

ACERCA DE LA CODIFICACION INFORMATICA EN UNA SEMIOTICA VISUAL APLICADA

Réalizada por:

**Alejandro Estrada Martínez, José Korn Bruzzone,
Luis Paredes Ferragu**

Profesor Guía: LUIS TORRES ACUÑA

**Departamento de Diseño, Sede Occidente,
Universidad de Chile, Santiago.**

Este estudio es una tesis presentada por un grupo de egresados del Area de Diseño Gráfico y Comunicación Visual del Departamento de Diseño, Sede Occidente, Universidad de Chile, Santiago, en el año de 1973, para optar el título de Diseñador Gráfico. El estudio corresponde al campo del diseño visual y se refiere a la transmisión de información mediante un sistema de signos visuales no-verbales. Como muestra de estudio se tomó la corporación de la Universidad Católica de Chile, específicamente su Casa Central en Santiago, cuyo análisis permitirá detectar las necesidades comunicativo—informativas y, emitir un

diagnóstico y elaborar un prototipo como solución de diseño. Las etapas para el desarrollo del proyecto son: primera, etapa de información, descripción y análisis de la muestra; segunda, estructuración de un marco teórico de referencia; tercera, definición de un modelo comunicacional que permita operativizar el marco teórico en función de la muestra; cuarta, formulaciones empíricas emanadas de las etapas anteriores que permitan orientar la solución del diseño, y quinta, que corresponde al diseño del prototipo de solución. Para probar la validez de la solución, se planteó como necesidad metodológica llevar a confrontación el sistema diseñado, para ello se tomó una muestra representativa de la audiencia compuesta por público heterogéneo y estudiantes universitarios, a quienes se sometió a un test de reconocimiento de los signos íconos, que son las representaciones referentes a materias significantes y corresponden a la lista de servicios.

INTRODUCCION

El Diseño es viejo como oficio; surge como disciplina a partir de la Revolución Industrial con la industrialización de la cultura y evoluciona de acuerdo al desarrollo social, económico, tecnológico y científico en torno a dos corrientes antagónicas:

La una que se funda en la capacidad subjetiva e intuitiva de creación del individuo; posee una orientación esteticista — decorativista y sus métodos de producción son artesanales (por lo que su producto es “pieza única”).

La otra que se funda en principios racionalistas, por lo tanto objetivos, de proyectación; su orientación es utilitaria aunque no niega el valor estético “al servicio de” y sus métodos de producción son industriales.

Estas dos corrientes se manifiestan claramente en el Bauhaus, Escuela de Arte que surge en Alemania en 1919 con W. Cropius, J. Itten y A. Meyer entre otros.

Después del auge del Bauhaus surge, también en Alemania, la Escuela de Ulm, donde el diseño racionalista empieza a estructurarse como disciplina tendiente a científizar su quehacer.

En Chile esta corriente es nueva y muy reciente. Nuestro interés es desarrollar esta óptica científica del diseño.

Han surgido algunos trabajos entre los cuales está el presente proyecto, el cual corresponde al campo del diseño visual, referido a la transmisión de información por medio de un sistema de signos visuales no-verbales.

Nuestro proyecto plantea resolver la codificación de información en un mensaje visual; para este objeto desarrolla una metodología aplicada que va desde la cuantificación y cualificación de las materias significantes hasta su graficación; se deja para una etapa el estudio de circulación y soporte físico (placas, postes, etc.).

Para atacar el problema se necesita un Marco Teórico Básico sustentado por las siguientes disciplinas:

- Teoría de la Información
- Semiótica
- Psicología de la Percepción

El manejo de los conceptos no interesa tanto explicitarlo teóricamente y verbalmente, en la medida que se trata de un Proyecto Aplicado más que de un proyecto teórico; razón por la que son aplicados y utilizados concretamente a través del proceso metodológico de Diseño.

ETAPAS DEL PROCESO PROYECTUAL

Toda institución o corporación posee características formales (Edificaciones, número de pisos, pasillos, accesos, ubicación de oficinas, etc.) que no siempre está racionalizada en función de los usuarios. Como una manera de afrontar el problema de información y comunicación de los usuarios, existen oficinas de informaciones, porteros, paneles de información etc., todos los cuales no logran en definitiva sino dar soluciones "parches".

El presente trabajo ha considerado como muestra la corporación de la Universidad Católica de Chile y mas específicamente su Casa Central en Santiago.

La Casa Central de la Universidad Católica con su planta física, su estructura administrativa, el personal que en ella labora y estudia y el público en tránsito conforman un todo articulado que constituirá el objeto de nuestro proyecto. Su análisis permitirá detectar las necesidades comunicativo-informativas, emitir un diagnóstico y a partir de éste, elaborar un prototipo como solución de diseño.

Por lo tanto las etapas para el desarrollo del proyecto son:

- Una primera etapa de información, descripción y análisis de la muestra.
- Una segunda de estructuración de un marco teórico de referencia.
- Una tercera de definición de un modelo comunicacional que permita operativizar el marco teórico en función de la muestra.
- Una cuarta de formulaciones empiricas emanadas de las etapas anteriores y que nos permitan orientar la solución de diseño.
- Y finalmente una quinta, que corresponde al diseño del prototipo de solución.

PRIMERA ETAPA.— Información, Descripción, y Análisis de la Muestra:

En esta etapa del proyecto —como su nombre lo indica— se buscó obtener todos los antecedentes cualitativos y cuantitativos de los organismos y servicios de la Casa Central UC; así como también de las características de la planta física respecto de la ubicación, distribución y acceso de las diferentes dependencias.

Los datos se obtuvieron sobre la base de entrevistas y otras técnicas de observación en el terreno mismo, como también, a través de análisis de planos y documentos propios de la Universidad. Los antecedentes se encuentran en el anexo 1.

Los criterios de análisis intentan responder a las necesidades objetivas de los usuarios, para lo cual fue necesario y de mucha utilidad el manejo del Modelo Comunicacional explicitado en la etapa correspondiente. Los criterios fueron los siguientes:

- Detección de Organismos y Servicios
- Ubicación
- Función
- Relación con la Audiencia
- Tipo y Cantidad de Público que atienden.

A continuación se señalan las características fundamentales de la Muestra:

— La Casa Central UC es un conjunto de edificios que ocupan una superficie cerrada, delimitada por las calles Marcoleta, Avenida Portugal, Avenida B. O'Higgins y Lira.

— Sus accesos principales son: dos para peatones por Avenida O'Higgins y uno fundamentalmente para vehículos por Marcoleta.

— Este conjunto contiene numerosos Organismos y Servicios.

— Estos se ubican en torno a tres patios comunicados por numerosos pasillos perpendiculares y paralelos entre sí, y en tres pisos o niveles con sus correspondientes altillos o pisos falsos.

— La iluminación de los pasillos y hall central en general, a causa de su arquitectura e instalaciones lumínicas, normalmente es penumbrosa.

— La circulación se ve dificultada porque las vías son en su mayoría discontinuas y asistémicas.

— La distribución de Organismos y Servicios no está articulada racionalmente.

— La lista de ellos se detalla en el anexo 2.

— Los Organismos y Servicios se interrelacionan en una estruc-

tura orgánica dada: una Rectoría y tres Vicerreorías, a partir de las cuales se ramifican administrativa y burocráticamente todos ellos.

— Definimos como Organismos aquellas reparticiones de la UC que cumplen funciones administrativas y atienden un número de personas relativamente bajo que en su mayoría corresponden a personal de la Casa Central. Su relación con la Audiencia es más bien indirecta.

— Definimos como Servicios aquellos que atienden gran número de personas, en su mayoría ajenas a la Casa Central. Su relación con la Audiencia es más bien directa.

— Existe una oficina de informaciones, que sin ser su actividad específica, proporciona a la Audiencia datos acerca de la ubicación y acceso a los Organismos y Servicios.

— Existen porteros, que sin ser su actividad específica, cumplen también estas funciones.

— Ambas gestiones son limitadas por no existir un sistema de comunicación visual interno.

Además de estas características que están referidas directamente a la muestra en cuanto estructura física, organigrama administrativo y burocrático, es necesario considerar también los rasgos fundamentales de los usuarios de ella. Con relación a esto cabe mencionar lo siguiente:

— Existen personas que concurren diaria o esporádicamente a la CC de la UC y que tienen diferentes niveles educacionales, actividades, edades, sexo, etc..

— Según la división del trabajo de la Universidad, distinguimos en ellas los siguientes grupos:

Personal Administrativo

Personal Auxiliar

Personal Docente

Estudiantes Universitarios

Estudiantes no Universitarios

Público en Tránsito

— Todos estos grupos tienen un “Campo Común de Experiencia” (W. Schramm, Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva) con respecto al tipo de servicios que se dan en la UC; pero sólo algunos de ellos lo tienen con respecto a sus organismos. Mayores antecedentes se encuentran en el anexo 3.

A partir de las características de la Muestra enunciadas, se puede concluir que dentro de la percepción de la forma, las variables visuales, teoría del color y finalmente algunos elementos teóricos básicos de las teorías de la comunicación para la estructuración de un modelo operacional.

Como procedimiento formal para la presentación de los elementos de este Marco Teórico se detallará sucesivamente la semiología de A. Schaff, luego las leyes de la percepción, teoría del color y respecto del modelo comunicacional será desarrollado en la próxima etapa.

Semiología:

En el campo de estudio de los signos existen dos grandes enfoques, uno es originado por la corriente Saussoriana que plantea la necesidad del estudio “de los signos en el seno de la vida social” (Saussure, Curso de Lingüística General) a partir de la perspectiva y categorías lingüísticas; y el otro dado por Ch. Pierce cuya perspectiva abarcaría niveles más amplios entre los cuales se considerarían básicamente los aportes de la teoría de la información. (H. Eco. La Estructura Ausente, cap. 1).

En este proyecto se utilizan las categorías desarrolladas por A. Schaff con respecto al problema signico. Ellas están planteadas en su obra “Introducción a la Semántica”; a continuación veremos sintéticamente la definición de signo y su tipología signica:

SIGNO: es todo objeto material o la propiedad de ese objeto, o un acontecimiento material que en el proceso de la comunicación sirve dentro de la estructura de un lenguaje adoptado por las personas que se comunican, al propósito de transmitir pensamientos concernientes a la realidad externa o concernientes a experiencias internas (sentimientos, emociones, valores, etc.) de cualquiera de los copartícipes del proceso de la comunicación.

La tipología de Schaff se puede esquematizar de la siguiente manera:

SIGNOS

NATURALES

ARTIFICIALES PROP. DICHOS

VERBALES PROP. DICHOS c/EXP. DERIV.

SEÑALES

SUSTITUTIVOS

SUST. EN

SIMBOLOS

SENTIDO

ESTRICO.

A partir de esta clasificación podemos decir que el sistema constará de:

SIGNOS SUSTITUTIVOS EN SENTIDO ESTRICTO: “Son objetos materiales que representan otros objetos materiales, ya sea por semejanza —signos íconos— Ej.: fotografía, dibujo icónico, pintura icónica, escultura icónica, etc. o ya sea por convenio, Ej.: todas las clases de signos escritos que representan sonidos del habla, subgrupos, palabras, etc.”.

SIMBOLOS: “Son objetos materiales que representan por convención nociones abstractas. La representación sintácticamente se dirige a los sentidos y funciona semánticamente por ejemplificación, alegoría, metáfora, alusión mitológica, etc., es decir: son representaciones sensoriales de una noción abstracta. Ej.: cruz por cristianismo; swástica por nazismo; esqueleto con guadaña por muerte; los símbolos matemáticos, etc.

SEÑALES: “Son signos cuya función es influir directamente sobre el comportamiento humano, ya sea evocando, cambiando o haciendo que alguien desista de una acción; su significado es siempre arbitrario, establecido por convenio válido para un grupo social determinado. Su aparición generalmente es ocasional en conexión con la acción prevista. Ej.: señales del tránsito, señales marinas en gral., señales de luces, etc.”

Percepción:

Un sistema de signos como el que se propone en este proyecto es una forma de comunicación que va destinada al ojo y como tal se apoya en la percepción visual y obedece a sus leyes. (J. Bertín, Análisis de las Imágenes).

La sicología de la percepción nos proporciona la base teórica y práctica que permite el control de las formas visuales en su nivel sintáctico sobre principios científicos. Es indudable que en este campo queda mucho por conocer e investigar y son numerosos los autores que han escrito y desarrollado este tema, pero en forma no aplicado a la Comunicación Visual.

Este trabajo intenta la aplicación práctica de las leyes de la percepción visual, constituyendo esto un aporte concreto del Area de Diseño Gráfico y Comunicación Visual, D. Diseño, U. de Chile.

J. Bertín en la obra ya citada, distingue ocho variables visuales (variables retinianas) que son:

- Forma
- Tamaño
- Valor
- Grano
- Color
- Orientación
- Dimensiones del plano (2).

Estas variables visuales, en rigor no se dan por separado porque constituyen una unidad interrelacionada presente siempre en todo fenómeno visual, dándose sólo diferentes niveles de énfasis de unas con respecto a otras, según las características propias del diseño en cuestión.

Es aquí, en el control de estas variables donde la sicología de la percepción con sus leyes de la forma (K. Koffka, W. Kohler, J. Piaget, entre otros) y leyes de contraste simultáneo (Chevreul) permiten la solución de problemas sintácticos que se dan en el producto de diseño.

TERCERA ETAPA

Modelo Comunicacional:

“El modelo es un instrumento del pensamiento útil e inevitable, por cuanto nos permite pensar en cosas que no nos son familiares en términos de cosas que nos son familiares” (Bridgman, 1927, cap. 11, citado por Eco., p.399).

Esta definición permite orientar el sentido en que se utiliza el modelo en una investigación. El modelo es un intento por resolver la contradicción que se genera en toda investigación en cuanto se desea conocer algo desconocido; lo que cabe plantearse es ¿cómo conocer algo que no se conoce previamente?

La solución se logra representándose intelectualmente y de un modo a priori lo que parece ser lo que se desea conocer. Como dice E. Verón, un modelo lo constituye “la construcción conceptual (en el plano del lenguaje científico) elaborada con el fin de servir como instrumento para detectar o recortar, en lo real, una estructura” (p. 45/46, Conducta, Estructura y Comunicación).

El modelo así definido tiene por lo tanto un doble carácter: de una parte representa conceptualmente lo que se desea conocer o resolver en una investigación; y por otra, articula y ordena jerárquicamente el material aportado por el Marco Teórico. De este modo se logra imbricar lo que se desea conocer con lo ya conocido, de tal manera que esto último permite la comprensión de lo primero.

En el caso de un Proyecto Aplicado de Diseño Visual (Bonsieppe), el modelo a emplear debe ser un modelo comunicacional, o sea, una representación sintetizada que tenga la virtud de reflejar la relación jerárquica de los elementos que participan en un proceso comunicativo. Dicho modelo —y ese es un aporte teórico del Área de Diseño Gráfico y Comunicación Visual, D. Diseño U. de Chile— no debe ser lineal por lo tanto, es decir no puede —como lo hacen la mayoría de los autores dedicados a la comunicación humana— plantearse la idea de un esquema en que el Emisor y el Receptor están en un mismo plano y entre los cuales oscila un Mensaje tanto del Emisor al Receptor como proceso inicial, como de retroalimentación o *feed-back* del Receptor al Emisor.

Los actuales Mass-media no son capaces de realizar este esquema en la práctica: de hecho ellos no logran generar una retroalimentación o comunicación de retorno, son unidireccionales (Enzensberger H. M., Elementos para una Teoría de los Medios de Comunicación). Esto también ocurre con los sistemas de Signos Visuales Informáticos.

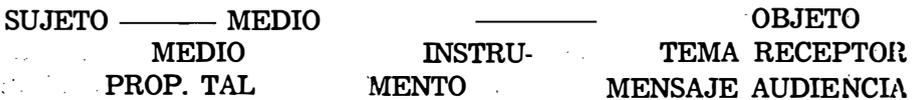
Por lo tanto se hace necesario, desarrollar un Modelo que permita el control racional y a priori de la interacción Emisor-Receptor para lograr una comunicación eficaz (en el sentido en que define Schaff este último concepto, op. cit.).

Ese modelo se basa en el siguiente principio fundamental:

El Mensaje parte de la audiencia, también se puede expresar: el objeto de la comunicación es el Receptor; dicho de otro modo, el eje de la comunicación es el que "recibe" el Mensaje; o sea no es el Receptor para el Emisor tanto como el Emisor para el Receptor.

Todo esto quiere decir en último término que la dialéctica fundamental está entre el Receptor y los contenidos del Mensaje, interrelación que es activada por el medio de comunicación (entendiendo por tal el Sistema de Signos utilizado) y el instrumento (aparato técnico que materializa los signos), los cuales son activados por el Emisor considerando las características del objetivo de la comunicación, o sea el Receptor.

Esquematizando, entonces, el Modelo, éste sería el siguiente:



CUARTA ETAPA

Formulaciones Empíricas:

De la aplicación del modelo comunicacional en la articulación de los datos obtenidos en la primera etapa, y el ordenamiento que con-

secuentemente deben tener los conceptos y leyes del Marco Teórico, se puede sintetizar el problema de nuestro proyecto, expresándolo en términos simples y operacionales, de la siguiente manera:

Se trata de Diseñar un Sistema de Signos Visuales no Verbales que permita a la audiencia —público en tránsito— la información y acceso a los servicios de la Casa Central de la UC de Santiago.

Problema de Información:

Esta solución de diseño debe considerar algunas restricciones; y un primer grupo de ellas corresponde a las planteadas por la planta física del edificio en lo que hace referencia a sus características arquitectónicas en general: altura, textura y color de los muros, número y ubicación de los pasillos, escaleras y patios, condiciones de iluminación variables (según sean espacios abiertos o cerrados), etc., etc.; correspondiendo un segundo grupo a las planteadas por la ubicación y distribución de los servicios al interior de la UC, que se manifiesta como algo dado.

Ambas restricciones no son controlables por el diseñador debiendo éste tomar en cuenta estas condiciones, para plantear las soluciones de diseño.

Un tercer grupo dice relación con las características de la Audiencia en su nivel axiológico, sociocultural, capacidad de abstracción, etc. (plano semántico) y a las condiciones perceptivas visuales (plano sintáctico). Este tercer grupo de restricciones el diseñador puede controlarlas a nivel general pero no en la particularidad de cada individuo.

Por lo tanto los signos a diseñar deben contemplar por una parte las características axiológicas de la Audiencia y los contenidos a transmitir, lo que determina el espacio decisorio del nivel semántico de los signos, y por otra las condiciones físicas del local y las de la percepción visual de la Audiencia lo que determina la sintáctica de los signos.

De acuerdo a estas consideraciones básicas y particularmente del análisis realizado sobre la Muestra, el listado de los Servicios que

para los efectos del proyecto constituyen Materia Significante son los siguientes:

Aula	Gimnasio
Baño	Hospital
Biblioteca	Informaciones
Caja	Librería
Capilla	Peluquería
Casino	Portería
Cine	Sala de exposiciones
Escala	Salón de actos
Estacionamiento	Secretarías

Este Sistema de Signos respecto de sus características funcionales tiene dos rasgos necesarios de explicitar:

— De información: dar a conocer la ubicación de los diferentes servicios por medio de una imagen visual fácil de aprender y memorizar.

-- De Circulación: proporcionar una rápida orientación, circulación y acceso dentro de la universidad, haciendo más expeditos los flujos.

QUINTA ETAPA

Diseño del Prototipo:

Formuladas todas las consideraciones impuestas por el problema de diseño, las características de los signos diseñados como solución a él son las siguientes:

— Se utilizan los íconos para representar aquellos referentes o materias significantes, que corresponden a la lista de servicios.

— Al interior de algunos de estos signos, se utilizan como apoyo al ícono, símbolos internalizados en la audiencia.

— Para materializar el sistema de circulación se utilizan señales.

Las alternativas de solución para los íconos son fundamentalmente dos —con sus respectivas variaciones de encuadre: plano general, plano medio y detalle— siendo una de ellas la de graficar el elemento o instrumento que caracteriza al referente. Ej: LIBRERIA — LIBRO, CASINO — VAJILLA; y la otra de graficar la relación de uso que se da entre el usuario y el servicio, es decir, el hombre más los elementos interactuando, relación ésta que denominamos Situación Dinámica. Ej.: LIBRERIA — COMPRA O VENTA DE LIBROS, CASINO — CONSUMO DE ALIMENTOS.

—De estas dos alternativas luego de un descarte cualitativo — no discursivo, se determina que la solución a graficar corresponde a la Situación Dinámica con un encuadre preferentemente de plano general, ya que en ella el usuario se ve reflejado en la acción de la cual necesita ser informado. Esto determina que un ícono con estas características sea mucho más específico, más “transparente” (Schaff, op. cit.) en su significado y por lo tanto más eficaz desde el punto de vista de la Información. Un ícono que represente el referente por medio del elemento, corre el riesgo de ser interpretado de diferentes maneras y ser por lo tanto bastante relativo en su significación. Ej.: LIBRO para representar LIBRERIA puede ser interpretado también como Biblioteca, o como Libro propiamente tal; PELICULA para representar CINE puede ser interpretado como cualquier otro recinto relacionado con el ramo: Laboratorio, Cineteca, etc.

— El Sistema tiene una coherencia semántica y sintáctica en grado tal que evita los problemas de ruido en la información emitida. Se entiende por ruido todo aquello que cause interferencia en la aprensión por la audiencia de una información dada (Eco. op. cit.). Se produce ruido al introducir un elemento al interior del Sistema o del signo que rompa la coherencia y constituya exceso de información ya sea: en el tipo de solución, en el grado de información, en el grado de síntesis de la esencia de un determinado contenido, etc. Al estandarizar estos ítems dentro de parámetros restringidos, se produce la coherencia.

Rasgos Semánticos del Sistema:

— Son graficados tanto el hombre como los elementos que articulan la situación en cada ícono.

— Estos elementos son los mínimos necesarios para denotar un contexto determinado, de acuerdo al campo común de experiencia de la audiencia.

— Se considera la Situación Dinámica de cada referente para ser graficada.

Rasgos Sintácticos del Sistema:

— Se inscriben todos los signos en un formato cuadrado.

— Se establece un sistema standard de medidas que permite un control sintáctico (coherencia sintáctica).

— Se grafican los signos con línea en la mayoría de los casos, utilizando planos solamente en aquellas situaciones en que es estrictamente necesario por razones de significación.

La línea en el caso específico de estos contenidos ofrece mayores posibilidades en cuanto a:

Construcción de la Forma

Dinamismo

Agrupación y Segregación

— Se evita la reversibilidad figura—fondo.

— Se redondean los “vértices agresivos” para evitar tensiones.

— Se busca el cierre en todos los signos con el objeto de provocar mayor estabilidad.

— Se determina un standard de color basándose en los criterios empíricos aportados por el “Diseño de un Standor de Color para los VII Juegos Panamericanos Santiago 75” realizado en 1972 por A. González,

J. Korn y L. Paredes. Estos son: dos colores; uno para figura y uno para fondo. Alto grado de contraste simultáneo entre ambos, es decir, buena visualización de la figura con respecto al fondo al interior del signo.

La dupla de colores en cuanto unidad no debe asemejarse a los del entorno para segregar el signo del contexto.

Luego de un descarte cualitativo y aplicando la tabla de visibilidad de Bustanoby ("Principles of Color and Color Mixing", p. 98) se determinó utilizar la combinación Amarillo para la figura y Azul marino para el fondo que en dicha tabla ocupa el tercer lugar.

Confrontación y Reformulación del Sistema:

Para probar la validez de la solución, se plantea como necesidad metodológica llevar a confrontación el Sistema Diseñado. Para esto se tomó una muestra representativa de la Audiencia compuesta fundamentalmente por público heterogéneo y estudiantes universitarios, a los que se sometió a un test de reconocimiento de los signos íconos. Resultado se encuentra en anexo 4.

Problema Circulación:

Si bien es cierto corresponde al segundo razgo que plantea el Sistemas de Signos no verbales y que atañe directamente a la distribución de los signos en la planta física de la Fuente, se enuncian sólo las consideraciones generales ya que el subsistema de Circulación no ha sido desarrollado en el presente proyecto.

Consideraciones Generales:

— Los flujos de la Audiencia y sus puntos neurálgicos serán determinantes en la ubicación y distribución de los signos.

— Lo serán también los lugares donde se encuentran los servicios.

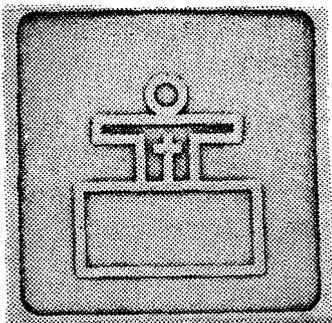
— Las características ergonómicas de la audiencia.

— Las características físicas del edificio.

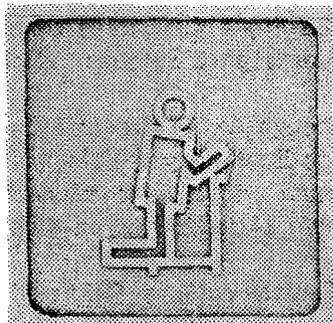
REFORMULACIONES TIPO

CAPILLA: Problema semántico (significado ambiguo)

INCORRECTO

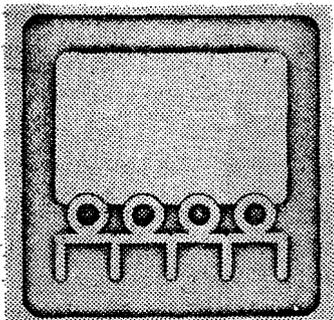


CORRECTO

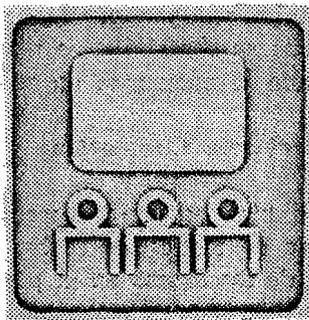


CINE: Problema sintáctico (agrupación — segregación)

INCORRECTO

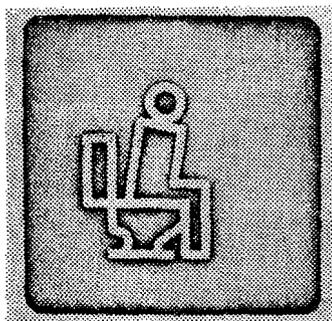


CORRECTO

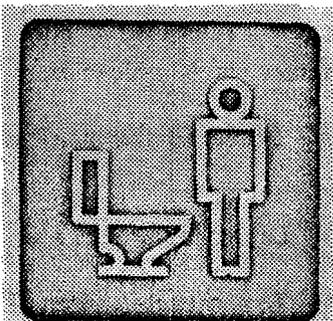


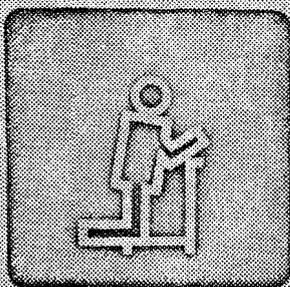
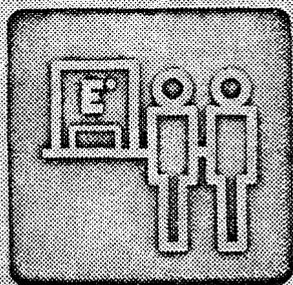
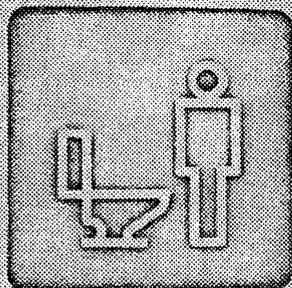
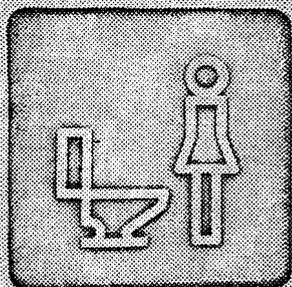
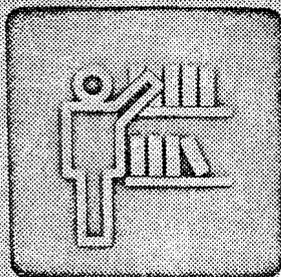
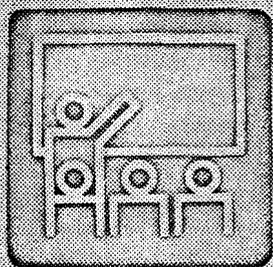
BAÑO: Problema cultural (produce risa)

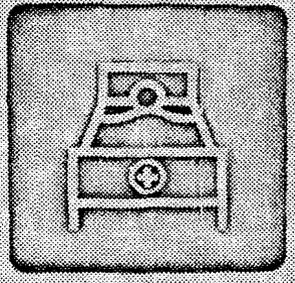
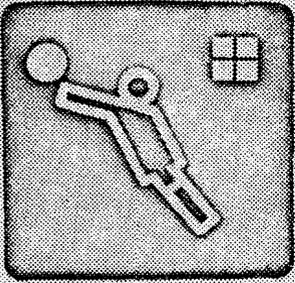
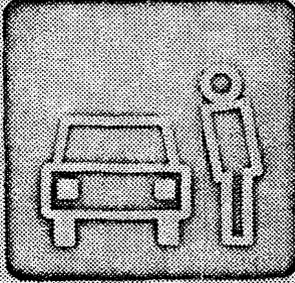
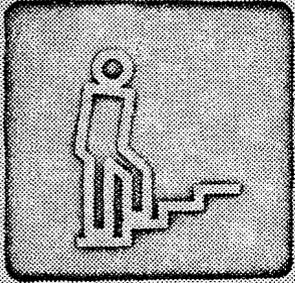
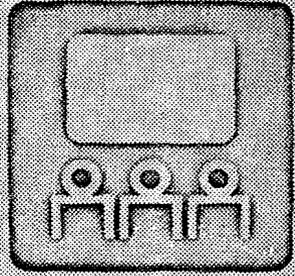
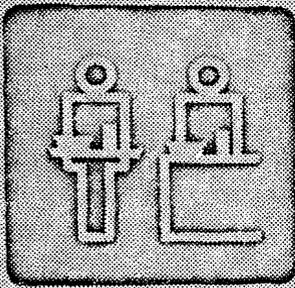
INCORRECTO

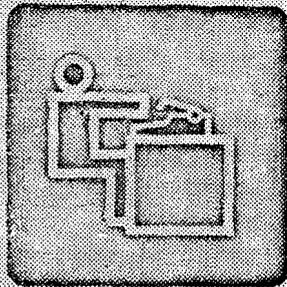
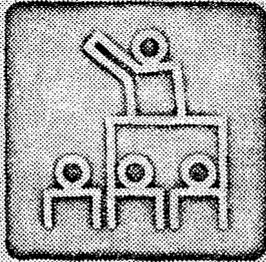
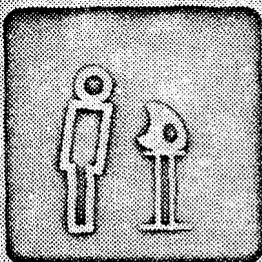
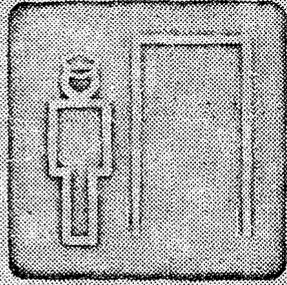
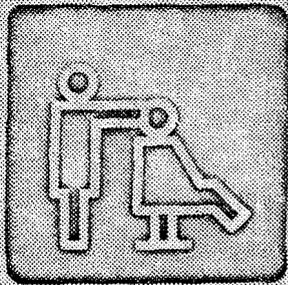
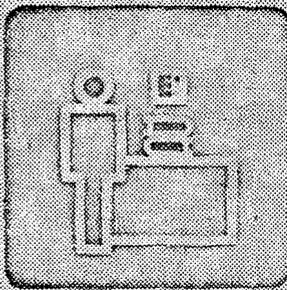
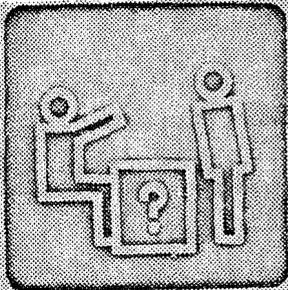


CORRECTO









SINTESIS DEL TEST PROBATORIO

LISTA DE SIGNOS

AULA

Problemas sintácticos (peso visual)

BAÑO

Problema cultural (produce risa)

BIBLIOTECA

Sin problemas

CAJA

Sin problemas

CAPILLA

Problema semántico (significado ambiguo)

CASINO

Sin problemas

CINE

Problemas sintácticos (agrupación - segregación)

ESCALA

Sin problemas

ESTACIONAMIENTO

Sin problemas

GIMNASIO

Problemas sintácticos (exceso de información y cierre)

HOSPITAL

Sin problemas

INFORMACIONES

Problemas semánticos y sintácticos

LIBRERIA

Sin problemas

PELUQUERIA

Sin problemas

PORTERIA

Sin problemas

SALA DE EXPOSICIONES

Problemas sintácticos

SALON DE ACTOS

Problemas sintácticos (peso visual)

SECRETARIA

Sin problemas

INTRODUCCION

Los organismos y servicios que en este anexo se detallan, corresponden exclusivamente a los que se encuentran ubicados físicamente en la Casa Central de la Universidad Católica de Santiago.

FUNCION Y AUDIENCIA

VICERRECTORIA DE ASUNTOS ECONOMICOS Y FINANCIEROS.— Es la autoridad encargada de realizar la política trazada por el consejo superior y determinada por el rector en todo lo que se refiere a la programación, organización y control de los recursos económicos y financieros de la comunidad universitaria.

— Propone, orienta y coordina, el comportamiento de los distintos factores económicos y administrativos.

— Planifica, organiza, ejecuta y supervigila las funciones presupuestarias, financieras, contables, de aprovisionamiento, de servicio y mantención, de prospección económica y de construcción de obras.

— Tiene a su cargo la administración de los bienes de la universidad; darlos de baja cuando sus condiciones así lo hacen aconsejable.

— Organiza y tiene a su cargo la mantención de los bienes de la universidad.

— Está encargada de fijar y llevar a cabo todas las políticas económicas, administrativas y financieras.

Para cumplir estos objetivos la vicerrectoría cuenta con dos tipos de unidades, dentro de su estructura orgánica:

UNIDADES ASESORAS

Secretaría de estudios.

Asesoría legal.

Auditoría interna.

Secretaría técnica.

Consejo económico.

UNIDADES EJECUTIVAS

Dirección General.

Dirección de Asuntos Financieros.

Dirección de Asuntos Económicos.

Dirección de Asuntos Administrativos.

Dirección de Obras.

FUNCION DE LAS UNIDADES ASESORAS

Secretaría de Estudios.— Es un organismo asesor de la vicerrectoría, está encargada de efectuar estudios y tareas que le encomienda el vicerrector. No atiende público.

Asesoría Legal.— Asistir al vicerrector y a las unidades de su dependencia, en materias legales. Aspectos legales en propiedades, ventas, compras y poderes. Convenios, contratos, demandas a funcionarios de la universidad. No atiende público.

Depto. Auditoría Interna.— Verificar el registro y exactitud de hechos económicos de la universidad; analizar los procedimientos empleados. La evaluación permanente de los sistemas de control interno y los informes de las operaciones contables, financieras y de índole ad-

ministrativas. No se trabaja con público, se cita a funcionarios para explicar procedimientos contables y de operaciones utilizadas.

Secretaría Técnica.— Su labor consiste en ver la parte administrativa interna de la vicerrectoría. Funciona también como organismo asesor de la Dirección de Asuntos Financieros para la presentación al consejo superior y consejo económico de los estados financieros. No atiende público.

Consejo Económico.— Está formado por miembros de la base y representantes del Consejo Superior. Sería la parte pensante de la universidad, o sea, de las políticas universitarias.

FUNCION DE LAS UNIDADES EJECUTIVAS

Dirección de Asuntos Financieros.— Esta dirección está encargada en general, de programar, dirigir, organizar y controlar las funciones necesarias para utilizar las fuentes de financiamiento más adecuadas, como también la justa aplicación de ellas, según prioridades. En pocas palabras, su objetivo es controlar el presupuesto de la U.C. y todo lo referente a gastos.

Dentro de esta dirección tenemos:

Tesorería.— Su función es cancelar y cobrar deudas. Tiene que ver con todo lo referente a caja, además funciona ahí (lugar físico) la caja central de la U.C. Audiencia: universitarios, administrativos, cobradores de firmas, médicos, empleados en general, etc.

Contabilidad.— Se encarga de llevar el estado de cuentas de cada unidad de la U.C., tanto de la casa central como la contabilidad general de los campus. Audiencia: público en general, profesores, alumnos, administrativos, auxiliares, gente por cobrar, etc.

Dirección de Asuntos Económicos.— A esta dirección le compete en general, la prospección de nuevas fuentes de recursos que contribuyan al desarrollo de la misión universitaria.

Dirección de Asuntos Administrativos.— Tiene a su cargo los servicios administrativos relacionados con el personal docente y administrativos de la universidad; le compete en general, la función de

mantener en funcionamiento los distintos bienes muebles e inmuebles que utiliza la universidad, además de formular programas de adquisición de los elementos que se requieren.

Dentro de esta dirección tenemos:

Depto. de Personal.— Está encargado de ver y tramitar todo lo referente a remuneraciones, previsión, social, sueldos, contratos y concursos de toda la universidad. Audiencia: docentes administrativos, auxiliares, personas de la Caja de Empleados Particulares, etc.

Depto. de Bienestar.— Tiene como objetivo la preparación, elaboración, ejecución de las políticas de desarrollo social, que en su conjunto determinan los trabajadores y el cuerpo técnico de la U.C. Da beneficios tales como salas cunas, plan habitacional, matrimonio, nacimientos, colonias de veraneos, actividades de grupos, etc., para ello trabaja un equipo técnico compuesto por: asistentes sociales, médicos, abogados. Audiencia: todo tipo de personal, profesores, administrativos y auxiliares. De vez en cuando llega público ajeno a la universidad.

Depto. Concursos.— Está encargado de la información y trámite de las personas que postulan a los concursos a que llama la universidad. Audiencia, público en general y funcionarios de la universidad.

Depto. Importaciones.— Tiene por objeto la atención de todas las operaciones de importación de las diferentes unidades y campus de la U.C., asimismo atienden las importaciones por concepto de donaciones o con cargos al crédito BID u otros créditos internacionales de gobierno a gobierno. Es también parte de su labor el trámite aduanero tanto postal como aéreo o marítimo, para la internación física de la mercadería, también se encarga de las importaciones temporales.

Además de la compra de divisas en los bancos comerciales para el logro de las importaciones tramitadas. Audiencia: representantes de las diferentes firmas y proveedores del exterior, además encargados de importación de las diferentes unidades.

Depto. de Mantención.— Está encargado de la mantención de las propiedades y equipos de la universidad, movimiento de vehículos; aseo y hornato, vigilancia y reparaciones, además de la construcción de bienes inventariables. Posee varias secciones:

Sección administrativa: personal, bodegas, movilización, vigilancia, jardines, auxiliares, aseo de la U.C., capilla.

Sección técnica: estación de servicio, talleres, proyectos y cubicaciones, central telefónica, medidores de luz, agua y gas, teléfono, peluquería.

Talleres: carpintería, mecánica, electricidad, pintura, albañilería, gasfitería, barniz, máquinas de escribir, cerrajería y vidrios.

Audiencia: gente de presupuesto, gente que viene a solicitar trabajo, gente de la U.C. en general.

Casino.— Proporciona un servicio alimenticio a la comunidad. Audiencia: público en general.

Dirección de Obras.— Está encargado de la planificación y construcción de todas las obras de la U.C. Audiencia: contratistas, proveedores, directores de escuela, jefes de unidades académicas.

Dentro de esta dirección tenemos:

Abastecimiento.— Está a cargo de todos los materiales de construcción que necesita la universidad, en conjunto con el departamento de adquisiciones. Audiencia: es la misma que va a la dirección.

VICERRECTORIA ACADEMICA

Realiza la política trazada por el Consejo Superior y determinada por el Rector, en todo lo que se refiere a la investigación y docencia universitaria, y coordinar de acuerdo a dicha política las actividades de los organismos académicos. (Of. 210).

Dirección Ejecutiva.— Responsable de la organización de la Vicerrectoría en orden a la realización concreta de las tareas que son de su competencia. (Of. 210).

Dirección General.— Asesoría inmediata del Vicerrector en todo género de materias académicas y ejecutivas, así como la coordinación y orientación de los distintos organismos que la componen.

Dirección de Asuntos Académicos.— Está a cargo de la organi-

zación, orientación y perfeccionamiento de la docencia impartida en la universidad. La organización, orientación y perfeccionamiento de la investigación en la universidad. Está encargada de las materias relacionadas con la estructura académica de la universidad y con los problemas referentes al estamento de los profesores. (Of.324).

Dirección de Asuntos Estudiantiles.— Está encargada de la admisión, orientación y servicio del alumnado de la universidad y de la formación y ejecución de una política estudiantil. (Of. 336).

Dirección de Relaciones Universitarias.— Asesora al Vicerrector en todo lo referente a la proposición, desarrollo y fomento de una política de relaciones entre la universidad y otras personas naturales y jurídicas, individuales o colectivas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras. De esta dirección también depende la Oficina de Coordinación de Sedes Regionales y además la de Becas. (Of. 328).

VICERRECTORIA DE COMUNICACIONES

Coordina y programa las comunicaciones dentro de la comunidad universitaria y las de ésta con la sociedad en la que se halla inserta.

Sala de Exposiciones.— Alberga las diferentes exposiciones que programa la Unidad de Exposiciones. Recibe público en general.

Dirección General.— Organismo del Vicerrector, coordina y orienta toda la vicerrectoría. (Of. 10).

Dirección de Programación.— Ejecuta los proyectos de comunicación aprobados, coordina y supervisa; para esto cuenta con un asesor de producción. No recibe público.

Dirección de Coordinación e Investigación.— Promueve y coordina las actividades de comunicación dentro de la U.C., como también con organismos extra-universitarios. Investiga los medios de comunicación adecuados para la realización de los programas de la vicerrectoría. Público indirecto.

Subdirección de Investigación.— Investiga los medios de comunicación. Coordina y dirige las investigaciones. Público indirecto.

Dpto. Editorial.— Edita libros de autores que lo soliciten a la vicerrectoría, bajo el sello "Ediciones Nueva Universidad". Público muy específico.

Subdirección Medios Comunicación Masas.— Coordina y programa las actividades de Cine, Arte, Unidad de TV y Radio. Público indirecto.

Subdirección Medios Comunicación Directos.— Coordina y programa el trabajo de las Unidades de Gráfica, Teatro, Exposiciones y Estudiantil. Público indirecto.

Cine Arte.— Promueve y realiza proyecciones de las mejores películas, como también ciclos de proyecciones. Público relacionado con la actividad del cine y a las proyecciones, público en general.

Unidad de Exposiciones.— Estudio, creación y montaje de exposiciones. Público generalmente de la unidad de Producción.

Dirección Ejecutiva.— Organiza y supervisa el funcionamiento interno de la vicerrectoría (espacios físicos, personal). Administra el presupuesto de la vicerrectoría. Público generalmente de la misma. (Of. 14 a).

Unidad Financiera.— Cancela sueldos al personal de la vicerrectoría y honorarios a cualquiera que realice programas para ella. Público en fecha de pago.

Unidad Medios de Producción.— Proporciona la infraestructura para realizar cualquier programa de la vicerrectoría o de otra unidad de la U.C. Proporciona utilería y personal. Público de todos los organismos de la U.C.

Oficina de Partes.— Recibe y despacha la correspondencia, paquetes, información, documentos y todo lo que llegue o salga de la vicerrectoría. Público: mensajeros.

Unidad de TV.— Realiza estudios sobre TV y baraja posibles programas. Se ocupa de producir algunos espacios en canal 13. Público: gente del ramo.

Unidad Gráfica.— Se ocupa de todos los problemas gráficos al in-

terior de la U.C. Realiza encargos de la vicerrectoría como de otras unidades. No atiende público. (Of. 14 b).

Vicerrectoría.— Funciones de programación. Recibe toda la información de las actividades académicas, científicas de la U.C. para su adecuada difusión. Público indirecto.

Los datos de la audiencia que en este anexo se detallan corresponden a la síntesis de la información obtenida y generalizada para los grupos detectados. Los antecedentes se obtuvieron de entrevistas, encuestas y otras técnicas de observación.

Al interior de la audiencia y según la división del trabajo en la universidad, distinguimos los grupos que a continuación se detallan:

PERSONAL ADMINISTRATIVO Y AUXILIARES: Este grupo incluye desde obreros calificados y no calificados hasta profesionales (aseadores, obreros especializados, secretarias, asesores, directores, contadores, abogados, programadores y operadores IBM, etc.).

Los auxiliares tienen educación básica como mínimo (8º año básico) y sus ingresos económicos son bajos (sueldo base o mínimo).

Los administrativos tienen estudios secundarios (deben tener licencia secundaria) o superiores y sus ingresos económicos son medios, son en su mayoría de un estrato socio - económico medio.

El número de personas que conforman este grupo no fue posible averiguarlo. Este sector de la audiencia se mueve a nivel de la interrelación de los organismos fundamentalmente; es decir, van a un organismo o servicio a desempeñar una misión concreta.

PERSONAL DOCENTE: Este grupo está formado por los profesores de las escuelas que aún se encuentran en la Casa Central. Tienen en su mayoría un nivel de educación superior (universitaria). Concurren a la UC a hacer clases o a diferentes organismos y servicios. Se relacionan directamente con las unidades académicas y constituyen un grupo minoritario.

ESTUDIANTES: En este grupo encontramos alumnos universitarios y no universitarios. Los primeros son generalmente de clase socio - económica media y el grueso de ellos son jóvenes (promedio 20

años aproximadamente). Los segundos participan de los programas de extensión de la universidad; provienen de la clase obrera y media baja; el mayor número de ellos son adultos y reciben instrucción a nivel de mandos medios. Ambos sectores de la audiencia concurren a la Casa Central a clases, reuniones, actos culturales y deportivos, oficinas, unidades académicas y servicios en general.

PUBLICO EN TRANSITO: Son las personas ajenas a la Casa Central de la U. Católica y que concurren en forma ocasional a ella. Son los que constituyen el sector más heterogéneo de la audiencia y el mayor número de ellos son funcionarios de la universidad que van a realizar trámites o gestiones por encargo de sus propias reparticiones. Son el grupo mayoritario dentro de la audiencia.

BIBLIOGRAFIA

Umberto Eco, "La Estructura Ausente", Ed. Lumen.

Adam Schaff, "Introducción a la Semántica",
Ed. Fondo Cultural Económica.

W. Schrammn, "Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva", Ed.
Ciespal.

H. M. Enzensberger, "Elementos para una Teoría de los Medios de Co-
municación", Ed. Anagrama.

Jacques Bertin, "Análisis de las Imágenes",
Ed. Tiempo Contemporáneo.

W. Kohler, K. Koffka y F. Sander, "Sicología de la Forma",
Ed. Paidós.

Weintraub y Walker, "Percepción", Ed. Marfil.

A. Hicethier, "El Cubo de los Colores", Ed. Bouret.
Ed, Bouret.

Bustanoby, "Principales of Color and Color Mixing".

Luz y Visión, Colección Time — Life.

Intec 2, Comité Investigaciones Tecnológicas, Corfo.