigo, la mayoría de las líneas son verticales, lo cual perjudicaba los objetivos esenciales de éste. Es por eso que se optó por agregar líneas horizontales y eliminar algunas de las verticales. Se recurre a las líneas rectas y a los cuadrados, ya que los temas que se discuten son terrenales, aterrizados, esta figura transmite formalidad y balance, lo cual da una sensación de alivio y tranquilidad. Como resultado se ocultan los ventanales con dos muros falsos en tonos cálidos y claros.

Un elemento primordial en la propuesta de esta investigadora es un mueble largo y curvado, en forma de búmeran, ya que si se escogía un mueble de ángulo recto se notaría un pico pronunciado al centro, el cual no funciona para el programa. Se quiso poner ese mueble ya que da la sensación de que el diálogo se vuelve más íntimo. Se escogió el tono café ya que, como se mencionó en el capítulo de análisis, es un tono que transmite seriedad, sobriedad y le da un toque conservador. La muestra del público también comentaba que pudiera ser más acogedor el escenario, así que se le colocó una alfombra color naranja, un tono que le da calidez y amenidad. Se le agregaron cojines cuadrados, unos con

tonos claros como beige y otros con tonos verdes, también se incluyeron rayados con el fin de que las rayas queden de forma horizontal y otro en forma de flor color café este es un poco más redondo, sin embargo el círculo transmite unidad, la flor, remite a lo femenino y además es en un color café mucho más claro que el mueble.

Asimismo se juega con los elementos en tonos verdes que recuerdan a la naturaleza y a la tierra. En una pared se coloca una pintura en tonos verdes con textura de hojas, a un costado del mueble está una planta conocida como *palo de Brasil*, colocada en una maceta cuadrada hecha de bambú. Del otro lado del mueble, se colocó un florero de cristal con tulipanes con tonos, rosados por el público femenino, naranjas para darle más calidez, amarillo para la amenidad y un poco de rojo para los temas polémicos, como centro de mesa hay un arreglo con manzanas y velas verdes, para la serenidad. Este arreglo es bajo para evitar el ocultar a los protagonistas. El florero de tulipanes y el centro de mesa están colocados sobre mesas en color café, por supuesto la del costado es pequeña mientras que la de centro es un poco más grande y baja para no obstruir la vista al momento en que la conductora y el invitado se encuentren sentados.

Debido a que se tocan temas de salud, es necesario poner un elemento muy importante: el agua, el cual se relaciona con la vitalidad. Si bien varias de las participantes en nuestro ejercicio de medición comentaron y estuvieron de acuerdo en que si se tocan temas delicados y de salud, no se puede poner un escenario por exponer de alguna manera, con una apariencia de hospital, ya que no es un ambiente del todo cómodo para las personas, sería mejor un lugar acogedor, donde se pueda tener una plática íntima en la cual, no se recuerden los problemas de salud, sino que se pueda conversar de forma tranquila y planteando soluciones aterrizadas. Es por eso que se recurre al elemento del agua; existe un florero de cristal con tulipanes, donde se puede apreciar el agua que alimenta a las plantas, en la propuesta de esta investigación se coloca también una jarra de vidrio con agua, al igual que dos vasos de vidrio.

Detrás del invitado habrá una pared beige con cuadros en color blanco con marialuisa blanca y en ellos fotos en escala de grises, ya que se había expuesto en la investigación que el tono gris se relaciona con la inteligencia. En cada una de las imágenes se refleja al centro el símbolo

del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), y a su alrededor se plasman fotografías que cuentan sus logros, la ayuda que brinda al ciudadano, algunas de sus sucursales, entre otros momentos positivos y de alivio, ya que el blanco transmite paz, y el gris es conocimiento por lo tanto cuando la cámara se enfoque en el invitado, verá detrás las fotografías y sabrá de qué se está hablando. Un elemento en opinión de esta parte investigadora discreto, que introduce de una forma menos agresiva las soluciones y el servicio al ciudadano.

Para darle un toque más profesional y de conocimiento sin necesidad de poner un gran librero, se agregaron unos libros antiguos en la parte debajo de la mesa de centro, ya que los temas a discutir y la información que se trasmite en dicho programa requiere de conocimiento y veracidad en los temas de salud.

La iluminación debe de estar de forma triangular de manera que ambas paredes se iluminen y el centro, se debe de poner una pequeña iluminación cenital en los cuadros y la pintura.

En cuanto al vestuario, se deben de tener varias corbatas con tonos rosados, naranjas, azul marino, verdes grises y amarillas. Se prohíbe el vestuario en tonos rojos, ya que resalta una personalidad agresiva. Asimismo se deben de tener sacos rosa mexicano, naranja, verde, azul marino y beige, al igual que camisas blancas. Se ha visto que las *pashminas* resaltan el rostro de la conductora, así que es mejor tener a la mano varias con estampados (como flores) en tonos derivados del color del saco. Los hombres deberán de tener de preferencia corbata y zapato de vestir y las mujeres deben de vestir formales y alegres.

Todos y cada uno de los integrantes deben de estar maquillados, tanto hombres como mujeres; estas últimas de una forma casual y sutil, de manera que resalte su belleza natural. Todos deben de estar bien peinados, sin llegar a lo extravagante.

Para concluir, esta propuesta se remite a elementos que reflejan la naturaleza, serenidad, vitalidad, calidez, intimidad, paz, conocimiento y elementos femeninos. La muestra del público sugirió algo acogedor, expresó la armonía que sentían al ver las plantas, decían que el mueble debía de verse cómodo e insistían en un ambiente moderno, de colores vivos pero sobre todo hogareños. Por supuesto, no se consideró ningún

televisor en el escenario y todo integrante que se encuentre en pantalla debe de estar presentable, peinado y maquillado. Se elimina el exceso de tonos rojos, así como en el vestuario tanto del invitado como de la conductora. Se necesita de una coherencia con lo auditivo, así que de acuerdo con el significado que reflejan los elementos visuales en pantalla ahora todo se encuentra en sintonía para una mejor percepción.

BIBLIOGRAFÍA

AUMONT, Jacques, *La Imagen* (1992) Editorial. Paidós: Barcelona, España

MEDELLÍN V., Fabio E. *Cómo hacer televisión, cine y video* (2005) Editorial Paulinas: Bogotá, Colombia.

ESTRADA GARCÍA, Jaime, MORENO, Ángeles y ZAVALA, Héctor, *Dirección Artística* (2005) CUEC, UNAM: México

TAULER, Arnoldo, *Dirección Artística de Cine y Televisión* (2010) Editorial Xlibris: Estados Unidos de América.

CHIARINI, Luigi, *El cine en el problema del arte* (1956) Ediciones Losange: Buenos Aires

POLONIATO, Alicia, *Cine y Comunicación* (1980) Ed. Trillas: México

CABEZÓN, Luis A. y GÓMEZ-URDÁ, Félix G., *La producción cinematográfica* (1999) Ed. Catedra: Madrid

BORDWELL, David y THOMPSON, Kristin, *El arte cinematográfico* (1995) Ed. Paidós: Barcelona

ZAVALA, Héctor, *El diseño en el cine proyectos de dirección artística* (2008) Centro Universitario de Estudios Cinematográficos: México

ORTÍZ, GEORGIA *Forma, color y significados* (2008) Ed. Trillas: México

HELLER, Eva "Psicología del color" (2008) Ed. Gustavo Gili, SL: España

Manual Organizacional del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV)

HERNÁNDEZ, Sergio *El diseño de producción y la dirección de arte* (2006) Temario para el CIEVYC: Argentina

CONSULTAS WEB

Página Oficial de Once TV:

http://www.oncetv-ipn.net/linea_editorial.htm

<http://www.oncetv-ipn.net/dialogos/>

http://www.oncetv-ipn.net/nuevospasos/a_conductor.php

Página de El Universal:

<http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/31052.html>

Página Oficial del Dr. Ernesto Lammoglia:

<http://lammoglia.mx>

Página Oficial del Cristina Jáuregui:

<http://www.cristinajauregui.com>

Página Oficial del Marisa Escribano:

<http://www.marisaescribano.com>

Página Oficial del Fernanda Tapia:

<http://www.fernandatapia.com>

ANEXOS

C7 Contigo



Fig. 1: C7 Contigo (19/01/2015), plano general



Fig. 2: C7 Contigo (19/01/15), plano de busto, conductora



Fig. 3: C7 Contigo (19/01/2015), plano de busto invitado



Fig. 4: C7 Contigo (19/01/2015), plano medio, seguimiento de redes.

Diálogos en confianza



Fig. 5: Diálogos en confianza (23/01 2014), plano general.



Fig. 6: Diálogos en confianza (23/01 2014), plano medio, conductora.



Fig. 7: Diálogos en confianza (23/01 2014), plano de busto, invitado 1.



Fig. 9: Diálogos en confianza (23/01 2014), plano de busto, invitado 3.



Fig. 10: Diálogos en confianza (23/01 2014), plano americano, invitado 2 y 3.



Fig. 11: Diálogos en confianza (23/01 2014), plano medio, invitado 4.



Fig. 12: Diálogos en confianza (23/01 2014), plano medio, invitado 4.



Fig. 13: Diálogos en confianza (23/01 2014), plano americano, seguimiento de redes.

Propuesta



Fig. 14: Propuesta.