

Arq. Francisco Haroldo Alfaro Salazar

Director de la División de Ciencias y Artes para el Diseño

UAM Xochimilco

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

Alumna: Jessica Janeth Vázquez Gómez

Matrícula: 2152036570

Licenciatura: Diseño de la comunicación gráfica

División: Ciencias y Artes para el Diseño

Teléfono: 5526330034

Cel.: 5632661168

Correo electrónico: art_jess15@hotmail.com

Proyecto: Estrategias de producción audiovisual en medios digitales para la comunicación educativa, cultural e informacional de la División de C.S.H. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.

Clave: XCAD000078

Responsable del Proyecto: Mtro. Jesús Alberto Rosado Briceño

Asesor Interno: Mtro. Felipe Maya Bernal

Periodo: 08 de febrero del 2023 al 08 de febrero del 2024

Lugar: Calz. del Hueso 1100, Coapa, Villa Quietud, Coyoacán, 04960 Ciudad de México, CDMX.

➤ **INTRODUCCIÓN**

Descripción del proyecto:

Serie inicial de 13 capítulos llamado “SENDA URBANA”, tipo Panel de Opinión, que busca abrir un espacio para la difusión-divulgación de contenidos relacionados con la actividad de investigación y/o docente de los académicos de la División de Ciencias y Artes para el Diseño, de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.

Tema general: La ciudad y la actualidad científica al respecto

La ciudad es un espacio dinámico que cambia a través del tiempo y que nos obliga a abordarlo desde lo multidisciplinario y pluridisciplinario. Dentro de la ciudad convergen distintos actores económicos, políticos y sociales que van configurando el territorio a diferentes escalas. Esta configuración evidencia las desigualdades socioeconómicas representadas en el territorio.

Por ello consideramos el fundamento del Derecho a la ciudad, el cual posibilite el acceso equitativo a diferentes bienes, servicios, infraestructuras y espacios dentro de la ciudad.

➤ **OBJETIVOS GENERALES**

- Difundir temáticas diversas de los campos fundamentales del diseño, de la planeación territorial y urbanas.
- Tener una incidencia social, cultural y política en la comunidad universitaria y en la sociedad en general sobre el derecho a la ciudad.
- Divulgar los conocimientos teóricos y prácticos de la comunidad de CYAD de la UAM Xochimilco, a nivel urbano.
- Constituir una plataforma para el encuentro intelectual, de campo y crítico de lo que acontece en las ciudades de México y el mundo.

➤ **ACTIVIDADES REALIZADAS**

Realicé un Brief junto con los profesores encargados del proyecto para poder obtener un panorama concreto de las necesidades visuales que requerían para

plantear los objetivos del área de diseño. Y posteriormente planteé las propuestas creativas con justificaciones del diseño.

BRIEF

1. Descripción del proyecto

2. Alcance del proyecto

- Creación de identidad visual (logo, tipografía, paleta de colores)

Para la creación de identidad visual se tomó en cuenta la propuesta creativa de la escenografía que ya tenían, representar la identidad de la UAM Xochimilco, tanto en formas y colores, el público objetivo y la competencia.

LOGO: Para la creación del logo se hace la petición de usar las letras "S" y "U" del nombre del programa "Senda urbana", así como de tipografía sin serifas ni ornamentos. Entregables en Formato: PNG. Utilizado únicamente en plataformas digitales, para edición de videos y en plecas.

- Plecas/supers

Se hace la petición de llevar únicamente el logo de senda urbana. Medidas: 1920 x 1080 px 16:9 Full HD.

- Cortinillas

4 cortinillas, una de entrada al programa, otra para los créditos, y dos más de entrada y salida a comerciales. Medidas: 1920 x 1080 px 16:9 Full HD.

- Posteo para redes sociales

Posteo casting de voz en facebook, para programas en off.

- Semblanzas

Fotografías de los participantes con tipografía legible a distancia para tv.


3. Audiencia o público objetivo

SENDA URBANA, es un proyecto que será difundido a través del **canal 21 de TV abierta**, por lo que presenté un análisis de la audiencia.

XHCDM-TDT es una estación de televisión pública mexicana, operada por el Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México con instalaciones transmisoras en el Cerro del Chiquihuite que brinda cobertura en toda la Ciudad de México.

La estación transmite las señales de: Capital 21 del Gobierno de la Ciudad de México en el canal virtual 21.1; y por el canal virtual 21.2, Ciudad Tv - 21.2 El Canal del Congreso de la Ciudad de México.

Capital 21 se consolida como una televisión comunitaria, con programas al servicio de las audiencias, fundados en la libertad de expresión, el libre acceso a la cultura y en la ciudadanía como motor de la transformación; así lo reflejan las cifras de alcance en televisión y redes sociales.

XHCDM-TDT	
Nombre público	Capital 21/21.1 HD TV Ciudad Tv - 21.2 El Canal del Congreso de la Ciudad de México
Eslogan	<i>Corazón de la Capital</i>
Tipo de canal	TDT
Propietario	Gobierno de la Ciudad de México
País	 México
Inicio de transmisiones	24 de junio de 2010
Indicativo de señal	XHCDM-TDT
Significado del indicativo de señal	XH Ciudad De México
Personas clave	Marcela Gómez Zalce
Formato de imagen	21.1: 1080i HDTV 21.2: 480i SDTV
Área de transmisión	Ciudad de México y Área Metropolitana
Ubicación	Ciudad de México
Sitio web	Capital 21
[editar datos en Wikidata]	

Canal de transmisión	Canal virtual	Resolución	Relación de aspecto	Nombre PSIP	Programación
21	21.1	1080i	16:9	XHCDMHD	Capital 21
	21.2	480i	16:9	XHCDMSD	Ciudad Tv

En 2021, el medio público de la Ciudad de México alcanzó un promedio mensual de 7.2 millones de espectadores a través de la señal del canal de televisión abierta 21.1, logrando así un incrementó de un 80 por ciento de audiencia, en contraste con los 4 millones que logró en 2020.

Asimismo, el promedio mensual del alcance en redes sociales oficiales de Capital 21 fue de 7 millones de usuarios, lo que representó un incremento del 90 por ciento en tan solo un año, en tanto que en 2020 fue de 3.7 millones.

Durante ese mismo año, el mes de marzo representó un parteaguas para Capital 21, pues en él se estableció un récord histórico: durante el Festival “Tiempo de Mujeres”, organizado por la secretaría de Cultura y de las Mujeres del Gobierno de la Ciudad de México, se logró un alcance de 8.5 millones de personas por la señal de televisión abierta y 9.3 millones en redes sociales.

Consumo de televisión abierta

Horario en el que regularmente ven la televisión abierta

Base: 6,389 personas que ven canales de televisión abierta

Lunes a viernes

Promedio: 1.3 respuestas por persona*

26%



Mañana
(06:00 – 12:00)

48%



Tarde
(12:00 – 18:00)

54%



Noche
(18:00 – 00:00)

2%



Madrugada
(00:00 – 06:00)

1%



No veo

24%

Sábado a domingo

Promedio: 1.3 respuestas por persona*

46%

39%

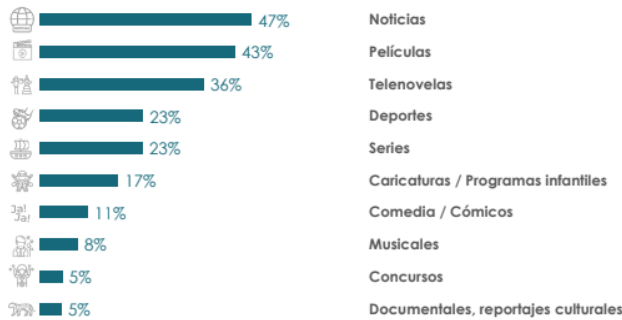
3%

15%

Consumo de televisión abierta

Tipo de programas más vistos en televisión abierta**

Base: 6,389 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio: 2.3 respuestas por persona*



Consumo de televisión abierta

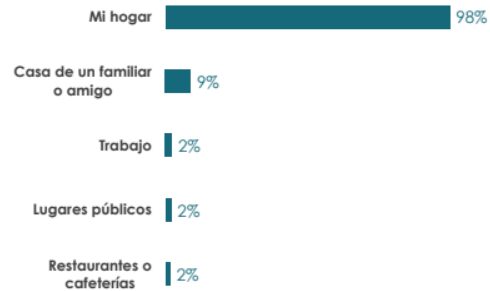
¿Con quién ven la televisión abierta?

Base: 6,389 personas que ven canales de televisión abierta



Lugares donde ven televisión abierta**

Base: 6,389 personas que ven canales de televisión abierta
Promedio: 1.1 respuestas por persona*



4. Competencia




Nombre	Logo	Descripción	Tipo	Canal
Código 21		Es el espacio del Departamento de Educación de Gobierno de Navarra dedicado al aprendizaje de programación, robótica educativa y otras tecnologías emergentes que permiten disfrutar y aprender con herramientas digitales de nuestro tiempo.	Interés general	21
TN21		Espacio informativo que cuenta con un equipo comprometido que trabaja para mantener a la población y al mundo entero bien informado. Este da cobertura a los hechos más relevantes a nivel nacional e internacional, esforzándose por presentarlos de la forma más objetiva e imparcial posible.	Noticiero	21
Dialogo con Ernesto López		Entrevista con noventa minutos de análisis a los problemas que presenta la Agenda Nacional. Connotados panelistas se dan cita para poner en la mesa de discusión los temas que más captan la atención del televidente y que afectan a la sociedad.	Entrevista	21
Escala humana		Se muestra lo que se esconde detrás de las fachadas, de los paisajes, de los edificios, de los objetos. Explica cómo piensan, a veces cómo sueñan, tanto los creadores de grandes estructuras arquitectónicas y urbanísticas de nuestro país como los profesionales que realizan pequeños proyectos con el objetivo de hacer un mundo mejor. Reflexionaremos, en definitiva, sobre nuestra relación con el entorno natural y social.	Cultura	Plataforma de streaming RTVE Play
abro hilo		Un espacio en construcción y, al mismo tiempo, en deconstrucción. Una puerta de entrada a poner en jaque nuestras ideas. Un lugar de encuentro y debate sobre temas que pegan fuerte en nuestras vidas, abordados desde la ciencia y la tecnología y su impacto social.	Interés general	Twitch y YouTube
Metrópolis. Grandes ciudades		Aborda la temática de la urbanización: "Grandes Ciudades". Desde Perú, Brasil, Suecia, Alemania, Canadá, España, hasta Malasia, Estados Unidos, Italia, Tailandia, Hong Kong, Argentina y otros 20 países más. Vas a descubrir el valor del aporte individual ante la problemática de la superpoblación y desarrollo urbano.	Cultura	Plataforma de streaming RTVE Play

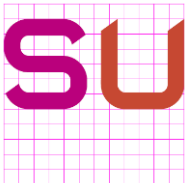
T3RCER MILENIO		Un programa de investigación basado en fenómenos extraterrestres, investigaciones, conferencias, noticias, monitoreo volcánico y medio ambiente.	Periodismo	<u>TV</u> <u>azteca</u>
Frente a cámara		Sergio Huidobro guía este programa situado en el Espacio Cultural de San Lázaro, en donde grandes personalidades del medio cinematográfico mexicano se adueñan de la cámara para dar forma a una conversación íntima y enriquecedora en torno al séptimo arte.	Cultura	22
Debate 22		Espacio de debate cultural, plural y crítico, con diversos enfoques a partir de la conducción de periodistas destacados en ámbitos diversos como la política, sociedad y cultura. Con un conductor distinto cada día, se abordarán diversas temáticas de actualidad.	Debate	22
La raíz doble		Comenzó su emisión en el año 2007 y ha sido tan necesaria y bienvenida por la audiencia, que presentará su cuarta temporada en Canal 22, puesto que puede ser ya considerado como un patrimonio audiovisual, debido a que en ella se retoman las diversas historias de los pueblos indígenas y que, además, da voz a las problemáticas y las luchas de dichas comunidades.	Cultura	22
Hagamos que suceda		Es una serie de reportajes especiales en los que se aborda la situación económica, política y social de México, contada a partir de testimonios de ciudadanos y funcionarios involucrados en estos temas.	Interés general	11

PROPUESTAS DE DISEÑO Y JUSTIFICACIÓN

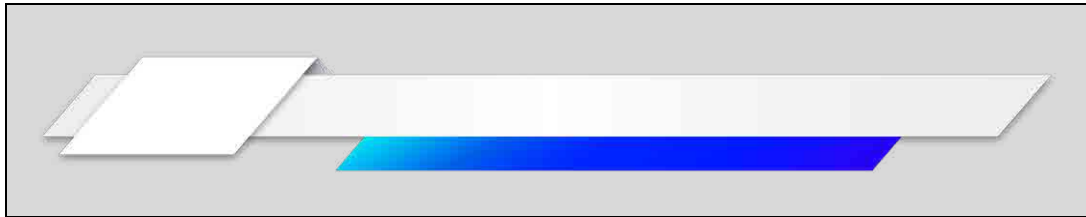
De acuerdo a la descripción del proyecto, al brief anterior y a la propuesta creativa de la escenografía, busqué tener una identidad visual que haga referencia a la UAM Xochimilco, así como transmitir una imagen de confianza, organización, honestidad, y compromiso, al igual que innovación, dinamismo y crecimiento.

Por lo que hice la propuesta de usar el siguiente tipo de elementos:

<u>FORMAS</u>	
	<p>Formas cuadradas con vértices redondeados. Psicología: solidez, fortaleza, seguridad, seriedad, confianza, organización, estabilidad, resistencia, rigor, orden, realismo, honestidad y compromiso.</p>
	<p>Formas triangulares con bordes redondeados. Psicología: equilibrio, poder, profesionalismo, eficiencia, innovación, modernidad, vitalidad, dinamismo, energía, crecimiento y enfoque.</p>
	<p>Diagonales ascendentes. Movimiento positivo (dinamismo y crecimiento).</p>

<u>TIPOGRAFÍA</u>	
<p><i>Sans-Serif</i></p> <p>Abc</p>	<p>Se utilizó una tipografía Sans- Serif que nos transmite seguridad, modernidad y profesionalismo.</p>
	<p>Se eligió: CREATO DISPLAY</p> <p>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! # \$ % & / () = ? * + { [: ,] @</p>

<p><u>PALETA DE COLORES</u></p>	
	<p>Se eligió una armonía del color análoga, siguiendo tonalidades azules referentes a la UAM-Xochimilco.</p> <p>AZUL: Psicología: profesionalismo, seriedad, integridad, honestidad, calma.</p>
	<p>#0400FA #0B3FD9 #017BF0 #0BACD9 #0DFCF0</p>
<p><u>LOGO</u></p>	
	<p>Para realizar el diseño del logo, ocupé la tipografía ya elegida anteriormente para la estructura, y diferentes tonalidades de azules para darle profundidad.</p> <p>También lo entregué en tonos planos para su mejor uso.</p>
<p><u>PLECAS</u></p>	
<p>Para la plecta usé los elementos antes mencionados y una forma de casa para hacer referencia a UAM casa abierta al tiempo.</p>	



SEMBLANZAS

Para las semblanzas, usé fotografías de los profesores que participaron retirando el fondo de estas, para poder utilizar fondo del Zócalo de la CDMX, referente a la descripción del programa.
Con una tipografía legible a distancia para la TV.



Mtro. Roberto Padilla Sobrado

- Mtro. en Ciencias y Artes para el Diseño y Lic. en Diseño de la Comunicación Gráfica por la UAM, Xochimilco.
- Desarrollo en área de animación y participación en el diseño de animaciones para la imagen de los canales de televisa, comerciales publicitarios y cortometrajes. Algunos de sus proyectos han sido selecciones oficiales en festivales de cine y animación en Europa, Estados Unidos, Latinoamérica y México.
- Publicación de diversos artículos de investigación y actualmente es profesor investigador y Jefe de Departamento en la UAM-Xochimilco.



POSTEO



El posteo lo realicé para Facebook, ya que se necesitaba llamar a una audición a estudiantes de la UAM, o personas exteriores para la voz en off de los programas de Senda Urbana.
Sólo en esta ocasión utilicé tonos amarillos para mayor impacto.

CORTINILLAS

Realicé 4 cortinillas, una para la entrada del programa, que contiene una serie de videos introductorios referente a la CDMX.

En la cortinilla de créditos, muestro una toma aérea de la ciudad desde el Zócalo, y otros videos de personas recorriendo la ciudad, ya sea en manifestaciones, mercados, desfiles, entretenimiento, entre otros.

Las otras dos cortinillas son la entrada y salida a comerciales.

Todos muestran una cortinilla en degradados de azules que hace referencia a recorrer la ciudad como lo menciona el nombre del programa "Senda Urbana".



➤ METAS ALCANZADAS

Las metas alcanzadas para mi y para el proyecto, fueron llevar el diseño del proyecto de manera conjunta y en armonía, llegar a una identidad visual que representara de manera correcta al proyecto para poder alcanzar los objetivos, tanto para hacerlo atractivo al público objetivo, así como representando a la UAM Xochimilco en sus colores, formas, profesionalismo y dinamismo.

➤ RESULTADOS Y CONCLUSIONES

En general, para mí, fue un proyecto con muchas enseñanzas, que me dio la oportunidad de colaborar con personas de otra división como lo es CSH, que al final pudimos realizar un trabajo en equipo junto con la supervisión, compañerismo, enseñanzas del Mtro. Alberto Briseño. Lo que me lleva a comprobar la parte multidisciplinaria que siempre me recalco la UAM, ya que lo extraordinario del diseño es que siempre tiene esa metodología que me lleva a comprender las necesidades del cliente y/o proyecto, así como de su público objetivo, para poder proponer soluciones visuales.

El proyecto aún no ha sido televisado, por lo que podría ser una buena oportunidad de analizar el impacto que producirá, tanto a nivel cultural como visual y con base en ellos poder seguir o continuar con más proyectos a futuro.

➤ RECOMENDACIONES

Mi recomendación sería poder llevar el proyecto a plataformas digitales, para poder tener un mayor impacto en un público más joven, ya que el tema de la ciudad es algo que nos concierne a todos, no solo los que vivimos en la Ciudad de México, ya que toca temas que son de interés para personas de cualquier otro lugar.

➤ BIBLIOGRAFÍA Y/O REFERENCIA ELECTRÓNICAS

https://somasaudiencias.ift.org.mx/archivos/01reportefinalenca2022_vpa.pdf

https://somasaudiencias.ift.org.mx/archivos/01Reporte_final_ENCCA2020-2021vp2_.pdf

<https://www.ift.org.mx/>

<https://www.capital21.cdmx.gob.mx/>

<https://selectra.mx/tv/abierta>

<https://www.xoc.uam.mx/>

<https://www.tvpublica.com.ar/programa/abro-hilo>

<https://www.mexicoescultura.com/recinto/68416/capital-21.html>

<https://es.wikipedia.org/wiki/XHCDM-TDT>

<https://imborrable.com/blog/psicologia-del-color/>

https://www.youtube.com/watch?v=aua21pLp7_8

<https://www.tvazteca.com/amastv/tercer-milenio-noticias-domingos-de-otro-mundo/envivo>

<https://color.adobe.com/es/create/color-wheel>

<https://www.canal22.org.mx/debate22.html>

<https://www.youtube.com/watch?v=grs-mKg61Nk>

<https://www.youtube.com/watch?v=ljANsflwnEY>

<https://www.youtube.com/watch?v=sGkXPLixVNA>

<https://www.youtube.com/watch?v=fE0BgrMQSbk>

<https://www.youtube.com/watch?v=h2zavTsqaAiw>

<https://www.youtube.com/watch?v=bL6WiAdWWF8>

<https://canal1.com.ar/frente-a-camara/>

https://www.cultura.gob.mx/regiones_de_mexico/sur/detalle.php?act=120702

<https://www.rtve.es/television/20190108/escala-humana/1865340.shtml>

<https://www.cultura.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/254-23>