



14  
297

**UNAM - ENAP**

**EL  
SIMBOLO-LOGOTIPO  
Y EL  
DESPLIEGADO  
EN FUNCION DE LAS  
NECESIDADES GRAFICAS  
DEL IMER.**



**DIRECCION  
ESCUELA NACIONAL DE  
ARTES PLASTICAS  
Av. Constitución # 600  
Xochimilco, D. F.  
C.P. 016210**

**FALLA DE ORIGEN**

**TESIS PROFESIONAL**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LIC. EN DISEÑO GRAFICO**

**PRESENTA:  
LUIS GERARDO SOTELO MEJIA**

**DIRECTOR DE TESIS:  
PROFR. JOAQUIN RODRIGUEZ**

**MEXICO, D.F. A 2 DE DICIEMBRE DE 1991**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

---

# INDICE

---

---

---

## INDICE

---

PROLOGO .....	1
INTRODUCCION .....	2
OBJETIVOS GENERALES .....	3
OBJETIVO ESPECIFICO .....	3
I. LA COMUNICACION SOCIAL .....	4
II. LA RADIODIFUSION EN MEXICO ..	7
CAPITULO 1: EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO .....	12
1.1. SURGIMIENTO DEL IMER .....	13
1.2. FUNCIONES Y OBJETIVOS DEL IMER .	15
1.3. LOGROS RELEVANTES DEL IMER .....	18
1.4. ESTACIONES RADIOFONICAS EN EL DISTRITO FEDERAL Y EN EL INTERIOR DE LA REPUBLICA .....	21
1.5. HECHOS SIGNIFICATIVOS OCURRIDOS DURANTE 1989-1990 .....	24
CAPITULO 2: EL DISEÑO GRAFICO EN EL IMER .	27
2.1. EL SIMBOLO-LOGOTIPO INSTITUCIONAL .....	28
2.2. LA OFICINA DE DISEÑO, FUNCIONES Y OBJETIVOS .....	31
2.3. ACTIVIDADES Y LINEAMIENTOS A LOS QUE ESTUVO SUJETO EL DISEÑO GRAFICO .....	32
2.4. EL DISEÑO GRAFICO 1989-1990 .....	40

<b>CAPITULO 3: EL SIMBOLO-LOGOTIPO Y EL DESPLEGADO,</b>	
EN FUNCION DE LAS NECESIDADES GRAFICAS DEL IMER .....	48
3.1. ¿ QUE ES UN SOPORTE ? .....	49
3.2. FINALIDAD DEL SIMBOLO-LOGOTIPO PARA	
CADA UNA DE SUS ESTACIONES RADIOFONICAS	
EN EL DISTRITO FEDERAL .....	50
3.3. ELEMENTOS QUE INTEGRAN A LOS	
SIMBOLOS-LOGOTIPOS DISEÑADOS .....	51
3.3.1. SIMBOLO .....	51
3.2.2. TRAZO .....	51
3.3.3. RETICULA .....	51
3.3.4. LOGOTIPO .....	52
3.3.5. SIMBOLO-LOGOTIPO .....	52
3.3.6. AREA DE RESTRICCIONES .....	52
3.3.7. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA .....	52
3.3.8. COLOR .....	53
3.3.9. ARREGLO PRINCIPAL Y OPCIONAL .....	54
3.3.10. TAMAÑOS .....	54
3.3.11. APLICACIONES .....	54
3.3.12. PAPELERIA BASICA .....	54
3.3.13. ARTICULOS PROMOCIONALES .....	55
3.4. ¿ QUE ES UNA METODOLOGIA ? .....	56
3.4.1. METODOLOGIA GENERAL PARA EL	
DISEÑO DE UN SIMBOLO-LOGOTIPO .....	56
3.5. FINALIDAD DEL DESPLEGADO O ANUNCIO	
IMPRESO PARA PERIODICO .....	59
3.6. ELEMENTOS GENERALES QUE CONTIENE UN	
DESPLEGADO PARA PERIODICO .....	60
3.6.1. TAMAÑO Y MEDIO .....	60
3.6.2. TEXTO .....	60
3.6.3. ELEMENTOS GRAFICOS .....	61

3.6.4. TIPOGRAFIA/PROPORCIONES .....	61
3.6.5. RETICULA .....	61
3.6.6. DISEÑO .....	61
3.6.7. COLOR .....	62
3.7. ESQUEMA DE UN DESPLEGADO .....	63

**CAPITULO 4: DISEÑO DEL SIMBOLO-LOGOTIPO PARA LAS RADIODIFUSORAS:**

XEB, RADIO MEXICO; XEMP, EL PERFIL TROPICAL; XEQK, LA HORA EXACTA; XHIMER, OPUS 94; XHOF-FM, ESTEREO JOVEN; XERMX-OC, RADIO MEXICO INTERNACIONAL.....	66
4.1. PROCESO DE DISEÑO .....	67
4.2. PERFIL DE LA ESTACION XEB, RADIO MEXICO .....	68
4.2.1. SIMBOLO-LOGOTIPO XEB .....	69
4.2.2. SIMBOLO .....	70
4.2.3. LOGOTIPO .....	71
4.2.4. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO-LOGOTIPO Y TRAZOS .....	72
4.2.5. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA Y PROPORCIONES .....	73
4.2.6. INTEGRACION SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA .....	74
4.2.7. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA .....	75
4.2.8. AREA DE RESTRICCIONES .....	76
4.2.9. NEGATIVO .....	77
4.2.10. COLORES AFINES.....	78
4.2.11. MUESTRA COMPARATIVA DE TAMAÑOS .....	79
4.3. PERFIL DE LA ESTACION XEMP, EL PERFIL TROPICAL.....	80
4.3.1. SIMBOLO Y TIPOGRAFIA .....	81
4.3.2. SIMBOLO .....	82
4.3.3. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO Y TRAZOS.....	83
4.3.4. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA Y PROPORCIONES .....	84
4.3.5. INTEGRACION SIMBOLO Y TIPOGRAFIA .....	86
4.3.6. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO, TIPOGRAFIA Y TRAZOS.....	87

---

4.3.7. AREA DE RESTRICCIONES.....	88
4.3.8. NEGATIVO.....	89
4.3.9. COLORES AFINES.....	90
4.3.10. MUESTRA COMPARATIVA DE TAMAÑOS.....	91
4.4. PERFIL DE LA ESTACION XEQK, LA HORA EXACTA.....	92
4.4.1. SIMBOLO-LOGOTIPO XEQK.....	94
4.4.2. SIMBOLO.....	95
4.4.3. LOGOTIPO.....	96
4.4.4. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TRAZOS.....	97
4.4.5. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA Y PROPORCIONES.....	98
4.4.6. INTEGRACION SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.....	100
4.4.7. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.....	101
4.4.8. AREA DE RESTRICCIONES.....	102
4.4.9. NEGATIVO.....	103
4.4.10. COLORES AFINES.....	104
4.4.11. MUESTRA COMPARATIVA DE TAMAÑOS.....	105
4.5. PERFIL DE LA ESTACION XHIMER, OPUS 94.....	106
4.5.1. SIMBOLO-LOGOTIPO XHIMER.....	107
4.5.2. SIMBOLO.....	108
4.5.3. LOGOTIPO.....	109
4.5.4. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TRAZOS.....	110
4.5.5. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA Y PROPORCIONES.....	111
4.5.6. INTEGRACION SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.....	113
4.5.7. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.....	114
4.5.8. AREA DE RESTRICCIONES.....	115
4.5.9. NEGATIVO.....	116
4.5.10. COLORES AFINES.....	117
4.5.11. MUESTRA COMPARATIVA DE TAMAÑOS.....	118

---

4.6. PERFIL DE LA ESTACION XHOF-FM, ESTEREO JOVEN.....	119
4.6.1. LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.....	120
4.6.2. LOGOTIPO.....	121
4.6.3. ARREGLO EN RETICULA DEL LOGOTIPO Y TRAZOS.....	122
4.6.4. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA Y PROPORCIONES.....	123
4.6.5. INTEGRACION LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.....	125
4.6.6. ARREGLO EN RETICULA DEL LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.....	126
4.6.7. AREA DE RESTRICCIONES.....	127
4.6.8. NEGATIVO.....	128
4.6.9. COLORES AFINES.....	129
4.6.10. MUESTRA COMPARATIVA DE TAMAÑOS.....	130
4.7. PERFIL DE LA ESTACION XERMX-OC, RADIO MEXICO INTERNACIONAL... 131	
4.7.1. SIMBOLO-TIPOGRAFIA.....	132
4.7.2. SIMBOLO.....	133
4.7.3. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO Y TRAZOS.....	134
4.7.4. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA Y PROPORCIONES.....	135
4.7.5. INTEGRACION SIMBOLO Y TIPOGRAFIA.....	137
4.7.6. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO, TIPOGRAFIA Y TRAZOS.....	138
4.7.7. AREA DE RESTRICCIONES.....	139
4.7.8. NEGATIVO.....	140
4.7.9. COLORES AFINES.....	141
4.7.10. MUESTRA COMPARATIVA DE TAMAÑOS.....	142
 CAPITULO 5: DISEÑO DE TRES DESPLEGADOS PARA PERIODICO.....	143
5.1. PRIMER DESPLEGADO/CAMPAÑA PREVENTIVA	
MEDIO, TAMAÑO Y FECHA DE INSERCIÓN.....	144
5.1.1. PRIMER DESPLEGADO/CAMPAÑA PREVENTIVA.....	145
5.2. SEGUNDO DESPLEGADO/CAMPAÑA MANTENIMIENTO	
MEDIO, TAMAÑO Y FECHA DE INSERCIÓN.....	147
5.2.1. SEGUNDO DESPLEGADO/CAMPAÑA MANTENIMIENTO.....	148



---

5.3. TERCER DESPLEGADO/FIN DE CAMPAÑA	
MEDIO, TAMAÑO Y FECHA DE INSERCIÓN.....	155
5.3.1. TERCER DESPLEGADO/FIN DE CAMPAÑA .....	156
ACLARACIONES.....	158
CONCLUSIONES.....	159
NOTAS.....	160
BIBLIOGRAFIA.....	161

---

## PROLOGO

---

## PROLOGO

---

SIEMPRE HEMOS CONSIDERADO AL ABORDAR TEMAS DE ASPECTO GRAFICO, QUE LO IMPORTANTE DE SU ANALISIS, EN SU UBICACION SOCIALIZADA Y DESARROLLO PROFESIONAL, QUE DE MANERA OBJETIVA Y CONCRETA DEBEN DE APLICARSE EN NUESTRO QUEHACER CREATIVO COMO POSTULADO DE CONTEXTO EN EL CAMPO DEL DISEÑO GRAFICO.

ES AQUI EN TIEMPO Y ESPACIO DONDE SE UTILIZA DE FORMA ESMERADA, LA CAPACIDAD PERCEPTIVA, RAZONADA, IMPACTANTE, DISTINGUIDA, AGRADABLE Y FUNCIONAL.

Y SIN TEMOR HA EQUIVOCARNOS, ES GRATO MENCIONAR QUE LOS ASPECTOS ANTES MENCIONADOS PUEDEN SER UBICADOS DE UNA MANERA EFICIENTE, EN EL PROYECTO GRAFICO QUE COMO APTITUD Y ACTITUD PRESENTA UN PROFESIONAL DEL DISEÑO, EN ESTE CASO MUY PARTICULAR NOS REFERIMOS AL DISEÑADOR GRAFICO LUIS GERARDO SOTELO MEJIA, QUIEN CON GRAN ENERGIA, HA PODIDO DESTACAR, LOS ASPECTOS, FUNCIONES Y NECESIDADES GRAFICAS DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO, UTILIZANDO PARA ELLO EL SIMBOLO LOGOTIPO Y EL DESPLEGADO, QUE A TRAVES DE UN SOPORTE DEFINIDO NOS INDUCE A UN TRAZO, QUE COMO ARREGLO, PUEDE SER MAS QUE OPCIONAL, FUNCIONAL, POR LA FINALIDAD QUE CUMPLE ESTE SENTIR DEL DISEÑO GRAFICO, COMO PROCESO DE COMUNICACION SIN OLVIDAR EL MENSAJE SIGNIFICATIVO QUE SE DESEA TRANSMITIR, SIN PERDER DE VISTA NUESTRA ABSOLUTA REALIDAD.

PROFR. JOAQUIN RODRIGUEZ DIAZ

---

## INTRODUCCION

---

---

## INTRODUCCION

---

EL DISEÑO GRAFICO ES TAN ANTIGUO COMO EL ARTE MISMO. A TRAVES DE LA HISTORIA, LOS ARTESANOS DE UNA U OTRA FORMA SON DISEÑADORES, YA QUE CREAR UN OBJETO DE CUALQUIER MATERIAL, IMPLICA PRIMERO RESOLVER UNA NECESIDAD OBJETO-DISEÑO.

NO CABE DUDA DE QUE EL DISEÑO, SOBRE TODO A FINES DE ESTE SIGLO, HA EVOLUCIONADO, NO SOLO POR LA IMPORTANCIA QUE HA ADQUIRIDO EN DIVERSAS AREAS DE TRABAJO (LIBROS, REVISTAS, AUDIOVISUALES, CARTELES, ETCETERA). EN LA ACTUALIDAD, TAMBIEN ES POSIBLE VALERSE DE LA COMPUTADORA PARA LA APLICACION DE SUS CONCEPTOS, POR TANTO, EL DISEÑO ES UNA DISCIPLINA QUE TIENE COMO OBJETIVOS LA ORDENACION, COMPOSICION Y COMBINACION DE FORMAS Y FIGURAS.

LA INVESTIGACION QUE A CONTINUACION SE PRESENTA SURGE DE UNA INQUIETUD. ME HE DADO CUENTA DE QUE HAY UN CAMPO POCO ESTUDIADO: EL DISEÑO GRAFICO EN EL MEDIO DE LA COMUNICACION RADIOFONICA, CONCRETAMENTE EN EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO (IMER), DONDE, A MI CRITERIO, EL DISEÑO JUEGA UN PAPEL RELEVANTE. POR CONSIGUIENTE, LA TESIS SE OCUPA PRINCIPALMENTE DE RESOLVER DOS NECESIDADES GRAFICAS: LA REALIZACION, ANALISIS Y JUSTIFICACION DE SEIS SIMBOLOS-LOGOTIPOS PARA CADA UNA DE SUS ESTACIONES RADIOFONICAS EN EL DISTRITO FEDERAL, Y DEL SOPORTE GRAFICO CONOCIDO COMO DESPLEGADO O ANUNCIO IMPRESO PARA PERIODICO.

SI HABLARAMOS DE OTROS MEDIOS DE COMUNICACION, COMO LA TELEVISION O EL CINE, PODRIAMOS CAPTAR VISUALMENTE LA ACTIVIDAD DEL DISEÑO GRAFICO. PERO SI NOS REFERIMOS A LA RADIO, PENSARIAMOS QUE NO PODRIAMOS HACER LO MISMO, YA QUE SE CREE QUE ES UN MEDIO "MERAMENTE AUDITIVO". SIN EMBARGO ESTO ES FALSO. LA RADIO TAMBIEN ES IMAGEN, DE AHI EL INTERES DE MOSTRAR LA ACTIVIDAD DEL DISEÑO EN ESTE CAMPO POCO EXPLORADO.

QUIERO SUBRAYAR, POR ULTIMO, QUE MI MARCO DE REFERENCIA PARTE DE LA OBSERVACION DIRECTA, ES DECIR, DEL CONJUNTO DE EXPERIENCIAS OBTENIDAS EN DICHA INSTITUCION, DURANTE EL PERIODO 1984-1988.

---

## OBJETIVOS

---

## OBJETIVOS

---

### OBJETIVOS GENERALES:

1. LA ACEPTACION DEL PROYECTO POR PARTE DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO. SEIS NUEVOS DISEÑOS DEL SIMBOLO-LOGOTIPO, PARA CADA UNA DE SUS ESTACIONES RADIOFONICAS EN EL DISTRITO FEDERAL, LO CUAL LE PERMITIRA RENOVAR Y AFIRMAR LA ESENCIA DE SU IDENTIDAD INSTITUCIONAL.
2. DAR A CONOCER EN TERMINOS GENERALES, LA ACTIVIDAD DEL DISEÑO GRAFICO, A LO LARGO DE LA HISTORIA DEL IMER.
3. MOSTRAR AL ESTUDIANTE DE LA DISCIPLINA DEL DISEÑO GRAFICO, MEDIANTE UN TRABAJO CONCRETO Y DE UNA MANERA GENERAL, ALGUNOS LINEAMIENTOS QUE PUDIERA ESTAR SUJETO PARA LA REALIZACION DE SU TRABAJO CREATIVO.

### OBJETIVO ESPECIFICO:

DISEÑO DE SEIS SIMBOLOS-LOGOTIPOS Y DOS DESPLEGADOS PARA PERIODICO, MEDIANTE UNA METODOLOGIA Y UNAS CARACTERISTICAS QUE DEBEN CONTENER DICHOS SOPORTES GRAFICOS, LOS CUALES LLEVARAN IMPLICITOS LOS PROPOSITOS DE RESOLVER NECESIDADES DE COMUNICACION GRAFICA.

---

## **I. LA COMUNICACION SOCIAL**

---



---

## I. LA COMUNICACION SOCIAL

---

DESDE SU APARICION SOBRE LA TIERRA HACE MILES DE AÑOS, EL HOMBRE, SE INICIA EN LA OSCURIDAD DE UN REFUGIO NATURAL CONTRA LA INCLEMENCIA DEL CLIMA Y LOS PELIGROS AMBIENTALES. EN UN DESEO TENAZ, INCESANTE DE VENCER A UN MUNDO EXTERIOR AL QUE SE VEIA EXPUESTO Y PESE A VIVIR EXPERIENCIAS MUY ELEMENTALES, TIENE CAPACIDAD DE SENTIR Y LA NECESIDAD DE TRANSMITIR SUS EMOCIONES. DE ESE AFAN SURGIO LA BUSQUEDA DE UN MEDIO DE EXPRESION PARA COMUNICARSE. POSIBLEMENTE, EN UN PRINCIPIO, SE VALIA DE UN SIMPLE SONIDO GUTURAL, PARA UN LLAMAMIENTO O UN RECHAZO.

EN LA FORMACION DE LAS CIVILIZACIONES HA SIDO DE SUMA IMPORTANCIA EL LENGUAJE ARTICULADO. LOS ESTUDIOSOS CALCULAN QUE SU DESARROLLO SE PRODUJO ANTES DE LA CREACION DE LOS UTENSILIOS Y DEL EMPLEO DEL FUEGO. A PARTIR DE ENTONCES, EL HOMBRE DEJO DE EXISTIR COMO UN ENTE AISLADO, PARA INTEGRAR GRUPOS CADA VEZ MEJOR ORGANIZADOS, CON ELLO, SUS EXPERIENCIAS, IDEAS Y NORMAS DE CONDUCTA, CONTRIBUYERON HA FORTALECER EL SENTIDO DE COMUNIDAD. JUNTO A ESTA EVOLUCION, PROVOCADA POR EL LENGUAJE ORAL, FUE CRECIENDO EN LA COLECTIVIDAD LA TENDENCIA A TRANSMITIR Y RECIBIR INFORMACION POR OTROS MEDIOS, COMO LA REPRESENTACION VISUAL, LA IMITACION Y LA SUGESTION EMANADA DE SIMBOLOS, MITOS Y FINALMENTE, LA ESCRITURA.

EN LA ACTUALIDAD, NI LA ANTROPOLOGIA NI LA FISILOGIA HAN ENCONTRADO LA MANERA QUE NOS PERMITIERA CONOCER EL ORIGEN Y ESTRUCTURACION PRIMARIA DEL LENGUAJE HABLADO, ESE FUNDAMENTAL Y PRECIOSO INSTRUMENTO DE ENLACE ENTRE LOS HOMBRES. QUIZAS NUNCA SE LOGRE ESTABLECER EL ORIGEN DEL LENGUAJE HABLADO Y SU EVOLUCION DE SIMPLE RUIDO, HASTA LA PRONUNCIACION DE UNA PALABRA. SIN EMBARGO, ES CIERTO QUE LA CRONOLOGIA DE LA COMUNICACION ESTA LIGADA PROFUNDAMENTE A LA NATURALEZA DEL HOMBRE.

NO CABE DUDA QUE LA HISTORIA DE LA HUMANIDAD ES EN DIFERENTES ASPECTOS LA HISTORIA DE LA COMUNICACION. ASI, LAS PINTURAS RUPESTRES DE LAS CUEVAS DE ALTAMIRA, NOS TRANSMITEN NO SOLO UN TESTIMONIO DE UN AYER ANTIQUISIMO, SI NO TAMBIEN UNA GRAN MADUREZ CULTURAL. LOS SUMERIOS SEPARARON LA ESCRITURA DE LA PINTURA GRAFICA E INVENTARON TABLILLAS DE ARCILLA DONDE ESCRIBIR; LOS NAHUAS ELABORARON SUS MINUCIOSOS CODICES, ETCETERA. EL NUNCA DORMIDO AFAN DEL HOMBRE HACE LLEGAR, AL PASO DEL TIEMPO, SUCESOS Y TRADICIONES.

LOS PRIMEROS PLANTEAMIENTOS SOBRE COMUNICACION, COMO LA ENTENDEMOS

---

---

HOY, SE DIERON EN GRECIA, CONSIDERADA COMO LA CUNA DEL PENSAMIENTO OCCIDENTAL. ARISTOTELES FUE UNO DE LOS PRIMEROS EN INCURSIONAR EN EL TEMA AL REFERIRSE A LA RETORICA, LA CUAL DEFINIO DE LA SIGUIENTE MANERA: "LA BUSQUEDA DE TODOS LOS MEDIOS POSIBLES DE PERSUASION QUE TENEMOS A NUESTRO ALCANCE". ESTA DEFINICION, TIENE UNA SIMILITUD CON LAS ACTUALES DEFINICIONES DE LOS COMUNICOLOGOS DEL SIGLO XX.

LA COMUNICACION COMO DISCIPLINA, ES ACEPTADA HASTA NUESTRO SIGLO. LAS PERSONAS QUE HABITAN Y SE DESARROLLAN DENTRO DE LAS ZONAS URBANAS, PRINCIPALMENTE, SON PARTICIPES DE LA RECEPCION DE MUCHOS ESTIMULOS QUE SE TRANSMITEN CONTINUAMENTE POR VARIOS CANALES. ESTOS ESTIMULOS ESTAN CONDICIONADOS POR UNA VARIEDAD DE MENSAJES QUE COMPITEN PARA LLAMAR LA ATENCION Y COMUNICAR SU CONTENIDO.

SON MUCHOS LOS ESPECIALISTAS QUE HAN TRATADO DE DEFINIR LA COMUNICACION, DE ACUERDO A LA DISCIPLINA QUE PRACTICAN. AQUI, SOLO SE CITARAN ALGUNAS DEFINICIONES:

LA COMUNICACION, DICE HOVLAND, "ES EL PROCESO POR MEDIO DEL CUAL UN INDIVIDUO, EL EMISOR, TRANSMITE ESTIMULOS GENERALMENTE VERBALES PARA MODIFICAR LA CONDUCTA DE OTROS INDIVIDUOS, O SEA LOS RECEPTORES DE LA COMUNICACION".

WARREN WEAVER LA DEFINE ASI: "ES LA EXPRESION QUE INCLUYE TODOS LOS PROCEDIMIENTOS POR MEDIO DE LOS CUALES UNA MENTE PUEDE AFECTAR A OTRA".

BERELSON Y STEINER DICEN QUE "ES LA TRANSMISION DE INFORMACION, IDEAS, EMOCIONES, HABILIDADES, ETCETERA, MEDIANTE SIMBOLOS, PALABRAS, IMAGENES, CIFRAS, GRAFICOS, ETCETERA. EL ACTO O PROCESO DE TRANSMISION ES LO QUE HABITUALMENTE SE LLAMA COMUNICACION".

COMO SE PUEDE APRECIAR, LAS DEFINICIONES COINCIDEN EN QUE LAS INTERRELACIONES HUMANAS, SON PARTE ESENCIAL DE LA COMUNICACION: SE MANIFIESTA POR LA INFLUENCIA QUE PUEDEN TENER UNA O VARIAS PERSONAS, PARA QUE OTRAS ASUMAN UNA DETERMINADA ACTITUD, A LA QUE TAMBIEN SE LLAMA RESPUESTA.

LA COMUNICACION MASIVA REMITE AL TERMINO "MASA" : UN CONGLOMERADO DE PERSONAS CON EL OBJETO DE INDUCIR A UN DETERMINADO COMPORTAMIENTO. NO POR ESTO SE DESCARTA EL VALOR QUE TIENE EL HOMBRE COMO INDIVIDUO.

ESTE TIPO DE COMUNICACION SE MANIFIESTA DE UNA MANERA INDIRECTA, DEBIDO QUE EL CONTACTO NO SE DA CARA A CARA COMO SUCEDER CON LAS RELACIONES INTERPERSONALES. GENERALMENTE, SE INTERPONE EL MEDIO ENTRE EL EMISOR Y EL RECEPTOR. EN LA COMUNICACION MASIVA SE CONSIDERA AL GRUPO HOMOGENEO PORQUE SERIA DIFICIL REALIZAR UN MENSAJE ESPECIFICO PARA CADA UNO DE LOS RECEPTORES. POR LO REGULAR, SE CONSIGUEN ELEMENTOS DE INTERES COMUN O GENERAL PARA LOGRAR LOS PROPIOS OBJETIVOS QUE LA COMUNICACION DEMANDE.

---

EN CONCLUSION, LOS MEDIOS MASIVOS, ESTAN DIRIGIDOS A UNA ENORME POBLACION, PORTADORES DE UNA GRAN CANTIDAD DE MENSAJES PROYECTADOS A UN EXTENSO AUDITORIO. ACTUALMENTE PREDOMINAN CUATRO GRANDES MEDIOS MASIVOS:

PRENSA

RADIO

CINE

TELEVISION

LOS DESARROLLOS TECNOLOGICOS, NOS HAN CONDUCIDO A UNA ERA DE COMUNICACION MASIVA SIN PRECEDENTES, DE TAL FORMA QUE LOS MENSAJES SE TRANSMITEN CON MAYOR RAPIDEZ Y CADA DIA CUBREN MAYOR EXTENSION DE LOS RECEPTORES.

---

## II. LA RADIODIFUSION EN MEXICO

---

---

## II. LA RADIODIFUSION EN MEXICO

---

LA RADIODIFUSION EN MEXICO SE REMONTA EN ESTE SIGLO, A FINES DE LA SEGUNDA DECADA Y PRINCIPIOS DE LOS AÑOS VEINTE, EN DIVERSOS PUNTOS DEL PAIS.

HACIA 1919, EL INGENIERO REGIONTANO CONSTANTINO DE TARNAVA INSTALO UNA ESTACION EXPERIMENTAL EN MONTERREY, Y EN 1921 CONSIGUIO TRANSMITIR LO QUE SE HA CONSIDERADO EL PRIMER PROGRAMA DE RADIO, DESDE ESA CIUDAD A LA CAPITAL DE LA REPUBLICA.

EN NUESTRO PAIS NO FALTABAN ENTUSIASTAS RADIOEXPERIMENTADORES, QUE FORMARON EL CLUB CENTRAL DE RADIOTELEFONIA. LA INAUGURACION, SEGUN LA RESEÑA EN EL UNIVERSAL, SE VERIFICO EL 7 DE MARZO DE 1923. SIN EMBARGO, SE VOLVIERON A REUNIR EL 17 DEL MISMO MES CAMBIANDO DE NOMBRE A LIGA CENTRAL MEXICANA DE RADIO. EL 19 DE MARZO DE 1923, SE PRODUJO UN HECHO QUE MARCA EL PUNTO DE ARRANQUE DE LA RADIODIFUSION EN LA CAPITAL DE LA REPUBLICA: LA PRIMERA RADIOTRANSMISION ORIGINADA EN EL DISTRITO FEDERAL, POR EL INGENIERO JOSE DE LA HERRAN.

"EN EL AÑO DE 1912 YO TENIA 9 AÑOS DE EDAD, DE MANERA QUE ERA UN NIÑO DE ESCUELA, TOTALMENTE IGNORANTE DE TODA LA TECNICA, PERO ESCUCHE HABLAR DE QUE EL "TITANIC" SE HABIA HUNDIDO, MURIENDO MILES DE PERSONAS Y QUE LA INALAMBRICA NO HABIA FUNCIONADO" (1). AL TERMINO DE LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL, EMPRENDE UN VIAJE A LOS ESTADOS UNIDOS Y DURANTE SU ESTANCIA EN ESE PAIS CONOCE AL SR. JONES, INICIANDOSE UNA AMISTAD ENTRE AMBOS. APRENDE LOS PRINCIPIOS DE LA RADIO, PUES EL SR. JONES SE DEDICABA A EXPERIMENTAR CON UN TRANSMISOR DE UN BULBO. A MEDIADOS DE 1922, VIAJA DE REGRESO A MEXICO, CONVERTIDO EN UN VERDADERO EXPERTO EN LAS TECNICAS DE LA NACIENTE INDUSTRIA DE LA RADIOCOMUNICACION.

MUY PRONTO SE DIFUNDIO LA NOTICIA, ENTRE LOS VECINOS DE SANTA MARIA LA RIVERA, DE QUE UN JOVEN DE 19 AÑOS CONSTRUIA MARAVILLOSOS RECEPTORES DE UN BULBO, CON LO QUE PODIA ESCUCHARSE TRANSMISIONES PROVENIENTES DE MILES DE KILOMETROS DE DISTANCIA. ESTOS RUMORES LLEGARON A OIDOS DEL ESTADO MEXICANO. ASI FUE COMO MEDIANTE EL ENTUSIASTA PATROCINIO DEL CORONEL JOSE FERNANDO RAMIREZ, NACIO LA RADIODIFUSORA JH "SE LLAMO ASI PORQUE YO FIRMABA JH, CON MIS INICIALES Y NO POR REGLAMENTO" (2), RELATA JOSE DE LA HERRAN. "EL 19 DE MARZO DE 1923, CON MOTIVO DE QUE ERA EL DIA DE SAN JOSE, Y MI NOMBRE ES

---

JOSE, ASI COMO EL DEL CORONEL RAMIREZ, HICIMOS UNA PEQUEÑA INAUGURACION OFICIAL DE LA JH" (3), SEGUN CONSTAN LOS PERIODICOS.

PERO REMONTEMONOS BREVEMENTE A ESE DIA:

LA EMOCION Y LOS NERVIOS INVADIAN AL JOVEN JOSE, DE 20 AÑOS DE EDAD, MIENTRAS AJUSTABA LA POLARIZACION (PROPIEDAD DE UN CUERPO IMANADO DE ORIENTARSE EN UN CAMPO MAGNETICO EN UN SENTIDO DETERMINADO) DEL BULBO UV203, AQUEL JUEVES 19 DE MARZO DE 1923 A LAS SIETE DE LA NOCHE. DENTRO DE UNA HORA MAS, ESE BULBO LANZARIA SUS 50 WATTS POR LA ANTENA INSTALADA EN LA AZOTEA DE LA CASA DEL CORONEL J.F. RAMIREZ, SITUADA EN RELOJ NUM. 95 (AHORA REPUBLICA ARGENTINA) Y SUS ONDAS DE RADIO DIFUNDIRIAN POR PRIMERA VEZ EN LA CIUDAD DE MEXICO.

POR FIN, LAS CAMPANAS DE LA CATEDRAL DIERON LAS OCHO Y SIMULTANEAMENTE, COMENZO EL PRIMER PROGRAMA DE RADIO QUE LA ESTACION EXPERIMENTAL JH TRANSMITIA OFICIALMENTE, PRIMERO, CON LAS EMOCIONADAS PALABRAS INAUGURALES DEL PROPIO CORONEL J.F. RAMIREZ, QUE FUNGIA COMO LOCUTOR Y DESPUES, A UNA SEÑAL, CON LA BANDA DEL ESTADO MAYOR, DIRIGIDA AQUELLA VEZ POR EL MAESTRO ROLON.

ESTA MEMORABLE TRANSMISION SE LLEVO A CABO CON EL EQUIPO QUE JOSE DE LA HERRAN HABIA CONSTRUIDO, UTILIZANDO EN SU MAYORIA COMPONENTES HECHOS POR EL MISMO.

DICE JOSE DE LA HERRAN:

"YO SOLO SE QUE SIEMPRE FUI LA

AUTORIDAD FINAL: RESOLVIA DIFICULTADES

Y ME RETIRABA..." (4)

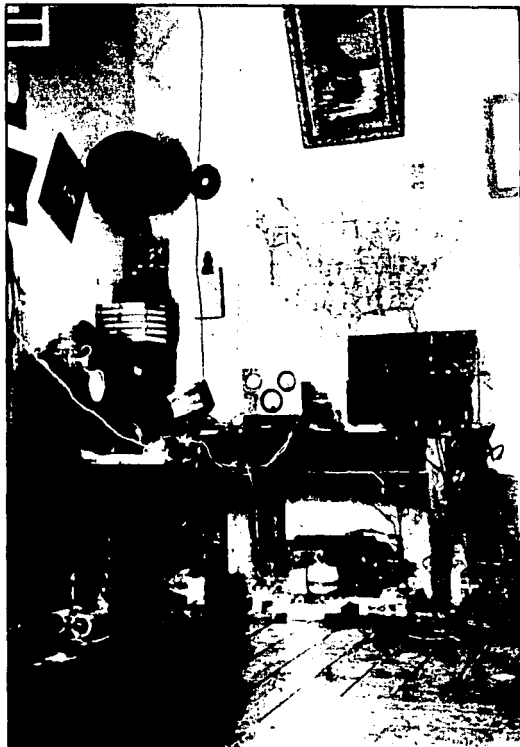


EN SEPTIEMBRE DEL MISMO AÑO (1923), LA ESTACION FUNDADA POR JOSE DE LA HERRAN, LA JH, PASO A MANOS DE LA COMPAÑIA CIGARRERA "EL BUEN TONO", Y SER LA ESTACION CYB. FORMALMENTE SERIA LA PRIMERA RADIODIFUSORA COMERCIAL DE MEXICO, Y QUE EN LA ACTUALIDAD LLEVA LAS SIGLAS XEB.

ES SORPRENDENTE QUE HACE 68 AÑOS SE HAYA INAUGURADO UNA RADIODIFUSORA CON UN TRANSMISOR DE 50 WATTS DISEÑADO Y HECHO EN MEXICO, CUANDO EN EL RESTO DEL MUNDO APENAS COMENZABA ESTA EXTRAORDINARIA TECNICA DE COMUNICACION.

---

FUE ASI COMO JOSE DE LA HERRAN HACE HISTORIA EN LA RADIODIFUSION MUNDIAL, CON LO QUE MEXICO APARECE ENTRE LOS PAISES PIONEROS DE AQUELLA ENTONCES NUEVA MARAVILLA EN EL AMBITO DE LAS COMUNICACIONES.



ESTACION EXPERIMENTAL "JH".

---

AL FINALIZAR EL AÑO DE 1923, YA FUNCIONABAN 4 ESTACIONES COMERCIALES (XEH, CYB "EL BUEN TONO", CYA Y CYZ) Y TRES CULTURALES. EN 1925, OPERABAN 11 ESTACIONES: 7 EN LA CAPITAL Y 4 EN PROVINCIA. PARA 1929, ERAN 17 LAS COMERCIALES Y 2 CULTURALES. EN ESTA PRIMERA ETAPA, LA RADIO PROMOVIO A COMPOSITORES, INTERPRETES, ACTORES Y CANTANTES QUE MAS TARDE ADQUIRIERON RENOMBRE INTERNACIONAL.

CON EL FIN DE AMPLIAR LOS SERVICIOS SOCIALES A TRAVES DE ESTE MEDIO, EL GOBIERNO DE LA REPUBLICA EMPRENDO NUEVOS PROYECTOS RADIOFONICOS. ENTRE ELLOS, LA EXPEDICION, EL 23 DE ABRIL DE 1926, DEL ARTICULO 26 DE LA LEY DE COMUNICACIONES ELECTRICAS, EN EL QUE SE ESTABLECIO QUE "NINGUNA CONCESION SERA OTORGADA EN CONDICIONES EN QUE PUEDA CONSTITUIR MONOPOLIO EN FAVOR DEL CONCESIONARIO".

EN 1930, MEXICO SE ADHIRIO A LOS ACUERDOS DE LA CONFERENCIA INTERNACIONAL DE TELECOMUNICACIONES, CELEBRADA EN WASHINGTON, HABIENDOLE CORRESPONDIDO LOS INDICATIVOS NOMINALES XE Y XH. EN ESE MISMO AÑO, EL SEÑOR EMILIO AZCARRAGA VIDAURRETA, FUNDO EL 18 DE SEPTIEMBRE LA XEW, "LA VOZ DE LA AMERICA LATINA DESDE MEXICO", CON 5 MIL WATTS DE POTENCIA, CUYA INSTALACION ESTUVO A CARGO DE DON JOSE DE LA HERRAN. EN OCTUBRE DE 1938, FUNDA TAMBIEN EL SEÑOR AZCARRAGA, JUNTO CON ENRIQUE CONTEL Y EMILIO BALLINA, LA XEQ, Y RAPIDAMENTE CONSTITUYO UNA CADENA RADIOFONICA DE GRAN IMPORTANCIA Y EXTENSION EN EL PAIS.

EN TERMINOS GENERALES, LAS DECADAS DE LOS TREINTA Y LOS CUARENTA FUERON DE CONSOLIDACION PARA LA RADIODIFUSION NACIONAL, GRACIAS EN PARTE, A LA INVERSION DE IMPORTANTES GRUPOS RADIOFONICOS ESTADOUNIDENSES (COMO EL DE LA NATIONAL BROADCASTING COMPANY Y EL DE LA NATIONAL BROADCASTING SYSTEM).

EN LOS AÑOS CUARENTA, SURGEN GRANDES CADENAS DE EMISORAS QUE ABARCAN TODO EL PAIS. LA PRIMERA DE ESTE TIPO FUE RADIO PROGRAMAS DE MEXICO, FUNDADA POR LOS SEÑORES AZCARRAGA VIDAURRETA Y CLEMENTE SERNA MARTINEZ, QUE AL INICIAR SUS OPERACIONES EN MAYO DE 1941, CONTABA CON 40 EMISORAS. LA OTRA CADENA DE ESTE TIPO QUE SE CREO EN AQUELLA DECADA FUE RADIO CADENA NACIONAL, FUNDADA EN JUNIO DE 1948 POR RAFAEL CUTBERTO NAVARRO. AMBAS CONTINUAN FUNCIONANDO EN LA ACTUALIDAD, JUNTO CON VARIAS CADENAS MAS, COMO GRUPO ACIR Y RADIORAMA.

ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE, PRECISAMENTE, EN ESTA EPOCA ES CUANDO LA RADIODIFUSION UNIVERSITARIA COMIENZA A EXPANDIRSE. EN 1937, SE FUNDO RADIO UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MEXICO (XEUN), HOY XEUNAM. Y EN 1938, RADIO UNIVERSITARIA DE SAN LUIS POTOSI. POSTERIORMENTE, APARECEN MAS DE ESTE TIPO EN GRAN PARTE DEL PAIS.



---

POR OTRA PARTE, CABE RESALTAR LA EMISION GUBERNAMENTAL RADIOFONICA DE MAYOR ANTIGUEDAD: LA HORA NACIONAL, QUE SE INICIO EL 25 DE JULIO DE 1937, EN EL GOBIERNO DE LAZARO CARDENAS.

FUE HASTA EL 15 DE DICIEMBRE DE 1941, CUANDO SE FUNDO LA PRIMERA ORGANIZACION QUE AGRUPO A TODOS LOS CONCESIONARIOS DEL RAMO: LA CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO. ESTA CAMARA HABRIA DE CONVERTIRSE, POSTERIORMENTE, EN LA CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y LA TELEVISION, AL INCLUIR TAMBIEN, A LOS CONCESIONARIOS DE ESTE MEDIO.

EN 1942, EXISTIAN 125 ESTACIONES EN LA REPUBLICA, 34 DE ELLAS EN EL DISTRITO FEDERAL, ALGUNAS DE 50 MIL Y HASTA 100 MIL WATTS DE POTENCIA. PARA ESE ENTONCES, YA FUNCIONABAN LA XEDF, RADIO DEPARTAMENTO (DE CARACTER CULTURAL), LA XEQK, LA HORA EXACTA, ENTRE OTRAS. EN MARZO DE ESE AÑO, SE INSTALO RADIO MIL, Y EN NOVIEMBRE, LA XEQR Y LA XERQ, QUE ENCABEZABAN LA CADENA RADIO CONTINENTAL, CON 25 ESTACIONES EN TODO EL PAIS. EL 30 DE OCTUBRE DE 1947, LA XEX "LA VOZ DE MEXICO", CON 250 MIL WATTS, PUSO EN SERVICIO EL PRIMER TRANSMISOR DE FRECUENCIA MODULADA.

EN 1950, COMIENZA A FUNCIONAR LA TELEVISION EN MEXICO E INMEDIATAMENTE SE NOTO SU IMPRESIONANTE PODER DE INFLUENCIA Y ATRACCION, POR LO QUE ALGUIEN VATICINO EL FIN DE LA RADIO. PERO EL BAJO COSTO DE PRODUCCION Y OPERACION, ASI COMO LO ACCESIBLE DE SU SEÑAL Y SU CAPACIDAD DE COBERTURA, LE PERMITIO MANTENERSE EN UN LUGAR TRASCENDENTE DENTRO DE LA COMUNICACION SOCIAL. LA RADIODIFUSION ENCONTRO SUS PROPIOS CAMINOS Y TOMO CARACTERISTICAS FUERTEMENTE INFORMATIVAS, INICIANDOSE EN LA SEGUNDA MITAD DE ESTA DECADA LOS NOTICARIOS ESPECIFICAMENTE RADIOFONICOS, CON REPORTEROS, REDACTORES Y LOCUTORES ESPECIALIZADOS.

EL PRESIDENTE ADOLFO LOPEZ MATEOS ENVIO AL CONGRESO DE LA UNION, EN 1960, UN PROYECTO DE LEY CON EL FIN DE REGULAR LOS CONTENIDOS DE LA PROGRAMACION, TANTO DE RADIO COMO DE LA TELEVISION: LA LEY FEDERAL RESPECTIVA, ENTO EN VIGOR HASTA EL 19 DE ABRIL DE 1973, CON EL OBJETO DE NORMATR LAS FACULTADES, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS CONCESIONARIOS DE LAS ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISION EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL.

ES INDUDABLE QUE, A TRAVES DE LOS AÑOS, LAS RADIODIFUSORAS COMERCIALES HAN PREDOMINADO SOBRE LAS CULTURALES. PARA 1983, HABIA UN TOTAL DE 875 RADIODIFUSORAS, DISTRIBUIDAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

EN AM, 631 ESTACIONES DE CORTE COMERCIAL Y 26 DE CARACTER CULTURAL, EN FM, 1881 ESTACIONES COMERCIALES Y 8 CULTURALES, Y EN ONDA CORTA (OC) 22 EMISORAS COMERCIALES Y SIETE CULTURALES

ES EN ESTE MISMO AÑO DE 1983, CUANDO AL ASUMIR LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA EL LICENCIADO MIGUEL DE LA MADRID HURTADO, SE DETERMINARON CAMBIOS EN LA COMUNICACION SOCIAL DEL ESTADO, CREANDOSE, POR DECRETO PRESIDENCIAL, EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO (IMER).

---

---

## CAPITULO 1

---

---

---

**CAPITULO 1:  
EL INSTITUTO MEXICANO  
DE LA RADIO**

---

"AL INICIO DE MI GESTION, ACORDE LA CREACION DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO (IMER), CONCEBIDO COMO SISTEMA DE SERVICIO, RESPONSABLE DE LA OPERACION INTEGRADA Y ORDENADA DE LAS ESTACIONES DE RADIO A CARGO DEL GOBIERNO FEDERAL".

"EL IMER ES YA UNA REALIDAD; AMPLIA NUESTRO SISTEMA MIXTO, PLURAL Y DIFERENCIADO DE RADIO Y FORTALECE LA ATENCION A SU FUNCION SOCIAL".

**MIGUEL DE LA MADRID HURTADO**  
14 DE OCTUBRE DE 1988.

"LA RADIO ES, POR NATURALEZA, UN MEDIO DINAMICO Y SU ACCION DETERMINA EN BUENA MEDIDA UNA EXISTENCIA VERTIGINOSA ENTRE QUIENES EN ELLA LABORAMOS.

LA RADIO ES EL MEDIO DE COMUNICACION POR EXCELENCIA, POR SU COBERTURA Y PENETRACION.

NUESTRO TRABAJO ES COLECTIVO: CADA UNA DE LAS AREAS EXISTE POR Y PARA LAS OTRAS".

**TEODORO RENTERIA ARROYAVE**  
DIRECTOR GENERAL  
DEL IMER  
(1983-1988)

"LA RADIO ESTATAL, ADEMAS DE SER VOCERO GUBERNAMENTAL, DEBE SER POSIBILIDAD PARA QUE LOS SECTORES SOCIALES TENGAN UN LUGAR DE EXPRESION RADIOFONICA".

**DR. GERARDO ESTRADA RODRIGUEZ**  
DIRECTOR GENERAL  
DEL IMER  
(1989-1994)

---

## 1.1. SURGIMIENTO DEL IMER.

---

LA RADIO DEL ESTADO REPRESENTA UN FACTOR DETERMINANTE EN EL SISTEMA DE COMUNICACION SOCIAL DEL PAIS Y UN INSTRUMENTO NECESARIO PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DEL GOBIERNO FEDERAL.

A PARTIR DE 1979, EL ESTADO ASUME UNA ACTITUD MAS PARTICIPATIVA EN LA PRACTICA RADIOFONICA Y ADQUIERE LA TITULARIDAD DE ALGUNAS SOCIEDADES ANONIMAS, CONCESIONARIAS DE RADIODIFUSORAS DE CARACTER COMERCIAL.

CON OBJETO DE EVITAR EL REZAGO HISTORICO DE LA RADIO DEL ESTADO, EN EL AÑO DE 1982, SE DECRETAN REFORMAS Y ADICIONES A LA LEY ORGANICA DE LA ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL, MEDIANTE LAS CUALES SE FACULTA A LA SECRETARIA DE GOBERNACION PARA COORDINAR LA COMUNICACION SOCIAL DEL ESTADO.

AL SIGUIENTE AÑO, EL LIC. MIGUEL DE LA MADRID HURTADO, PRESIDENTE DE LA REPUBLICA, DENTRO DE LOS POSTULADOS DE SU REGIMEN REFERENTES A LA DESCENTRALIZACION Y DESCONCENTRACION EN MATERIA DE COMUNICACION SOCIAL, DETERMINO, CON FECHA 23 DE MARZO DE 1983, LA CREACION DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO (IMER), COMO ORGANISMO PUBLICO DESCENTRALIZADO, CON PERSONALIDAD JURIDICA Y PATRIMONIO PROPIOS, SEGUN EL DECRETO PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION EL 25 DE MARZO DE 1983.

CABE HACER MENCION QUE EL C. PRESIDENTE DE LA REPUBLICA NOMBRÓ DIRECTOR DEL IMER AL SR. TEODORO RENTERIA ARROYAVE, "EGRESADO DE LA ESCUELA DE PERIODISMO RADIOFONICO EN LA EMPRESA PRIVADA (RADIO MIL) Y RESPONSABLE DEL AREA DE RADIO EN LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL DE MIGUEL DE LA MADRID HURTADO" (5).

"LA CREACION DEL IMER, OBEDECE A LOS PROPOSITOS DEL GOBIERNO FEDERAL DE PLANEACION DEMOCRATICA Y DE MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, ESTO QUIERE DECIR, LA SEPARACION DE LAS ACTIVIDADES NORMATIVAS Y OPERATIVAS EN EL CAMPO RADIOFONICO, CONSERVANDOSE LAS PRIMERAS COMO RESPONSABILIDAD DIRECTA DEL GOBIERNO FEDERAL, Y DELEGANDOSE LAS SEGUNDAS PARA EL FUNCIONAMIENTO MAS EFICAZ DEL INSTITUTO, COMO UNA GESTION DESCENTRALIZADA" (6).

CONFORME AL DECRETO PRESIDENCIAL QUE LE DIO ORIGEN, EL IMER, NACE CON UNA RADIODIFUSORA: XERMX-OC, RADIO MEXICO INTERNACIONAL. COMO PARTE DE SU DESARROLLO, SE FUERON INCORPORANDO OTRAS AREAS DESCENTRALIZADAS OPERATIVAS DE LA DIRECCION GENERAL DE RADIO, TELEVISION Y CINEMATOGRAFIA (RTC) Y LAS ENTIDADES: VOCERO MEXICANO, S.A., CONCESIONARIA DE LA RADIODIFUSORA XEMP, QUE

---

EN UN TIEMPO SE LLAMO OPUS 710, DESPUES RADIO INFORMACION Y EN LA ACTUALIDAD EL PERFIL TROPICAL; COMPAÑIA NACIONAL DE RADIODIFUSION, S.A., CONCESIONARIA DE LA RADIODIFUSORA XEB, RADIO MEXICO. POSTERIORMENTE, RECIBIO XEDF, RADIO DEPARTAMENTO, AHORA XHOF-FM, ESTEREO JOVEN; PROMOTORA RADIOFONICA DEL BALSAS, S.A., CONCESIONARIA DE LA RADIODIFUSORA XELAC, EN LAZARO CARDENAS, MICHOACAN. ADEMAS, SE INCORPORO LA XEQK, LA HORA EXACTA.

LA TAREA NO FUE FACIL PARA EL IMER. INTEGRAR LOS ORGANISMOS Y LAS POCAS EMISORAS QUE, DE MANERA DISPERSA, SE ENCONTRABAN BAJO EL CONTROL DE VARIAS DEPENDENCIAS DEL GOBIERNO FEDERAL, MISMAS QUE POR FALTA DE UNA POLITICA INTEGRAL DE COMUNICACION, PERO TAMBIEN POR UN INADECUADO MANTENIMIENTO, SE ENCONTRABAN EN CONDICIONES DEPLORABLES. AL INICIAR SUS LABORES, EL INSTITUTO SE ENFRENTO A UNA GRAVE REALIDAD, TODA VEZ QUE NO HABIA EN EL PAIS GENTE CALIFICADA EN LAS DIFERENTES RAMAS DE LA RADIODIFUSION. EN CONSECUENCIA, SU PRIMERA LABOR FUE LA CAPACITACION DE PERSONAL QUE HOY ES LA PARTE VITAL DEL IMER, FUNDAMENTALMENTE GENTE JOVEN.

MEDIANTE LA CELEBRACION DE CONVENIOS DE PRODUCCION CON ENTIDADES NACIONALES Y EXTRANJERAS, EL IMER ELEVO LA CALIDAD Y CANTIDAD DE SUS PROGRAMAS, PONIENDO ESPECIAL ATENCION EN LOS SERVICIOS NOTICIOSOS, LOS PROGRAMAS PERIODISTICOS EN LA HORA NACIONAL Y EL TIEMPO (MEDIA HORA DIARIA) QUE, POR LEY, LE CORRESPONDE AL ESTADO EN TODAS LAS EMISORAS DEL PAIS. ASI, SE FORTALECIENDO EL DERECHO SOCIAL A LA INFORMACION, GARANTIA CONSTITUCIONAL.



LAS OFICINAS Y ESTUDIOS DE GRABACION CENTRALES DEL IMER SE ENCUENTRAN EN MAYORAZGO NUM. 83 COL. XOCO, C.P. 03330, MEXICO, D.F. TELS. 6 04-72-03, 6 04-73-07, 604-74-47, 604-75-55, 604-80-88 Y 604-88-35

LAS OFICINAS E INSTALACIONES DE LAS RADIODIFUSORAS, EN MARGARITAS NUM. 18, COL. FLORIDA, C.P. 01030, MEXICO, D.F. TELS. 5 34-93-61 Y 5 34-51-10

---

## 1.2. FUNCIONES Y OBJETIVOS DEL IMER.

---

DE ACUERDO AL ARTICULO SEGUNDO DEL DECRETO PRESIDENCIAL, SERAN FUNCIONES DEL IMER:

- A. FORMULAR LOS PLANES Y PROGRAMAS DE TRABAJO QUE SE REQUIERAN PARA EL CUMPLIMIENTO DE SU OBJETO.
- B. PROMOVER Y COORDINAR LAS ACTIVIDADES RADIOFONICAS, A TRAVES DE LAS ENTIDADES QUE OPERE Y DE LOS DEMAS INSTRUMENTOS QUE SEAN NECESARIOS, PARA EL CUMPLIMIENTO DE SUS PROGRAMAS.
- C. ESTIMULAR, POR MEDIO DE LAS ACTIVIDADES RADIOFONICAS, LA INTEGRACION NACIONAL Y LA DESCENTRALIZACION CULTURAL.
- D. FUNGIR COMO ORGANO DE CONSULTA DE LOS SECTORES PUBLICO, SOCIAL Y PRIVADO.
- E. CELEBRAR CONVENIOS DE COOPERACION, COPRODUCCION E INTERCAMBIO CON ENTIDADES DE RADIO NACIONALES Y EXTRANJERAS.
- F. REALIZAR ESTUDIOS Y ORGANIZAR UN SISTEMA DE CAPACITACION EN MATERIA RADIOFONICA.
- G. ESTABLECER OFICINAS, AGENCIAS Y REPRESENTACIONES EN LA REPUBLICA MEXICANA Y EN EL EXTRANJERO, PUDIENDO ADQUIRIR, POSEER, USAR Y ENAJENAR LOS BIENES MUEBLES E INMUEBLES NECESARIOS PARA EL CUMPLIMIENTO DE ESTE FIN.
- H. EXPEDIR SU REGLAMENTO INTERIOR.
- I. LAS DEMAS QUE ESTE DECRETO Y OTRAS DISPOSICIONES LE CONFIERAN PARA EL CUMPLIMIENTO DE SUS FINES (7).

LA POLITICA DE COMUNICACION SOCIAL DEL INSTITUTO SE HA AJUSTADO A LOS SIGUIENTES OBJETIVOS:

- \* OPERAR, DE MANERA INTEGRADA, LAS DIVERSAS ENTIDADES RELACIONADAS CON LA ACTIVIDAD RADIOFONICA PERTENECIENTE AL PODER EJECUTIVO FEDERAL.
- \* CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DE LA INTEGRACION NACIONAL.
- \* CONTRIBUIR AL MEJORAMIENTO DE LAS FORMAS DE CONVIVENCIA HUMANA.
- \* ESTIMULAR LA DESCENTRALIZACION CULTURAL (8).

---

SE EXPONE A CONTINUACION, DE MANERA GENERAL, CUAL FUE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACION A SEGUIR, POR LA INSTITUCION.

POR UN LADO, EL CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS PRODUCIDOS POR EL IMER, ASI COMO LA PROGRAMACION DE LAS ESTACIONES RADIOFONICAS QUE OPERA EN LA ZONA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE MEXICO, BUSCAN RESPONDER A LAS DEMANDAS PLANTEADAS EN EL "FORO DE CONSULTA POPULAR DE COMUNICACION SOCIAL", COMO TAMBIEN REFLEJAR FIELMENTE LAS POLITICAS QUE EN ESTA MATERIA FUERON DELINEADAS EN EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1983-1988.

CABE SEÑALAR QUE EL IMER DISEÑA LA PROGRAMACION DE SUS ESTACIONES SOBRE LA BASE DE UN TRABAJO DE INVESTIGACION DE CAMPO, QUE INCLUYE ENCUESTAS ENTRE SU AUDITORIO INTENCIONAL Y POTENCIAL, BUSCANDO CUBRIR SEIS TEMATICAS QUE SE CONSIDERAN FUNDAMENTALES:

1. CULTURA; LOS PROGRAMAS DESTINADOS A DIFUNDIR LAS DIVERSAS MANIFESTACIONES ARTISTICAS, CIENTIFICAS Y HUMANISTICAS, TANTO NACIONALES COMO INTERNACIONALES.
2. EDUCACION; TIENEN COMO OBJETO LA TRANSMISION DE CONOCIMIENTOS PARA LA FORMACION INTEGRAL DEL INDIVIDUO, SUSTENTANDOLA DE PREFERENCIA EN PRINCIPIOS PEDAGOGICOS.
3. INFORMACION; LOS PROGRAMAS CONCERNIENTES A ELLA, ESTAN DESTINADOS A ENTERAR, COMENTAR Y ANALIZAR EL ACONTECER NACIONAL E INTERNACIONAL.
4. ORIENTACION; LOS PROGRAMAS ESTAN DESTINADOS A TRANSMITIR INFORMACION QUE ORIENTE A LA CIUDADANIA SOBRE EL MEJORAMIENTO DE SUS CONDICIONES DE VIDA.
5. ENTRETENIMIENTO; TIENEN COMO OBJETIVO EL LOGRAR UNA SANA DIVERSION, SIN EXIGIR GRAN ESFUERZO DE CONCENTRACION EN EL OYENTE.
6. DEPORTES; LOS PROGRAMAS DEPORTIVOS ESTAN DESTINADOS A FOMENTAR EL DEPORTE NO PROFESIONAL E INFORMAR SOBRE SU PRACTICA.

POR OTRO LADO, PARA INSTRUMENTAR DICHA ESTRATEGIA Y, AL MISMO TIEMPO, DAR RESPUESTA A DOS DE LAS DEMANDAS QUE MAS CONSENSO ALCANZARON EN LA CONSULTA POPULAR, SE DEFINIERON TRES FORMAS DE REALIZAR Y CONCEBIR LA PRODUCCION:

- \* LA INSTITUCIONAL,
- \* LA DE REGIONALIZACION Y DESCENTRALIZACION, Y
- \* LA DE PARTICIPACION SOCIAL.

LA INSTITUCIONAL SE REFIERE A LOS PROGRAMAS CONCEBIDOS Y PRODUCIDOS UNICAMENTE POR EL IMER, REALIZADOS EN COLABORACION CON OTRAS ENTIDADES GUBERNAMENTALES, O CON OTROS PAISES.

---

LA DE REGIONALIZACION Y DESCENTRALIZACION, SON PROGRAMAS CONCEBIDOS Y PRODUCIDOS POR EL INSTITUTO CON LA PARTICIPACION DE DIFERENTES ORGANISMOS, GRUPOS O ASOCIACIONES PERTENECIENTES A CADA UNO DE LOS ESTADOS DE LA FEDERACION.

LA TERCERA, DE PARTICIPACION SOCIAL, SE REFIERE A LOS PROGRAMAS CONCEBIDOS Y PRODUCIDOS POR EL INSTITUTO, EN COLABORACION CON DIFERENTES GRUPOS DE LA SOCIEDAD.

EN SUMA, LA INTENCION DEL GOBIERNO DE MIGUEL DE LA MADRID, AL CONSTITUIR EL IMER FUE "QUE NO SE DUPLIQUEN LAS FUNCIONES Y ESFUERZOS, Y QUE NO SE YUXTAPONGAN PARA QUE SEA MAS CONGRUENTE EL TRABAJO" (9).

LA ESTRUCTURA DEL IMER CONSIDERA POR DECRETO, LA EXISTENCIA DE UNA JUNTA DIRECTIVA, FORMADA POR LOS TITULARES DE ALGUNAS SECRETARIAS DE ESTADO; UN DIRECTOR GENERAL, NOMBRADO DIRECTAMENTE POR EL EJECUTIVO FEDERAL; UN CONSEJO CONSULTIVO, AL QUE "PERTENECEN PERSONALIDADES DISTINGUIDAS EN EL CAMPO DE LA COMUNICACION" (10), Y UN COMITE DE VIGILANCIA. ASIMISMO, EL TRABAJO ESTA ORGANIZADO POR VARIAS DIRECCIONES Y GERENCIAS DE CADA UNA DE LAS EMISORAS. EL TRABAJO DEL IMER CONSISTE, PRINCIPALMENTE, EN LA OPERACION DIRECTA DE EMISORAS Y LA PRODUCCION DE MATERIALES, PARA LAS RADIODIFUSORAS CON LAS CUALES SE TIENE UN CONVENIO DE COLABORACION, ASI COMO PARA LA DIRECCION GENERAL DE RADIO, TELEVISION Y CINEMATOGRAFIA (RTC), EN EL APROVECHAMIENTO DEL TIEMPO OFICIAL (EL ARTICULO 59 DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y T.V., SEÑALA EL OTORGAMIENTO DE TREINTA MINUTOS DIARIOS CONTINUOS O DESCONTINUOS).



---

### 1.3. LOGROS RELEVANTES DEL IMER.

---

GENERALMENTE LA RADIO, COMO TAL, SE LIMITA A LAS CUATRO PAREDES DE UN ESTUDIO DE GRABACION, DONDE CON PACIENCIA, SENSIBILIDAD Y TEMPERAMENTO, SE PROCESAN LOS MENSAJES, QUE LUEGO SE HABRAN DE SOMETER A LA OPINION DEL RADIOESCUCHA.

EL TRABAJO COLECTIVO, HA TENIDO RESULTADOS SATISFATORIOS, DIGNOS DE CONSIDERARLOS COMO LOGROS DE LA INSTITUCION. A CONTINUACION, SE MENCIONAN ALGUNOS SUCESOS Y RECONOCIMIENTOS QUE SE DIERON DURANTE EL PERIODO 1983-1988.

- \* DESDE EL MOMENTO DE SU CREACION EN 1983, EL IMER ORGANIZO Y COORDINO "EL FORO DE CONSULTA POPULAR DE COMUNICACION SOCIAL, SECTOR RADIO", EN EL QUE SE GENERARON LOS PRINCIPIOS Y ACCIONES EN LOS QUE SE BASA SU PROGRAMACION.
- \* DURANTE 1984, EN CUMPLIMIENTO A LAS MEDIDAS DE SIMPLIFICACION ADMINISTRATIVA DICTADAS POR EL EJECUTIVO FEDERAL, SE SUPRIMIERON LOS CONSEJOS DE ADMINISTRACION DE LAS SOCIEDADES ANONIMAS, SUSTITUYENDOSELAS POR UN ADMINISTRADOR UNICO, RESPONSABILIDAD QUE ASUMIO EL DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO.
- \* SE ESTABLECIERON CONVENIOS DE INTERCAMBIO Y COPRODUCCION CON LOS GOBIERNOS DE LOS ESTADOS DE COLIMA, CHIAPAS, HIDALGO, JALISCO, SONORA, TABASCO, QUINTANA ROO, Y CON LAS RADIODIFUSORAS UNIVERSITARIAS DE BAJA CALIFORNIA, AGUASCALIENTES, DURANGO Y SINALOA.
- \* TENIENDO A LA POLITICA DE COMUNICACION SOCIAL DEL ESTADO COMO MARCO DE REFERENCIA, SE PUSO EN MARCHA, EL 11 DE MARZO DE 1985, EL SISTEMA NACIONAL DE NOTICARIOS (SNN), CON UNA EMISION DE 3 RESUMENES DIARIOS DE 30 MINUTOS CADA UNO. LA FINALIDAD ERA CONTAR CON UN MEDIO DE EXPRESION A TRAVES DEL CUAL SE INFORMARA OBJETIVA E INSTANTANEAMENTE DEL QUEHACER GUBERNAMENTAL, ASI COMO DE LOS SUCESOS MAS IMPORTANTES DE NUESTRO PAIS Y DEL RESTO DEL MUNDO.
- \* EL IMER SE HACE PRESENTE EN EL LANZAMIENTO DEL SATELITE MORELOS I, UNA GRAN APORTACION PARA LA RADIODIFUSION NACIONAL.

EL 17 DE JUNIO DE 1985, A LAS 5:15 DE LA MAÑANA CUBRE EL LANZAMIENTO DEL COHETE "DISCOVERY". LOGRANDOSE UNA PERFECTA TRANSMISION.

---

---

\* EL 17 DE AGOSTO DE 1985, EN EL "SALON AZTLAN" DE LA CIUDAD DE GUADALAJARA, JALISCO, LA ASOCIACION MEXICANA DE PERIODISTAS DE RADIO Y TELEVISION (AMPRYT), OTORGO UNO DE SUS TROFEOS "CALENDARIO AZTECA DE ORO" A LAS RADIODIFUSORAS DEL IMER, TOMANDO EN CUENTA SU PROGRAMACION Y ESFUERZO EN PRO DE LA RADIO.

\* EL 19 DE SEPTIEMBRE DE 1985, CUANDO UN SISMO DESTRUYO UNA PARTE DE LA CIUDAD DE MEXICO, 4 DIAS POSTERIORES, LA RADIO FUE UN EFICAZ INSTRUMENTO DE UNIDAD Y COORDINACION.

LAS RADIODIFUSORAS DEL IMER, REALIZARON TRANSMISIONES ESPECIALES DE SERVICIO SOCIAL, COMO NUNCA SE VIO EN LA RADIODIFUSION MEXICANA.

APOYADOS EN UNA INFRAESTRUCTURA HUMANA QUE RAPIDAMENTE COMPRENDIO EL PAPEL QUE DEBIA DESEMPEÑAR EN LA EMERGENCIA, LOS MENSAJES SE SUCEDIERON LAS 24 HORAS DURANTE NUEVE DIAS.

\* MEXICO EN EL ESPACIO EXTERIOR:

EL TRANSBORDADOR "ATLANTIS" FUE LANZADO EL MARTES 26 DE NOVIEMBRE DE 1985 Y LLEVO A BORDO, ENTRE OTROS, AL CIENTIFICO RODOLFO NERI VELA, EL PRIMER ASTRONAUTA MEXICANO.

EN ESTE GRAN ACONTECIMIENTO, UN EQUIPO DEL IMER ESTUVO PRESENTE, DESDE CABO KENNEDY, PARA INFORMAR AL RESPECTO, IRENE MORENO (LOCUTORA), SE CONVIRTIÓ EN LA PRIMERA MEXICANA CUYA VOZ LLEGO AL ESPACIO EXTERIOR.

\* DURANTE 1986, EL INSTITUTO AUMENTO DE 8 A 13 RADIODIFUSORAS CON LA INCORPORACION DE : XHUAN-FM EN TIJUANA, B.C.; XHUAR-FM EN CD. JUAREZ, CHIH.; XERF EN CD. ACUÑA, COAH.; Y XEBCO EN COLIMA, COL.

\* EL 7 DE JULIO DE 1986, EL IMER FIRMO UN CONVENIO DE COMERCIALIZACION Y COLABORACION MUTUA CON RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A. (RASA).

ASIMISMO, CELEBRO UN CONVENIO DE INTERCAMBIO CON EMPRESAS RADIODIFUSORAS, S.A. Y LA COMPAÑIA PROVEEDORA DE PARTES Y EQUIPOS, S.A. DE C.V., POR EL CUAL EL INSTITUTO ADQUIRIO NUEVE PARABOLAS Y EL ENLACE RADIOELECTRICO DE FM PARA UTILIZAR EL SISTEMA DE SATELITE MORELOS.

\* EN EL "SALON FRACCIONRAMA 2,000", DE LA CD. DE CAMPECHE, CAMPECHE, LA AMPRYT, OTORGO EL 22 DE AGOSTO DE 1986, UN "CALENDARIO AZTECA", UNA VEZ MAS, AL IMER, POR TENER COMO COMUN DENOMINADOR LA DIFUSION DE "LA MEXICANIDAD TRASCENDENTE" Y LA ENTREGA PROFESIONAL DE TODO EL PERSONAL EN LOS SUCESOS DE SEPTIEMBRE DE 1985.

\* A PARTIR DEL 26 DE JULIO DE 1987, POR ACUERDO DEL C. PRESIDENTE DE LA REPUBLICA Y CON MOTIVO DEL 50 ANIVERSARIO DE LA HORA NACIONAL, LOS PRIMEROS 30 MINUTOS EN CADENA NACIONAL SE DESTINARON AL MENSAJE

---

FEDERAL, Y LOS SIGUIENTES 30 MINUTOS SE CANALIZARON A LA DIFUSION DEL MENSAJE DE CADA UNA DE LAS ENTIDADES, EN CADENAS ESTATALES.

\* PARA EL AÑO DE 1987, LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, AUTORIZO AL IMER A UTILIZAR UN CANAL DEL SISTEMA DEL SATELITE MORELOS.

TODOS ESTOS FUERON ACONTECIMIENTOS QUE LE DIERON UNA SOLIDA CONSOLIDACION AL IMER.

LOS RESULTADOS DURANTE 1983-1988, FUERON AMPLIAMENTE SATISFACTORIOS, SI SE TOMAN EN CONSIDERACION LAS CIRCUNSTANCIAS QUE PREVALECIERON CON MOTIVO DE LA DIFICIL SITUACION ECONOMICA POR LA QUE ATRAVESO EL PAIS, AUNADO A LA POLITICA DE AUSTERIDAD Y RACIONALIDAD EN EL GASTO PUBLICO.

A PESAR DE ELLO, EL IMER CONCIENTE DE LA GRAN RESPONSABILIDAD QUE ASUME EN MATERIA DE COMUNICACION SOCIAL DEL ESTADO, DESARROLLO SU MAYOR ESFUERZO PARA LOGRAR UNA CONSTANTE SUPERACION.

---

#### **1.4. ESTACIONES RADIOFONICAS EN EL DISTRITO FEDERAL Y EN EL INTERIOR DE LA REPUBLICA.**

---

AMPLIAR Y FORTALECER EL NUMERO DE RADIODIFUSORAS FORMA PARTE DE LA RESPONSABILIDAD ASUMIDA POR EL IMER.

UNA INSTITUCION DE ESTA NATURALEZA SOLO PODIA CUMPLIR SUS FUNCIONES SI ADQUIRIA RADIODIFUSORAS NO SOLO EN EL D.F., SINO TAMBIEN EN EL INTERIOR DE LA REPUBLICA. EN TAL VIRTUD, TENIA QUE FORMAR UNA RED RADIOFONICA, YA FUERA POR INSTALACION DE NUEVAS ESTACIONES O ADQUISICION DE YA EXISTENTES, POR COMPRA O CONVENIO, CON GOBIERNOS ESTATALES Y ENTIDADES GUBERNAMENTALES.

EN SU AFAN DE SER COHERENTE CON LOS OBJETIVOS DE SU CREACION, REALIZO UNA EXPANSION DE RADIODIFUSORAS, ASI, EN LA ACTUALIDAD SIETE OPERAN EN EL DISTRITO FEDERAL, Y DIEZ EN EL INTERIOR DE LA REPUBLICA.

#### **ESTACIONES EN EL DISTRITO FEDERAL**

XEB, RADIO MEXICO O LA B GRANDE DE MEXICO

( 1220 AM )

XEMP, EL PERFIL TROPICAL

( 710 AM )

XERIN, RADIO INFANTIL

( 660 AM )

XEQK, LA HORA EXACTA

( 1350 AM / 9555 OC )

XHIMER, OPUS 94

( 94.5 FM )

XHOF-FM, ESTEREO JOVEN

( 105.7 FM )

XERMX-OC, RADIO MEXICO INTERNACIONAL

( EN ONDA CORTA )

---

## ESTACIONES EN EL INTERIOR DE LA REPUBLICA

EL AREA DE COBERTURA DEL IMER, A LO LARGO Y ANCHO DE NUESTRO TERRITORIO, ESTA CONSTITUIDA POR RADIODIFUSORAS QUE ESTAN AL SERVICIO DE LA INTEGRACION REGIONAL Y NACIONAL, GRACIAS AL DECIDIDO APOYO DEL GOBIERNO DE LOS ESTADOS.

CON UN 80% DE PRODUCCION PROPIA Y UN 20% DE PRODUCCION NACIONAL, CONTRIBUYEN A LA DESCENTRALIZACION, FORTALECIENDO NUESTROS VALORES CULTURALES EN TODOS LOS ORDENES.

XERF, RADIO FRONTERA, "LA VOZ DE LA AMISTAD"

( 1570 AM )

CD. ACUÑA, COAHUILA

XERQ, RADIO CANANEA, "LA VOZ DE LA CIUDAD DEL COBRE"

( 980 AM )

XHUAR, ESTEREO NORTE, "LA VOZ DEL BRAVO"

( 106.7 FM )

JUAREZ, CHIHUAHUA

XHUAN, ESTEREO FRONTERA, "LA VOZ DEL NOROESTE"

( 102.5 FM )

TIJUANA, BAJA CALIFORNIA NORTE

XERA, RADIO CHIAPAS, "LA VOZ DE LOS ALTOS"

( 760 AM )

SAN CRISTOBAL DE LAS CASAS, CHIAPAS

XECAH, RADIO CHIAPAS, "LA VOZ DEL SOCONUSCO"

( 1350 AM )

CACAOHATAN, CHIAPAS

XEMIT, RADIO CHIAPAS, "LA VOZ DE BALUN CANAN"

( 540 AM )

COMITAN, CHIAPAS

XEBCO, RADIO OCCIDENTE, "LA VOZ DE COLIMA"

( 1210 AM )

COLIMA, COLIMA

---

XELAC, RADIO AZUL, "LA VOZ DEL BALSAS"

( 1560 AM )

LAZARO CARDENAS, MICHOACAN

XHSCO, ESTEREO ISTMO, "LA VOZ DEL SUR"

( 96.5 FM )

SALINA CRUZ, OAXACA

ACTUALMENTE, UNA CARACTERISTICA IMPORTANTE DE LAS RADIODIFUSORAS ES QUE SU PRODUCCION ESTA BASADA EN PROGRAMAS, ESTRUCTURADOS COMO UNIDADES COMPLETAS, CON PRINCIPIO, DESARROLLO Y FINAL, Y CON OBJETIVOS DEFINIDOS.

**LA PROGRAMACION SE DISTRIBUYE DE LA SIGUIENTE MANERA:**

CULTURA ----- 48 %  
ENTRETENIMIENTO ----- 20 %  
ORIENTACION ----- 13 %  
INFORMACION ----- 12 %  
EDUCACION ----- 5 %  
DEPORTES ----- 2 %

PARA TERMINAR ESTE INCISO, CABE SEÑALAR QUE, A PARTIR DEL 11 DE MARZO DE 1985, OPERA EL SISTEMA NACIONAL DE NOTICARIOS ( SNN ) DEL IMER.

DIARIAMENTE, EL SNN PROPORCIONA AL AUDITORIO LA INFORMACION SOBRE EL ACONTECER NACIONAL E INTERNACIONAL EN TODOS LOS ORDENES.

EL NOTICARIO, ES LA COLUMNA VERTEBRAL DEL SNN. SE TRANSMITE DE LUNES A VIERNES Y CONSTA DE CINCO SECCIONES:

INFORMACION

- \* NACIONAL
- \* INTERNACIONAL
- \* DEPORTIVA
- \* CULTURAL
- \* METROPOLITANA

DE LAS 07:00 A LAS 8:00 HORAS, A TRAVES DEL SISTEMA DE SATELITE "MORELOS", SE TRANSMITE EL NOTICARIO POR MULTIPLES RADIODIFUSORAS DE LA REPUBLICA.

PARALELAMENTE, AL TERMINO DE CADA HORA DE PROGRAMACION, EL SNN OFRECE UN RESUMEN INFORMATIVO DE CINCO MINUTOS.

"EL SNN SE NUTRE DE DIVERSAS FUENTES: TRES AGENCIAS NOTICIOSAS, UN GRUPO DE CORRESPONSALES QUE OPERA EN TODO EL PAIS, LA RED DE CORRESPONSALES EXTRANJEROS DE LA AGENCIA NOTIMEX, EL SISTEMA COMPUTARIZADO SECObI Y, NATURALMENTE, EL EQUIPO DE REPORTEROS DEL IMER" (11).

---

## 1.5. HECHOS SIGNIFICATIVOS OCURRIDOS DURANTE 1989-1990

---

BIEN SABIAMOS QUE EL NUEVO REGIMEN TRAERIA ALGUNOS CAMBIOS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO DE LA RADIO NO LUCRATIVA Y, POR CONSIGUIENTE, EN EL IMER.

EL NUEVO DIRECTOR DR. GERARDO ESTRADA RODRIGUEZ, ANUNCIO QUE EL INSTITUTO AMPLIARIA SUS ACTIVIDADES:

"EL TRABAJO DEL IMER ESTA SIENDO SUSTANCIALMENTE REESTRUCTURADO, TANTO EN SU PROGRAMACION COMO EN SU APERTURA A LA PARTICIPACION SOCIAL. SE ATIENDE MAS A LA INVESTIGACION, SE TRATA DE CONOCER MAS LAS PREFERENCIAS DEL AUDITORIO Y SE PROCURA LA INNOVACION RADIOFONICA.

SE TRATA DE QUE LOS PERFILES DE LAS EMISORAS EN EL D.F. ESTEN MAS DEFINIDOS Y CUIDEN MAS TODO AQUELLO QUE DESATIENDE LA RADIO COMERCIAL.

HAY LA INTENCION MARCADA DE HACER UNA RADIO VIVA Y PARTICIPATIVA, ABRIENDO LOS MICROFONOS Y EL TELEFONO AL PUBLICO, ORGANIZANDO ACTIVIDADES DE PARTICIPACION DIRECTA, PRINCIPALMENTE TALLERES INFANTILES Y CONCIERTOS PUBLICOS, ASI COMO LA AMPLIACION DE ESPACIOS PARA QUE EL PUBLICO OPINE" (12).

A CONTINUACION SE PRESENTAN ALGUNOS HECHOS SIGNIFICATIVOS OCURRIDOS DURANTE 1989 Y 1990, DURANTE EL ACTUAL GOBIERNO:

- \* DURANTE LA VISITA DEL PRESIDENTE CARLOS SALINAS DE GORTARI A WASHINGTON Y NUEVA YORK, LOS DIAS 3, 4 Y 5 DE OCTUBRE DE 1989, EL IMER ESTUVO PRESENTE EN ESTA TRASCENDENTAL GIRA A TRAVES DE EL NOTICARIO.
- \* UNO DE LOS ACONTECIMIENTOS MAS IMPORTANTES DE LA INSTITUCION DURANTE 1989, FUE, SIN LUGAR A DUDAS, LA REUNION QUE SOSTUVIERON LOS GERENTES Y DIRECTIVOS DEL IMER, LOS DIAS 12 Y 14 DE DICIEMBRE.
- \* EL 13 DE DICIEMBRE DE 1989, ANTE LA JUNTA DIRECTIVA DE ESTE INSTITUTO, SE PROPUSO INCREMENTAR UNA SERIE DE ACCIONES QUE SE CONCENTRARAN EN TRES OBJETIVOS BASICOS:
  - A) "GARANTIZAR AL GOBIERNO FEDERAL UNA COBERTURA NACIONAL, RAPIDA Y EFICAZ, A TRAVES DE UN SISTEMA PROPIO DE RADIODIFUSION";
  - B) "FORTALECER LA CREDIBILIDAD, POR PARTE DE LOS CIUDADANOS, DEL MENSAJE GUBERNAMENTAL", Y

---

C) "LOGRAR LA AUTOSUFICIENCIA A FIN DE NO IMPLICAR UNA CARGA ECONOMICA PARA EL ESTADO" (13).

SER ESCUCHADO A LA VEZ QUE ESCUCHAR ES, EN CONSECUENCIA, LA PREMISA DE TRABAJO DEL IMER, DE AHI EL LEMA QUE ACOMPAÑA A SUS SIGLAS: "LA RADIO, CULTURA QUE SI SE ESCUCHA" (14).

EN 1990, CONSIDERO DOS ACONTECIMIENTOS RELEVANTES:

PRIMERO. LA PUBLICACION DEL LIBRO LA OTRA RADIO, DE LA ESCRITORA JALISCIENSE CRISTINA ROMO GIL, CON EL QUE EL INSTITUTO HA PUESTO EN MARCHA UN AMPLIO PROYECTO EDITORIAL ORIENTADO A:

- 1) DISPONER DE UNA BASE BIBLIOGRAFICA Y DOCUMENTAL QUE DE CUENTA DEL ESTADO ACTUAL QUE GUARDA LA RADIODIFUSION NACIONAL.
- 2) ENRIQUECER EL ACERVO DOCUMENTAL Y BIBLIOGRAFICO DEL QUEHACER RADIOFONICO.
- 3) BRINDAR APOYO A LA DIFUSION DE TRABAJOS SOBRE COMUNICACION RADIOFONICA Y CONTRIBUIR A LA FORMACION DE INVESTIGADORES DE ESTE MEDIO (15).

SEGUNDO. LA MAGIA DE LA RADIODIFUSION O

"CUANDO LA RADIO CONMOVIO AL MUNDO"

CON LA PUESTA EN ESCENA DEL ESPECTACULO TEATRAL "CUANDO LA RADIO CONMOVIO AL MUNDO", LA HISTORIA DE LA RADIO CANTADA POR EL TEATRO, EL IMER HIZO POSIBLE QUE LA MAGIA Y LA FANTASIA DE LA RADIODIFUSION, PRINCIPALMENTE LA DE LA DECADA DE LOS AÑOS CUARENTA, SE HICIERA REALIDAD. LA ESCENIFICACION DE UNA SERIE DE "JINGLES" (ANUNCIOS CANTADOS) Y DE FRAGMENTOS DE PROGRAMAS QUE HICIERON EPOCA, PROVOCO QUE EL RADIOESCUCHA SE CONVIRTIERA EN ESPECTADOR DE SUS PROPIAS IMAGENES.

NOS HABLA EL DIRECTOR GENERAL, DOCTOR GERARDO ESTRADA: "UNA BUENA MANERA DE ENCONTRAR NUEVAS PERSPECTIVAS QUE REVITALICEN AL MEDIO Y BENEFICIAR AL IMER, ES VER AL PASADO, VALORAR LO QUE HEMOS SIDO Y LO QUE SE HA HECHO EN ESTE MEDIO...TAMBIEN EL RENDIR HOMENAJE A LOS PIONEROS DE ESTE MEDIO" (16).

EL TEATRO DENTRO DE LA RADIO O LA RADIO DENTRO DEL TEATRO, SE PRESENTO, A PARTIR DE SEPTIEMBRE DE 1990, EN EL TEATRO AZUL Y PLATA DEL MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES.

CON TODO LO EXPUESTO ANTERIORMENTE, HE TRATADO DE DAR A CONOCER, A GRANDES RASGOS, EL TRABAJO DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO, QUE INTENTA ENTREGAR A LA POBLACION MEXICANA UNA RADIODIFUSION QUE CORRESPONDA A SU TIEMPO. ESTA TAREA NO HA ESTADO EXENTA DE PROBLEMAS, SIN EMBARGO, CON IMAGINACION, TALENTO Y PRODUCTIVIDAD NO SOLO SE HA MANTENIDO EL PASO SINO QUE, EN DIVERSAS OCASIONES, SE HA ACELERADO.



---

LOS RESULTADOS OBTENIDOS HASTA LA FECHA, SON FRUCTIFEROS. ACTUALMENTE, EL IMER CUENTA CON UNA PROGRAMACION PARA TODAS LAS EDADES Y TODOS LOS SECTORES SOCIALES; ESTACIONES DE GRAN TRADICION O DE FRESCA NOVEDAD, ESTACIONES QUE SE HACEN ESCUCHAR PORQUE ESCUCHAN, A SU VEZ, AL AUDITORIO.

EL IMER CUENTA CON LOS ESTUDIOS DE GRABACION MAS MODERNOS Y FUNCIONALES DE AMERICA LATINA, UNO DE ELLOS, CON CAPACIDAD PARA ALOJAR A UNA ORQUESTA SINFONICA, ADEMAS, OFRECEN UNA VARIEDAD DE SERVICIOS RADIOFONICOS, COMO SON LOS DE GRABACION, COPIADO Y TRANSMISION DE MENSAJES Y PROMOCIONALES.

DISPONE DE UNIDADES MOVILES PARA LA TRANSMISION DE PROGRAMAS A CONTROL REMOTO Y UN CENTRO DE REPRODUCCION DE AUDIO. EXISTE UN RICO ACERVO DISCOGRAFICO, QUE INCLUYE TODOS LOS GENEROS Y CORRIENTES MUSICALES, Y OTRO BIBLIOGRAFICO Y DOCUMENTAL, RELATIVO A LOS MULTIPLES ASPECTOS DE LA RADIODIFUSION.

EL PERSONAL DEL IMER ESTA EN CONDICIONES DE PROPORCIONAR SERVICIOS PROFESIONALES EN MATERIA DE DIRECCION ARTISTICA, PRODUCCION Y LOCUCION, O BIEN PARA LA INTEGRACION DE ELENOS ARTISTICOS Y DE APOYO A LA PRODUCCION: ACTORES, MUSICOS, EFECTISTAS, ETCETERA.

NO CABE DUDA QUE EL CAMINO ES LARGO. HAY MUCHO POR HACER PARA MANTENER UNA CONSTANTE SUPERACION, SIN EMBARGO, EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO TRABAJA PARA ALCANZARLA.

---

## CAPITULO 2

---

---

## CAPITULO 2: EL DISEÑO GRAFICO EN EL IMER

---

POCAS VECES NOS PERCATAMOS DE LA RIQUEZA QUE GUARDA UN CONCEPTO POR LA SIMPLE ETIMOLOGIA DE SU NOMBRE, SOBRE TODO EN CASOS COMO EL DISEÑO. EL NOMBRE DE ESTA ACTIVIDAD REMITE A DOS O TRES RAICES ETIMOLOGICAS LATINAS Y SEIS INTERPRETACIONES DISTINTAS EN DOS LENGUAS ROMANCES.

LA PALABRA ITALIANA DISEGNO SE DESPRENDE DE DOS RAICES LATINAS: DISEGNARE QUE SIGNIFICA SEÑALAR, Y DESIGNIO, QUE SIGNIFICA PENSAMIENTO O PROPOSITO. ANALIZANDO EL SIGNIFICADO DE AMBOS VOCABLOS, NOS ACERCAMOS A LO QUE ES EN SI EL DISEÑADOR; UN PROFESIONAL CAPACITADO PARA ELABORAR SEÑALES O MENSAJES CON UN PENSAMIENTO O PROPOSITO PREVIAMENTE DETERMINADO.

ES INNEGABLE QUE NO SE LE HABIA DADO LA IMPORTANCIA QUE TIENE, HASTA HACE RELATIVAMENTE POCO TIEMPO EN QUE EL DISEÑO PASA DE SU FASE INVENTIVA A UNA FASE CONSUMISTA, DEBIDO AL DESARROLLO DE LA PRODUCCION MASIVA. EN CONSECUENCIA, EL DISEÑO GRAFICO SE ENCARGA DE DETERMINAR LOS ELEMENTOS DEL LENGUAJE VISUAL QUE DAN CONFIGURACION A UN MENSAJE ESPECIFICO DE LA MANERA MAS CLARA Y ENTENDIBLE POR UN BUEN NUMERO DE PERSONAS, BASANDOSE EN UN ACERVO CULTURAL QUE TAMBIEN SERA ESPECIFICO.

DE AQUI QUE EL PROFESIONAL DEL DISEÑO GRAFICO DEBE SER CAPAZ DE APORTAR DE UNA MANERA CREATIVA SOLUCIONES A DIVERSOS PROBLEMAS DE COMUNICACION GRAFICA QUE SE PRESENTEN, CONTRIBUYENDO ASI A LA SATISFACCION DE NECESIDADES DEL CONSUMIDOR QUE SURGEN EN NUESTRA SOCIEDAD EN FORMA DE DEMANDA.

---

## 2.1. EL SIMBOLO-LOGOTIPO INSTITUCIONAL

---

EN UN PRINCIPIO, LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL IMER NO FUE DEL TODO COMPLETA Y SATISFACTORIA, INICIANDOSE CON LA REALIZACION DE SU SIMBOLO-LOGOTIPO Y UNAS CUANTAS APLICACIONES INDISPENSABLES PARA PONER EN MARCHA A LA INSTITUCION.

SIN EMBARGO, LA IMAGEN INSTITUCIONAL ES MAS QUE ESO, LLEVA CONSIGO TODA CLASE DE EXPRESIONES VISUALES COMO: PAPELERIA BASICA, FOLLETOS, CARTELES, DESPLEGADOS, ETC. ASI COMO OTROS MEDIOS GRAFICOS QUE CONFIGURAN EL AMBIENTE TOTAL DE LA INSTITUCION, A TRAVES DE LOS CUALES SU PUBLICO LA IDENTIFICA Y DISTINGUE.

EL SIMBOLO-LOGOTIPO, REALIZADO POR EL DISEÑADOR JOSE ANTONIO PEREZ ESTEVA, REPRESENTA A TRAVES DE SUS ELEMENTOS, LAS CARACTERISTICAS QUE DEFINEN A LA INSTITUCION Y A SUS ACTIVIDADES.

### **SIMBOLO.**



EL SIMBOLO REPRESENTA, A MI ENTENDER, LA ABSTRACCION DE UNA ANTENA CON SUS ONDAS QUE SE PROPAGAN, TENIENDO COMO ENVOLVENTE A UN HEXAGONO.

POR SUS TRAZOS CIRCULARES Y BIEN DEFINIDOS, LOS ELEMENTOS DE LA IMAGEN DENOTAN CONFIANZA Y DINAMISMO; ES SENCILLA Y FUERTE, POR LO QUE COMUNICA SU MENSAJE EN FORMA RAPIDA Y CLARA.

---

LA TIPOGRAFIA QUE SE ELIGIO PARA EL TEXTO:

- SECRETARIA DE GOBERNACION
- INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO
- COMUNICACION SOCIAL RADIOFONICA

CUENTA CON RASGOS QUE APOYAN Y COMPLEMENTAN EL MENSAJE DEL SIMBOLO.

LOGOTIPO.

TIPOGRAFIA: MICROGRAMMA

**IMER**

**SECRETARIA DE GOBERNACION**  
**Instituto Mexicano**  
**de la Radio**

---

*comunicación social radiofónica*

SU TRAZO DEFINIDO DENOTA SEGURIDAD: EL TEXTO EN ALTAS PROYECTA SERIEDAD. SU SLOGAN (FRASE PUBLICITARIA CONCISA Y DIRECTA), POR SU INCLINACION, REPRESENTA MOVIMIENTO-ACTIVIDAD.

LAS PROPORCIONES, PESOS Y DISTRIBUCION FUERON DISEÑADOS CON UN PROPOSITO ESPECIFICO: INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO. NOS PERMITE RECONOCER VERBALMENTE A LA INSTITUCION, APARECE EN ALTAS Y BAJAS, PERO DE MAYOR TAMAÑO A COMPARACION DE LOS DEMAS TEXTOS.

ESTA VARIEDAD DE PESOS Y TAMAÑOS PROYECTA VERSATILIDAD Y LA COMPOSICION REPRESENTA CONFIANZA Y RESPONSABILIDAD.

LA RELACION ENTRE SIMBOLO-TIPOGRAFIA FUE DISEÑADA TOMANDO EN CUENTA LAS CARACTERISTICAS PARTICULARES DE CADA ELEMENTO, PARA QUE EN CONJUNTO APOYEN MUTUAMENTE SU MENSAJE, DOTANDO A LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE MAYOR FUERZA Y CLARIDAD.

---

INTEGRACION SIMBOLO-TIPOGRAFIA



**SECRETARIA DE GOBERNACION**  
**Instituto Mexicano**  
**de la Radio**

---

---

*comunicación social radiofónica*

DADO QUE EL SIMBOLO ES MAS FUERTE COMO ELEMENTO GRAFICO DE REPRESENTACION, SE UBICO EN PRIMER TERMINO Y EN MAYOR PROPORCION EN RELACION A LA TIPOGRAFIA, SIN RESTARLE PRESENCIA A ESTA.

POR ULTIMO, CABE HACER MENCION QUE EL COLOR ASIGNADO PARA EL SIMBOLO-TIPOGRAFIA, FUE EL TERRACOTA (P.484). SIN EMBARGO, EN LA MAYORIA DE LOS CASOS APARECIERA EN NEGRO.

---

## 2.2. LA OFICINA DE DISEÑO, FUNCIONES Y OBJETIVOS.

---

EN 1983, EL DIRECTOR DE LA DIRECCION DE INGENIERIA DEL IMER, ING. FERNANDO CEBALLOS BETANCOURT, CREA UNA OFICINA DE DIBUJO TECNICO, CUYA FUNCION SERIA LA ELABORACION DE PLANOS, GRAFICAS, FORMAS Y UNA CARTELERA, CON LA PROGRAMACION DE LAS RADIODIFUSORAS EN EL D.F. Y EN PROVINCIA.

EN 1984, LA OFICINA DE DIBUJO TECNICO ESTABA INTEGRADA POR:

- \* MONICA CASTREJON
- \* GERARDO SOTELO
- \* ARTURO LOPEZ

ERA DIFICIL ACEPTAR QUE, SIENDO DISEÑADORES GRAFICOS, NOS DEDICAMOS PRINCIPALMENTE A LA REALIZACION DE PLANOS, FORMAS Y UNA CARTELERA SEMANAL QUE SE PUBLICABA EN VARIOS PERIODICOS.

POCO A POCO LAS NECESIDADES GRAFICAS DEL IMER FUERON CRECIENDO, Y CAMBIAMOS EL NOMBRE A LA OFICINA DE DIBUJO TECNICO A OFICINA DE DISEÑO. NOS HABIAMOS GANADO LA CONFIANZA SUFICIENTE PARA RESOLVER TODO TIPO DE NECESIDADES GRAFICAS DE LA INSTITUCION, COMO, LA ELABORACION DE FOLLETOS, CARTELES, DESPLEGADOS PARA PERIODICO, SIMBOLOS-LOGOTIPOS, ETCETERA.

NUESTRO PROPOSITO FUE DEMOSTRAR LA IMPORTANCIA DEL DISEÑO GRAFICO PARA LA INSTITUCION, YA QUE ELLO LE PERMITIRIA PROYECTAR UNA MEJOR IMAGEN AL RADIOESCUCHA.

OTRA META FUE QUE SE RECONOCIERA A LA OFICINA COMO DEPARTAMENTO, LO QUE IMPLICARIA LOGRAR NUESTRA INDEPENDENCIA, EN LA TOMA DE DECISIONES CONCERNIENTES AL ASPECTO GRAFICO, SIN LA INFLUENCIA O LINEAMIENTOS A LOS QUE PUDIERA ESTAR SUJETO NUESTRO TRABAJO COMO DISEÑADORES.

EN TERMINOS GENERALES, NUESTROS OBJETIVOS NO FUERON DEL TODO ALCANZADOS, YA QUE EN 1987 SE EMPEZO A DISOLVER EL EQUIPO DE TRABAJO, CUANDO MONICA CASTREJON RENUNCIO. AL AÑO SIGUIENTE, LA OFICINA PASO A DEPENDER DE LA DIRECCION GENERAL, Y JUSTAMENTE A FINALES DE 1988, TAMBIEN RENUNCIAMOS (ARTURO Y EL QUE ESTO ESCRIBE).

---

---

### **2.3. ACTIVIDADES Y LINEAMIENTOS A LOS QUE ESTUVO SUJETO EL DISEÑO GRAFICO.**

---

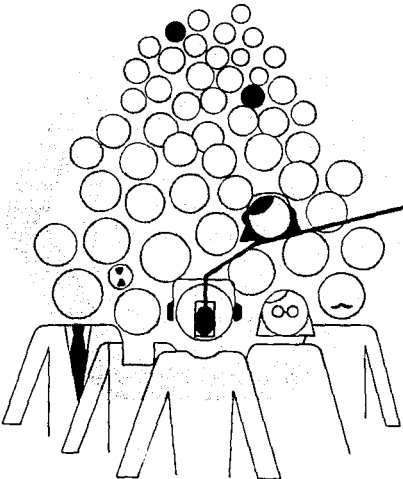
EL ROL DEL DISEÑO GRAFICO EN EL IMER, HA DESEMPEÑADO UN PAPEL RELEVANTE, A PESAR DE HABER TENIDO UN COMIENZO INCIERTO, FUE RETOMANDO PAULATINAMENTE, A TRAVES DE LA PROPIA ACTIVIDAD, SU LUGAR EN LA INSTITUCION.

SERIA DIFICIL MOSTRAR GRAFICAMENTE, TODO LO REALIZADO EN EL PERIODO 1984-1988, SIN EMBARGO, A CONTINUACION SE PRESENTA ALGUNOS TRABAJOS DESARROLLADOS.



A) DESPLEGADO O ANUNCIO IMPRESO EN PERIODICO.

**IMER**



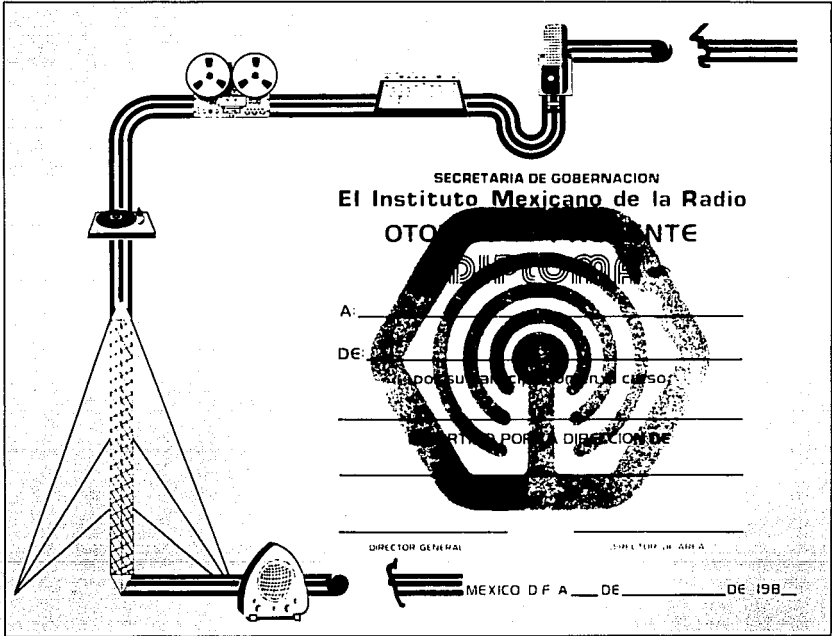
**SECRETARIA DE GOBERNACION**  
**Instituto Mexicano**  
**de la Radio**

---

*comunicación social radiofónica*

TAMAÑO REAL: 29 X 38 CMS.

B) DIPLOMA.



TAMAÑO REAL: 28 X 21 CMS.

C) FOLLETO.

**SECRETARIA DE GOBERNACION**

# TARIFA



**XERPM  
XEMP  
XEB  
XEQK  
XHOF-FM  
XELAC**

**INSTITUTO  
MEXICANO  
DE LA RADIO**



Station	Frequency
XERPM	560 kHz
XEMP	710 kHz
XEB	1220 kHz
XEQK	1350 kHz
XHOF-FM	105.7 MHz

TAMAÑO REAL: 14 X 21.5 CMS.

D) INVITACION.



**SECRETARIA DE GOBERNACION  
Instituto Mexicano  
de la Radio**

**El Instituto Mexicano de la Radio y la Embajada de Tailandia,  
tienen el honor de invitar a usted a la inauguración de la Muestra  
Cultural de Tailandia el próximo 28 del presente a las 18:30 hrs.**

**México, D.F., febrero de 1988.**

**Mayorazgo No. 83  
Col. Xoco**



ประเทศไทย

TAMAÑO REAL: 21 X 14 CMS.

E) DIFUSION GRAFICA EN PERIODICO, DEL MUNDIAL DE  
FUTBOL MEXICO '86 EN COORDINACION CON  
GRUPO ACIR Y RADIORAMA.

SINTONIA DIRECTA CON EL  
MUNDIAL MEXICO 86



  
SECRETARIA DE GOBERNACION  
Instituto Mexicano  
de la Radio

  
GRUPO  
ACIR  
ASOCIACION  
DE RADIO DIFUSION  
MEXICANA

  
RADIORAMA, S. A.

TODOS LOS PARTIDOS TODAS LAS JUGADAS  
TODOS LOS GOLES EN LAS MEJORES VOCES

TAMAÑO REAL: 23 X 24.5 CMS.

---

F) DISEÑO DE STAND PARA EVENTOS TALES COMO:

- \* FERIA DEL LIBRO (AUDITORIO NACIONAL)
- \* FERIA DEL HOGAR (PALACIO DE LOS DEPORTES)
- \* FERIA DE COLIMA (COLIMA, COL.)
- \* MEXICOM '86 / ULCRA '88 (TLAQUEPAQUE, JAL.)

EN CUANTO A LOS PROBLEMAS, BASICAMENTE FUERON DOS LOS QUE, A MI JUICIO, DE ALGUNA U OTRA FORMA, IMPIDIERON UNA MAYOR Y MEJOR PROYECCION GRAFICA DE LA INSTITUCION.

- A) LA MAYORIA DE LOS TRABAJOS SE IMPRIMIERON A UNA SOLA TINTA. LOS DESPLEGADOS PARA PERIODICO SIEMPRE FUERON EN BLANCO Y NEGRO, LO QUE RESTO PRESENCIA GRAFICA AL IMER, YA QUE EL COLOR ES DE SUMA IMPORTANCIA PARA CAUSAR UN MEJOR IMPACTO VISUAL; ALGUNAS VECES, PRIMERO SE VISUALIZA EL COLOR Y LUEGO LA FORMA O CONTENIDO.
- B) EL DISEÑO DEL SIMBOLO-LOGOTIPO PARA CADA UNA DE SUS RADIODIFUSORAS, TENDRIA QUE CONTENER EN SU TOTALIDAD ALGUNA CARACTERISTICA DE SU SIMBOLO INSTITUCIONAL. ESTA DECISION POR PARTE DEL IMER, NO FUE DE NUESTRO AGRADO, YA QUE LOS DISEÑOS ESTARIAN SUJETOS A UN PATRON ESTABLECIDO, SIN QUE LOS DISEÑOS TUVIERAN UNA IMAGEN PROPIA.

PARA MEJOR ENTENDIMIENTO, SE MUESTRA EN LA SIGUIENTE PAGINA ALGUNOS TRABAJOS REALIZADOS.

---

---

SIMBOLO INSTITUCIONAL



XERMX-OC, una voz hermana para los pueblos del mundo.  
La estación de onda corta del Instituto Mexicano de la Radio.

XHIMER-FM



94.5 FM Estéreo

La estación cultural  
del Instituto Mexicano de la Radio.



---

---

DE AQUI SURGE LA INQUIETUD POR HACER ESTA TESIS, QUE PRETENDE DEMOSTRAR QUE, SIN NINGUN LINEAMIENTO TAN RIGIDO COMO EL ANTES EXPUESTO, SE PUEDEN LOGRAR MEJORES RESULTADOS.

---

## 2.4. EL DISEÑO GRAFICO

1989-1990.

---

EN 1989, EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO LE DIO UN NUEVO GIRO A SU IMAGEN GRAFICA, AL CAMBIAR SU SIMBOLO-LOGOTIPO INSTITUCIONAL, EL COLOR DEL MISMO Y SU SLOGAN.

SU NUEVO LOGOTIPO ESTA FORMADO CON LA MISMA TIPOGRAFIA DISEÑADA ESPECIALMENTE PARA LAS TRES INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES QUE INTEGRAN A RTC: IMER, IMEVISION E IMCINE, QUEDANDO INTEGRADAS NO SOLO POR LA TIPOGRAFIA, SINO TAMBIEN POR EL COLOR (VERDE P. 347).

**IMER** la radio, cultura que *si* se escucha

EN TERMINOS GENERALES, SU NUEVO LOGOTIPO TIENE UNA EXISTENCIA PROPIA, YA QUE ES UNA MANERA DE EXHIBIR EL NOMBRE DE LA INSTITUCION. ES UN LOGOTIPO LEGIBLE, CON LO QUE SE LOGRA UNA IMAGEN ARMONIOSA Y UNA UNIDAD VISUAL QUE REFLEJA EL CARACTER, PRODUCCION Y EFICIENCIA DE LA INSTITUCION.

POR LO QUE RESPECTA A LA OFICINA DE DISEÑO, ACTUALMENTE ESTA INTEGRADA POR:

- \* CRISTOBAL MARTINEZ F.
- \* GUILLERMO GARCIA M.

SU LABOR ES EL DISEÑO DE DESPLEGADOS PARA PERIODICO, ADEMAS DE CARTELES, FOLLETOS, BOLETINES, GRAFICAS, FORMAS, PLANOS, ETCETERA. CABE HACER MENCION QUE AHORA ALGUNOS DESPLEGADOS, SON REALIZADOS EN COORDINACION CON SOCICULTUR.

A CONTINUACION SE PRESENTAN ALGUNOS DISEÑOS REALIZADOS EN ESTE PERIODO DE 1989-1990.



DESPLEGADOS PARA PERIODICO.

*rostros*  
*de*  
*México*  
con **SEBASTIAN**  
**VERTI**



Sábados a las 8:30 hrs  
a partir del 3 de marzo

por

**XEB** La B Grande de México  
1220 Khz

**IMER** la radio, cultura que *si* se escucha

TAMAÑO REAL: 17.7 X 25.5 CMS.

Seguimos en la jugada ...  
... ahora en los



# *XVI Juegos Centroamericanos y de El Caribe*

*Todos los días a las 19:00 horas*  
Noticias, comentarios y entrevistas  
a través de:

**Radio 710 (de AM)**

y

**Estéreo Joven (105.7 de FM)**

Con el patrocinio de:



**IMER** la radio, cultura que *si* se escucha

TAMAÑO REAL: 16.5 X 25.2 CMS.

EL GOBIERNO  
DE LA REPUBLICA  
PRESENTA  
LA HORA NACIONAL



China,  
una cultura  
milenaria

Este domingo a las 10 de la noche  
Para todo el país, vía satélite



**IMER** la radio, cultura que *si* se escucha

TAMAÑO REAL: 12.2 X 16.8 CMS.

DESPLEGADOS PARA PERIODICO, EN COORDINACION CON SOCICULTUR:

CIUDAD DE MEXICO  
Socicultur **DDF** 

De nuevo

*Guadalupe Pineda*

en la  
Alameda Central



Acompañada de su grupo,  
mariachi y quinteto de metales

Domingo 18 de noviembre, 12:00 hrs.

Escúchelo diferido por XEB la B grande de México  
1220 AM

**IMER** la radio, cultura que **si** se escucha

TAMAÑO REAL: 12.2 X 18.2 CMS.



Conjunto Cultural  
OLLIN YOLIZTLI

CIUDAD DE MEXICO  
Sociocultur DDF



De Austria para México...

# ROBERT LEHRBAUMER

Con obras para piano de:

- Mozart
- Beethoven
- Schubert
- Schmidt
- Liszt



Sala Silvestre Revueltas  
del  
Conjunto Cultural Ollin Yoliztli  
4 de octubre, 20:30 horas

Escúchelo difundo a través de  
**OPUS 94 F.M.**  
este pendiente

**IMER** la radio, cultura que **si** se escucha

TAMAÑO REAL: 12.2 X 18.2 CMS.

---

INMERSION ES UN BOLETIN MENSUAL, SU TAMAÑO ES DE 16.5 X 22.5 CMS., CON UN PROMEDIO DE 20 PAGS. POR NUMERO.

INMERSION, BUSCA ENLAZAR LAS MULTIPLES ACTIVIDADES QUE, EN EL IMER HACEN POSIBLE LA TRANSMISION DE LA NOTICIA COTIDIANA. AQUI LOS TRABAJADORES DE LA INSTITUCION ENCUENTRAN EL ESPACIO DONDE MANIFESTAR SUS IDEAS PARA HACER CADA VEZ MEJORES LAS ESTACIONES QUE CONFORMAN EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO, "CULTURA QUE SI SE ESCUCHA".

***InMERSión*** 12

*Boletín informativo del IMER*

La **XEB** sencillamente, la estación de siempre

año 1 Sep 190

CARTEL DE DIFUSION PARA LA OBRA "CUANDO LA RADIO CONMOVIO A MEXICO"

# *Cuando la radio (con)movi6 a M6xico*



## **HOMENAJE A LOS INICIADORES DE LA RADIO**

TEATRO AZUL Y PLATA DEL MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES  
AV. HIDALGO 289, COL. DEL CARMEN, COYOACAN

A PARTIR DEL 29 DE SEPTIEMBRE  
SABADOS Y DOMINGOS A LAS 12:00 HORAS • LUNES A LAS 20:30 HORAS

PRODUCCION: INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO  
COORDINACION GENERAL: ANGELICA H. ARVIZU  
DIRECCION: SALVADOR GARCINI



Museo Nacional de  
Culturas Populares



Consejo Nacional  
de las Artes  
Esc6nicas

**IMER** la radio, cultura que **si** se escucha

TAMAÑO REAL: 45 X 70 CMS.

---

## CAPITULO 3



---

### **CAPITULO 3: EL SIMBOLO-LOGOTIPO Y EL DESPLEGADO, EN FUNCION DE LAS NECESIDADES GRAFICAS DEL IMER.**

---

ESTE CAPITULO HACE REFERENCIA A LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DEL DISEÑO QUE CONSIDERO SE HALLAN PRESENTES EN LOS PROYECTOS GRAFICOS.

ADEMAS DE TRATAR LAS FINALIDADES DE LOS SOPORTES GRAFICOS, SE DAN ALGUNOS ELEMENTOS NECESARIOS PARA CONFIRMAR UNA TEORIA GENERAL. EN LOS SIGUIENTES DOS CAPITULOS SE APLICARA LA TEORIA EN LA ELABORACION DE LOS SIMBOLOS-LOGOTIPOS Y DESPLEGADOS PARA EL IMER.

---

### 3.1. ¿ QUE ES UN SOPORTE ?

---

EN TERMINOS DE DISEÑO, UN SOPORTE, COMO SU NOMBRE LO INDICA, ES UN APOYO CON EL CUAL EL DISEÑADOR REALIZA O TRANSMITE SU MENSAJE PARA UN MEDIO O SUJETO.

EL DISEÑO GRAFICO ABARCA DIFERENTES AREAS, PARTICIPANDO CON DIFERENTES SOPORTES, TALES COMO:

SOPORTES GRAFICOS ..... FOLLETOS, CARTELES, ETC.

SOPORTES GEOMETRICOS ..... RETICULA, SECCION AUREA, ETC.

SOPORTES TEORICOS ..... REFERENTE A LA JUSTIFICACION ESCRITA.

SOPORTES TECNICOS ..... ES EL MATERIAL QUE SE VA A UTILIZAR, COMO  
EL PAPEL, PINTURAS, ETC.

COMO PARTE DE ESTA TESIS, SE ENCUENTRA LA ELABORACION DEL SOPORTE GRAFICO CONOCIDO COMO DESPLEGADO O ANUNCIO PARA PERIODICO.

---

**3.2. FINALIDAD DEL SIMBOLO-LOGOTIPO  
PARA CADA UNA DE SUS  
ESTACIONES RADIOFONICAS  
EN EL DISTRITO FEDERAL.**

---

- A) CREAR PARA CADA UNA DE LAS RADIODIFUSORAS UNA IMAGEN PROPIA.
- B) ESTABLECER UNA COMUNICACION GRAFICA ENTRE RADIODIFUSORA Y PUBLICO.
- C) IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS GRAFICOS CON EL SECTOR AL QUE VA DIRIGIDO.
- D) LOGRAR CONGRUENCIA ENTRE LOS ELEMENTOS GRAFICOS Y EL SERVICIO OFRECIDO.
- E) REPORTAR DE ALGUNA U OTRA FORMA BENEFICIOS A LA RADIODIFUSORA E INSTITUCION.

---

### 3.3. ELEMENTOS QUE INTEGRAN A LOS SIMBOLOS-LOGOTIPOS DISEÑADOS.

---

INDUDABLEMENTE SON VARIOS LOS ELEMENTOS QUE INTEGRAN A UN SIMBOLO-LOGOTIPO, SIN EMBARGO, AQUI SOLO SE PRESENTAN LOS MAS GENERALES O LOS QUE CONSIDERE NECESARIOS PARA LOS DISEÑOS FINALES PRESENTADOS EN EL CAPITULO 4.

#### 3.3.1. SIMBOLO.

EL SIMBOLO ES LA REPRESENTACION DE ALGO CON DIFERENTES NIVELES DE ICONOCIDAD, EL SIMBOLO ESTA CONSTITUIDO POR AQUELLA IMAGEN CUYA REPETICION Y PERSISTENCIA ASUMIRA UNA FORMA E INTENSIDAD DEFINITIVA.

EL SIMBOLO, QUE POR VIRTUD DE UNA LEY ASOCIATIVA DE IDEAS HACE QUE SE INTERPRETE COMO TAL, REFIERE O CONNOTA UN OBJETO CON UN SIGNIFICADO DEFINIDO.

EL USO Y DESARROLLO DE SIMBOLOS POR PARTE DEL HOMBRE ES PARA EL MARCO CONCEPTUAL Y LA COMUNICACION UNO DE LOS LOGROS CARACTERISTICOS Y DECISIVOS DEL HOMBRE COMO CONSUMIDOR.

#### 3.3.2. TRAZO.

EL TRAZO QUEDA A CRITERIO DEL DISEÑADOR, SI SE CONSIDERA NECESARIO O NO HACERLO. ESTA CONSTRUCCION DEBE SER EN UNA FORMA PRACTICA Y SENCILLA, CON EL OBJETO DE QUE CUALQUIER PERSONA ENTIENDA LOS PASOS QUE SE TIENEN QUE SEGUIR PARA DESARROLLAR EL SIMBOLO Y/O LOGOTIPO.

UNICAMENTE DEBEN MOSTRARSE LOS TRAZOS FUNDAMENTALES, TRATANDO DE ELIMINAR AQUELLAS LINEAS QUE NO SEAN NECESARIAS PARA LLEVAR A CABO LA CONSTRUCCION CORRECTA.

ES INDISPENSABLE NO EXPONER MEDIDAS DETERMINADAS, SI NO COLOCAR PORCENTAJES EQUIVALENTES PARA REALIZAR CUALQUIER DIMENSION A DESARROLLAR POR PEQUEÑA O GRANDE QUE SEA.

#### 3.3.3. RETICULA.

EL USO DE LA RETICULA, COMO SISTEMA DE ORDENACION, CONSTITUYE LA EXPRESION DE CIERTA ACTITUD MENTAL EN QUE EL DISEÑADOR CONCIBE SU TRABAJO DE FORMA CONSTRUCTIVA.

---

---

LA RETICULA ES EMPLEADA POR TIPOGRAFOS, FOTOGRAFOS, DISEÑADORES DE EXPOSICIONES PARA LA SOLUCION DE PROBLEMAS VISUALES BI O TRIDIMENSIONALES, ETC. EL DISEÑADOR GRAFICO SE SIRVE DE ELLA PARA LA CONFIGURACION DE CARTELES, LIBROS, SIMBOLOS, ETC., ES DECIR, TODO TIPO DE ELEMENTOS PORTADORES DE INFORMACION VISUAL.

#### 3.3.4. LOGOTIPO.

LA PALABRA LOGOTIPO PROVIENE DEL LATIN LOGIS (PALABRA) Y TYPUS (TIPO), Y SIGNIFICA SIMBOLO REPRESENTATIVO DE UNA COSA FIGURADA, LETRA DE IMPRENTA.

EL LOGOTIPO ES LA COMPOSICION GRAFICA PARTICULAR DE ESCRIBIR EL NOMBRE DE UNA INSTITUCION, DESPACHO, ETC., Y EL TIPO DE LETRA QUE SE UTILIZA.

EL LOGOTIPO DEBE POSEER UNA VALIDEZ PERSONAL Y, SI CARECE DE ESTA, DEBE IR ACOMPAÑADO DE UN SIMBOLO VISUAL PARA SUMAR FUERZA AL NOMBRE.

#### 3.3.5. SIMBOLO-LOGOTIPO.

LOS SIMBOLOS OFRECEN UNA MAYOR VARIEDAD Y, POR TANTO, UNA IDENTIFICACION MAS PRECISA. GENERALMENTE, SE UTILIZA UN NOMBRE EN ESTRECHA RELACION CON EL SIMBOLO, DICHO NOMBRE ES EL LOGOTIPO.

UN SIMBOLO ESTABLECIDO ES MAS EFICAZ QUE LA COMUNICACION VERBAL. LOS SIMBOLOS VISUALES SIN NINGUNA INCORPORACION TIPOGRAFICA, SON EXTRAÑOS SI SE TRATA DE UNA IDENTIDAD INSTITUCIONAL.

#### 3.3.6. AREA DE RESTRICCIONES.

EL AREA DE RESTRICCIONES TIENE COMO OBJETIVO PRINCIPAL NORMAR EL CRITERIO DE ESPACIOS LIBRES QUE DEBEN DEJARSE EN LA ELABORACION DEL DISEÑO.

SIMBOLO Y LOGOTIPO, TIENEN QUE ESTAR RODEADOS DE ESPACIOS AMPLIOS PARA CREAR EL MAXIMO IMPACTO DE IDENTIFICACION. NUNCA DEBEN DE APARECER AGLOMERADOS; EL TEXTO Y OTROS ELEMENTOS, TALES COMO ESQUINAS O BORDES, TIENEN QUE MANTENER UNA DISTANCIA CONSIDERABLE.

#### 3.3.7. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA.

LA TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA ES EL ESTILO DE LA LETRA QUE EL DISEÑADOR SELECCIONA O CREA PARA DARLE UN CARACTER PROPIO O ESPECIFICO A UNA ORGANIZACION, DENTRO DE SUS APLICACIONES VISUALES.

SIEMPRE DEBERA HABER UNA FAMILIARIDAD ENTRE LA TIPOGRAFIA PRINCIPAL Y LA O LAS SECUNDARIAS.

---

LA TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA TIENE LA FUNCION DE UNIFICAR LOS DISEÑOS CORRESPONDIENTES DE PUBLICIDAD Y APOYOS PROMOCIONALES.

### 3.3.8. COLOR.

EL COLOR ES UN ELEMENTO MUY IMPORTANTE EN LA INTEGRACION DEL SIMBOLO-LOGOTIPO, PUES REFUERZA LOS ELEMENTOS VISUALES QUE AYUDAN A SU IDENTIFICACION.

EL COLOR ES EL VEHICULO PRINCIPAL PARA LA EXPRESION, YA QUE PROPORCIONA DIMENSION, DIRECCIONALIDAD Y FUERZA, QUE NOS AFECTA POSITIVA O NEGATIVAMENTE.

FISICAMENTE, LOS COLORES SON EL RESULTADO DE ONDAS LUMINOSAS. LA LUZ BLANCA SE DISPERSA EN LOS COLORES DEL ESPECTRO QUE VAN DEL NARANJA AL VIOLETA.

EL COLOR ES UNA DE LAS EXPERIENCIAS MAS PENETRANTES QUE TODOS TENEMOS EN COMUN, A SU VEZ, TIENE UNA AFINIDAD INTENSA CON LAS EMOCIONES.

CADA COLOR TIENE UNA AMPLIA CATEGORIA DE SIGNIFICADOS, EN RAZON A SU ENORME VARIEDAD, Y QUE SON DE GRAN UTILIDAD EN LA COMUNICACION VISUAL.

EL COLOR TIENE TRES DIMENSIONES:

1. MATIZ: ES EL COLOR MISMO. AMARILLO, AZUL Y ROJO SON LOS TRES MATICES PRIMARIOS.
2. SATURACION: SE REFIERE A LA PUREZA DEL COLOR CON RESPECTO AL GRIS.
3. BRILLO: QUE VA DE LA LUZ A LA OSCURIDAD; ES DECIR, REPRESENTA EL VALOR DE SUS GRADUACIONES TONALES.

LOS COLORES SECUNDARIOS SON LA MEZCLA DE LOS PRIMARIOS EN LA MISMA PROPORCION.

LOS COLORES COMPLEMENTARIOS SON AQUELLOS QUE AL MEZCLARSE SE NEUTRALIZAN ENTRE SI, PRODUCIENDO UN TONO GRIS, ROJO-VERDE, AZUL-NARANJA, AMARILLO-VIOLETA.

EL CONCEPTO DE COLOR CALIDO Y COLOR FRIO SE DERIVA DE UNA RELACION PSICOLOGICA ENTRE LAS DISTINTAS FORMAS EN QUE ESTOS NOS AFECTAN, VISUAL, EMOCIONAL Y SIMBOLICAMENTE.

LOS COLORES CALIDOS SON LOS ROJOS, NARANJAS Y AMARILLOS, QUE RECUERDAN EL FUEGO. LOS FRIOS SON LAS GAMAS DE AZULES Y VERDES, QUE NOS RECUERDAN EL HIELO Y EL AGUA. LOS COLORES CALIDOS SON MAS LLAMATIVOS QUE LOS FRIOS.

---

### 3.3.9. ARREGLO PRINCIPAL Y OPCIONAL.

EXISTEN DOS PLANTEAMIENTOS ACERCA DEL PROBLEMA DE LA ARMONIA ENTRE SIMBOLO Y LOGOTIPO. UNO DE ELLOS CONSISTE EN HALLAR LA RELACION FORMAL MAS ESTRECHA ENTRE AMBOS Y, OTRO, ENCONTRAR UN CONTRASTE ENTRE SIMBOLO Y LOGOTIPO.

ES IMPORTANTE EJEMPLIFICAR GRAFICAMENTE, PARA DAR UNA IDEA CLARA Y PRECISA DE COMO DEBE QUEDAR CADA UNO, CON EL OBJETO DE EVITAR CONFUSIONES ENTRE EL SIMBOLO Y EL LOGOTIPO, YA QUE SE PODRIAN USAR EN FORMA HORIZONTAL O VERTICAL. ES IMPORTANTE QUE EL DISEÑADOR MENCIONE, ADEMAS, SI PUEDEN UTILIZARSE SOLO EN CASOS PARTICULARES, Y SI PUEDEN EXISTIR MAS DE UNA MANERA DE COMBINARSE.

### 3.3.10. TAMAÑOS.

ES IMPORTANTE TENER IDEA DE COMO SE VERAN EL SIMBOLO Y EL LOGOTIPO EN DIFERENTES TAMAÑOS, A SU VEZ, PARA LIMITAR LA MEDIDA MAS PEQUEÑA A UTILIZAR. SE DEBERA MOSTRAR OBJETIVAMENTE EL SIMBOLO Y EL LOGOTIPO, PARA FACILITAR SU COMPRESION POR PARTE DE TODO AQUEL QUE SE ACERQUE AL PROYECTO, SEA DENTRO O FUERA DE LA INSTITUCION.

### 3.3.11. APLICACIONES.

EN LA CREACION DE UN SIMBOLO-LOGOTIPO, ES IMPORTANTE QUE EXISTA UN SISTEMA DE APLICACION DISEÑADA, QUE ABARQUE TODOS LOS ELEMENTOS DE COMUNICACION VISUAL, TANTO INTERNOS COMO EXTERNOS CON QUE CUENTE LA INSTITUCION. DE ESTE SISTEMA DEPENDE QUE SE FORME UNA IDENTIDAD FUERTE Y DURADERA EN TODAS LAS AREAS EN QUE ESTA SE DESARROLLA.

### 3.3.12. PAPELERIA BASICA.

DENTRO DE LA ELABORACION DE LA PAPELERIA DE USO BASICO DE LA INSTITUCION, SE DEBE MOSTRAR GRAFICAMENTE EL TIPO DE HOJA, LA COLOCACION DEL SIMBOLO-LOGOTIPO, LA RAZON SOCIAL Y LA DIRECCION, PARA OBSERVAR LAS LIMITACIONES QUE EXISTEN EN LA IMPRESION, TIPOGRAFIA Y PAPEL.

PRIMERA HOJA.	DEBE CONTENER LOS SIGUIENTES DATOS: SIMBOLO Y/O LOGOTIPO, RAZON SOCIAL, DIRECCION Y TELEFONO.
SEGUNDA HOJA.	SIMBOLO Y/O LOGOTIPO.
TARJETA DE PRESENTACION.	SIMBOLO Y/O LOGOTIPO, RAZON SOCIAL, DIRECCION, TELEFONO, NOMBRE Y PUESTO.

---

**SOBRE OFICIO.  
FOLDERS.**

**SIMBOLO Y/O LOGOTIPO, RAZON SOCIAL Y DIRECCION.  
CONSTA DE SIMBOLO Y/O LOGOTIPO.**

**3.3.13. ARTICULOS PROMOCIONALES.**

**ESTE PUNTO SE REFIERE AL ESTABLECIMIENTO DE UN CANAL DE INFORMACION, POR MEDIO DEL CUAL SE TRATA DE LLEGAR AL PUBLICO EN GENERAL.**

**SE PUEDE APLICAR A CUALQUIER ARTICULO QUE CONTENGA EL SIMBOLO Y/O LOGOTIPO, TALES COMO: PLUMAS, LLAVEROS, VASOS, ETC.**



---

### 3.4. ¿ QUE ES UNA METODOLOGIA ?

---

METODOLOGIA ES UN CONCEPTO QUE PROVIENE DEL GRIEGO Y SIGNIFICA "CIENCIA DEL METODO". LA METODOLOGIA ES EL PROCEDIMIENTO QUE, DE UNA MANERA ORDENADA Y PROGRESIVA, SE SIGUE EN LA CIENCIA Y EL ARTE PARA ENCONTRAR LA VERDAD, Y SE HACE UTILIZANDO EL ANALISIS Y LA SINTESIS (17), POR TANTO ES APLICABLE AL DISEÑO GRAFICO.

#### 3.4.1. METODOLOGIA GENERAL PARA EL DISEÑO DE UN SIMBOLO-LOGOTIPO

LA METODOLOGIA DE UN DISEÑO SE BASA EN LA INVESTIGACION. COMIENZA CON LA RECOPIACION DE DATOS E INFORMACION PARA CONOCER EN ESTE CASO, A LA INSTITUCION; EL SERVICIO QUE OFRECE Y A QUIEN VA DIRIGIDO. DE ESTA MANERA NOS VAMOS FORMANDO UN CRITERIO PARA ORDENAR LA INFORMACION DE LA SIGUIENTE MANERA:

##### A) UBICACION DEL PROBLEMA.

ES INDISPENSABLE EVALUAR EL PROBLEMA DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DE LA RADIODIFUSORA Y DEL USUARIO (RADIO ESCUCHA).

A.1) INVESTIGACION CON LA INSTITUCION Y GERENTE DE CADA UNA DE LAS RADIODIFUSORAS.

¿ QUE DESEA DAR AL RADIOESCUCHA CON SU IMAGEN GRAFICA ?

- \* SERIEDAD \* EFICIENCIA
- \* DINAMISMO \* CONFIANZA
- \* PROFESIONALISMO

##### A.2) INVESTIGACION CON EL USUARIO DEL SERVICIO.

AQUI SE DETERMINA LO QUE EL USUARIO DEMANDA (EFICIENCIA, DINAMISMO, ETC.) EN OCASIONES ESTOS PUNTOS CONCUERDAN CON LA IMAGEN QUE LA INSTITUCION, EN ESTE CASO, QUIERE DAR.

##### B) INFORMACION.

LA RECOPIACION DE DATOS, DE FORMA DIRECTA O INDIRECTA, AYUDA A ENCONTRAR LA SOLUCION DEL PROBLEMA.

---

ESTOS DATOS VAN DE LO GENERAL (TODOS LOS ASPECTOS DE DISEÑO QUE SE NECESITAN PARA LA ELABORACION DE UN SIMBOLO-LOGOTIPO) A LO PARTICULAR (EL TRABAJO A REALIZAR).

C) ANALISIS.

TODA LA INFORMACION SE DESGLOSA Y ORDENA, ELIMINANDO LOS DATOS QUE NO TIENEN VALIDEZ Y DESTACANDO AQUELLOS QUE SON IMPORTANTES PARA LA ELABORACION DEL DISEÑO.

C.1.) UNIDADES PROBLEMATICAS PARA LA REALIZACION DE UN DISEÑO:

SE ENUMERAN LOS ELEMENTOS DE DISEÑO MAS IMPORTANTES, PARA POSTERIORMENTE JERARQUIZARLOS.

UNIDADES PROBLEMATICAS:

- \* FORMA
- \* COLOR
- \* TIPOGRAFIA
- \* PESO
- \* DIMENSION
- \* DIAGRAMACION

FORMA.

SE ENFOCA AL DISEÑO Y ELECCION ENTRE SIMBOLO, LOGOTIPO, SIMBOLO-LOGOTIPO, MONOGRAMA, LOGOGRAMA, ETC. CONSIDERANDO FACTORES DE ORDEN PRACTICO, FUNCIONAL, ESTETICO Y DE INTERPRETACION. PARA ESTE CASO EL IMER DA ABSOLUTA LIBERTAD.

COLOR.

ES UN ASPECTO MUY IMPORTANTE QUE REFUERZA LOS ELEMENTOS VISUALES. EN ESTA TESIS SERA UN ELEMENTO CONSTANTE TANTO QUE SE HARA USO MAXIMO DE DOS TINTAS. DE IGUAL MANERA, SE MANEJA COMO CONSTANTE, PUES LA INSTITUCION DA LIBERTAD PARA ESCOGER LOS COLORES QUE MAS CONVENGAN.

ESTE PUNTO SE ENCUENTRA A DISPOSICION DE LA FORMA, YA QUE SE TIENE QUE DEFINIR PRIMERO ESTA PARA LUEGO PODER APLICAR EL COLOR.

---

#### TIPOGRAFIA.

SE REFIERE EN ESTE CASO AL LOGOTIPO, YA SEA UNA TIPOGRAFIA DISEÑADA O DE CATALOGO.

#### PESO.

VA EN RELACION CON LA FORMA. ES UN PUNTO VARIABLE, MUY IMPORTANTE EN LA ACEPTACION DEL DISEÑO.

#### DIMENSION.

ALUDE A LOS TAMAÑOS DE CADA UNO DE LOS ELEMENTOS DEL DISEÑO ENTRE SI; ES DECIR, SI LLEVA SIMBOLO Y LOGOTIPO, CUAL SERA EL DE MAYOR TAMAÑO. ESTE PUNTO SE ENCUENTRA SUJETO A LA FORMA Y AL PESO.

#### DIAGRAMACION.

ES DE SUMA IMPORTANCIA PARA LA REPRODUCCION, Y TAMBIEN SE ENCUENTRA DETERMINADO POR LA FORMA.

DE ACUERDO A LOS PUNTOS ANTERIORES, PODEMOS JERARQUIZAR LAS UNIDADES PROBLEMATICAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

- LA FORMA ES EL PRIMER PUNTO A DISEÑAR, YA QUE DOMINA A LOS DEMAS ELEMENTOS.
- EN SEGUNDO TERMINO, LA TIPOGRAFIA, QUE ESTA SUJETA A LA FORMA.
- EN SEGUNDA LA DIAGRAMACION, PARA DAR ESTABILIDAD Y PROPORCION.
- EL PESO DEPENDE DEL COLOR, DIMENSION Y LA DIAGRAMACION.
- LA DIMENSION ESTA EN RELACION CON LA DIAGRAMACION.
- FINALMENTE, EL COLOR PUES ESTA DETERMINADO POR LOS DEMAS ELEMENTOS.

---

### **3.5. FINALIDAD DEL DESPLEGADO O ANUNCIO IMPRESO PARA PERIODICO.**

---

- A) APOYAR LA IMAGEN GRAFICA DE LA INSTITUCION EN OTRO MEDIO
- B) INFORMAR DE EVENTOS QUE TRANSMITE UNICAMENTE EL IMER O EN COORDINACION CON OTRAS INSTITUCIONES
- C) NOVEDADES O ANIVERSARIOS DE SUS RADIODIFUSORAS
- D) MOSTRAR ACERCA DE LA ACTIVIDAD Y SERVICIO QUE SE OFRECE

---

### 3.6. ELEMENTOS GENERALES QUE CONTIENE UN DESPLEGADO PARA PERIODICO.

---

LOS MENSAJES PUBLICITARIOS IMPRESOS EN PERIODICO, COMO LOS DESPLEGADOS, RECIBEN EL NOMBRE DE PUBLICIDAD IMPRESA. PARA SU ELABORACION SE CONSIDERAN LOS SIGUIENTES PUNTOS.

#### 3.6.1. TAMAÑO Y MEDIO.

EL TAMAÑO O ESPACIO EN LOS PERIODICOS PARA UN DESPLEGADO, POR LO GENERAL, SE ESTABLECE CON BASE EN EL CENTIMETRO POR COLUMNA. HAY APROXIMADAMENTE 14 LINEAS AGATA POR PULGADA. LA LINEA AGATA, ES LA MEDIDA ESTANDAR PARA EL ESPACIO PUBLICITARIO; 1/4 DE PULGADA POR COLUMNA Y SE MIDE CON UN TIPOMETRO.

SIN EMBARGO, UN DESPLEGADO PUEDE TENER UN TAMAÑO MAYOR O MENOR DE ACUERDO CON EL MEDIO, ESTE PUEDE SER EL PERIODICO EXCELSIOR, UNIVERSAL, LA JORNADA, ETCETERA, POR LO QUE PUEDEN CONTENER 3, 4, 5, 6 O 7 COLUMNAS POR PAGINA, O BIEN EL DESPLEGADO PUEDE SER A UNA PAGINA COMPLETA.

UNA ORDEN DE 10 CMS. POR DOS COLUMNAS SE LEE:

"56 LINEAS X 2 COLUMNAS" (14 LINEAS POR PULGADA). EN EL LENGUAJE PERIODISTICO, ESTO SE DENOMINA "56 X 2".

ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE DENTRO DEL PERIODICO EXISTEN DIFERENTES SECCIONES COMO LAS DE POLITICA, ESPECTACULOS, DEPORTES, ETC.

CUANDO SE ORDENA EL TAMAÑO SIN SOLICITAR UNA POSICION ESPECIFICA, EL DESPLEGADO SE INSERTA A DISCRECION DEL PERIODICO, ES DECIR, QUE EL EDITOR PUEDE UBICAR EL AVISO DONDE ENCAJA MEJOR.

#### 3.6.2. TEXTO.

SEA LO QUE COMUNIQUE EL DESPLEGADO, AL MENSAJE COMPLETO SE LE DENOMINA TEXTO. ESTO INCLUYE LA CABEZA O TITULO, LA LEYENDA Y LOS PIES DE FOTOS O ILUSTRACIONES, SI LOS HUBIERA.

LA CLARIDAD Y LA VALIDEZ DEL DESPLEGADO ESTA EN EL TEXTO Y EL ANUNCIO DEBE TERMINAR CON UNA SUGERENCIA ESPECIFICA QUE MOTIVE AL PUBLICO LECTOR.

---

### 3.6.3. ELEMENTOS GRAFICOS.

LOS ELEMENTOS GRAFICOS PUEDEN SER BASICOS, COMO LA LINEA, EL PLANO, EL PUNTO, Y MAS USUALES, COMO LAS ILUSTRACIONES, FOTOS, VIÑETAS Y FONDOS.

### 3.6.4. TIPOGRAFIA/PROPORCIONES.

EXISTEN DIFERENTES ESTILOS DE TIPOS, LOS CUALES SE EMPLEAN PARA CREAR O AUMENTAR LA FANTASIA EN UNA PAGINA IMPRESA.

LA PROPORCION DE LA TIPOGRAFIA SIRVE PARA ESTABLECER LA RELACION ENTRE LA LETRA Y LA SUPERFICIE EN DONDE APARECERA. EN ALGUNOS CASOS DONDE SE REQUIERE DE UNA LLAMADA DE ATENCION O ENFASIS, SE MANEJA MEDIANTE DISTINTOS PESOS, TAMAÑOS O LA INCLINACION DE LAS LETRAS. LA SELECCION DE LOS TIPOS APROPIADOS PARA EL TITULO Y EL TEXTO ES TAN IMPORTANTE COMO CUALQUIER OTRO ELEMENTO DEL DISEÑO.

LA UNIDAD DE MEDIDA EN TIPOGRAFIA ES EL PUNTO, CASI EXACTAMENTE 1/72 DE UNA PULGADA. DE ESTA MANERA, UN TIPO DE 72 PUNTOS MEDIRIA APROXIMADAMENTE UNA PULGADA DE ARRIBA A BAJO. ACTUALMENTE, ES POSIBLE COMPONER TIPOS QUE SE AJUSTEN A CUALQUIER TAMAÑO, LOS AUMENTOS, REDUCCIONES Y MODIFICACIONES FOTOGRAFICAS O POR COMPUTADORA CON FRACCIONES DE PUNTO PROPORCIONAN GRAN FLEXIBILIDAD PARA LA PERSONA QUE HACE EL BOCETO.

### 3.6.5. RETICULA.

LA RETICULA, COMO YA SE HIZO MENCION ANTERIORMENTE, ES UN SISTEMA DE ORDENACION. EN LA DIVISION EN REJILLA DE LAS SUPERFICIES Y ESPACIOS, EL DISEÑADOR TIENE LA OPORTUNIDAD DE ORDENAR LOS TEXTOS, LAS FOTOGRAFIAS, ETC., SEGUN CRITERIOS OBJETIVOS Y FUNCIONALES.

LA REDUCCION O AMPLIACION DE LOS ELEMENTOS VISUALES Y SU SUBORDINACION AL SISTEMA RETICULAR PUEDE PRODUCIR LA IMPRESION DE ARMONIA GLOBAL, CLARIDAD Y ORDEN CONFIGURADOR. EL ORDEN EN LA CONFIGURACION FAVORECE LA CREDIBILIDAD DE LA INFORMACION Y DA CONFIANZA.

### 3.6.6. DISEÑO.

ES AQUI DONDE EL DISEÑADOR GRAFICO MANIFIESTA TANTO SU CREATIVIDAD COMO ETICA PROFESIONAL: LA INFORMACION, CON TITULOS, SUBTITULOS, IMAGENES Y TEXTOS DISPUESTOS CON CLARIDAD Y LOGICA, NO SOLO SE LEE CON MAS RAPIDEZ Y MENOR ESFUERZO, SI NO QUE TAMBIEN SE ENTIENDE MEJOR Y SE RETIENE CON MAS FACILIDAD EN LA MEMORIA.

SE DEBE LOGRAR QUE EL DESPLEGADO, FINALMENTE, APAREZCA CON UN DISEÑO PRACTICO, FUNCIONAL, LEGIBLE Y ESTETICO.

---

### 3.6.7. COLOR.

LOS DESPLEGADOS QUE APARECEN EN LOS PERIODICOS GENERALMENTE SON EN BLANCO Y NEGRO, SIN EMBARGO, QUEDA A CRITERIO DEL CLIENTE EL EMPLEAR COLORES PARA DESTACAR ALGUN ELEMENTO EN ESPECIAL O BIEN EL DESPLEGADO EN SU CONJUNTO.

---

### 3.7. ESQUEMA DE UN DESPLEGADO.

---

LA MAYOR PARTE DE LOS DESPLEGADOS SON UNA MEZCLA DE ELEMENTOS GRAFICOS Y TEXTOS.

ANTES DE EJECUTAR EL PROYECTO, ES DE SUMA IMPORTANCIA LEER Y ANALIZAR EL TEXTO A INTERPRETAR, PARA LO CUAL ES NECESARIO TOMAR EN CUENTA ALGUNAS REFERENCIAS DE CARACTER PSICOLOGICO:

- EL TEXTO DEBE RESULTAR FACILMENTE LEGIBLE, ENTENDIBLE PARA TODOS A LOS QUE VA DIRIGIDO EL MENSAJE.
- LA ATENCION DEBE CONCENTRARSE EN EL MENSAJE, DESTACANDO LA IDEA QUE SE QUIERE TRANSMITIR.
- EL MENSAJE DEBE RESULTAR CONCISO, AUNQUE EXISTAN DIVERSOS ASPECTOS, DEBE RESALTAR UN SOLO ELEMENTO DEL TEXTO, YA QUE LA GENTE SUELE RECORDAR UNA SOLA COSA.

UN ESQUEMA ES UN PLAN QUE SIRVE DE GUIA PARA EL DESPLEGADO PROPUESTO, INDICA EL SITIO DONDE SE DEBEN COLOCAR EL TEXTO Y LOS DEMAS ELEMENTOS. LOS ESQUEMAS SIRVEN COMO ARREGLO DEL DESPLEGADO Y SUS DIFERENTES ETAPAS DE DESARROLLO, PARA UNA UBICACION INTELIGENTE DE LAS PARTES A FIN DE QUE LLAMEN LA ATENCION E INVITE A LA LECTURA.

CUANDO SE PROCEDE A BOCETAR EL DESPLEGADO AL TAMAÑO NATURAL O A ESCALA, ES DECIR, AL DOBLE DE LAS DIMENSIONES REALES DE LA COMPOSICION, HAY VARIOS PRINCIPIOS QUE ES PRECISO RECORDAR.

EN LA COMPOSICION DE UN DESPLEGADO, LOS ELEMENTOS SE PUEDEN COLOCAR DE DIVERSAS MANERAS LO QUE AFECTA LA PERCEPCION, ENTENDIMIENTO Y VOLUNTAD DEL LECTOR.

EL DISEÑADOR GRAFICO MEDIANTE LA COMPOSICION, ES DECIR, LA MANERA DE COORDINAR LOS DIVERSOS ELEMENTOS GRAFICOS Y TIPOGRAFICOS O LA CONJUGACION DE AMBOS A PARTIR DE UNA ESTRUCTURA INTERNA (RETICULA), OBTIENE UN RESULTADO PREESTABLECIDO, ESTETICO, LEGIBLE Y FUNCIONAL.

TODA COMPOSICION TIENE UN EQUILIBRIO, CUANDO SUS PARTES SE COMPENSAN OPTICAMENTE, CONVIRTIENDOSE EN EL MEDIO PRINCIPAL PARA COORDINAR Y DAR A DICHA UNIDAD, COMPOSICION, EL RESULTADO TIENE UN SENTIDO DINAMICO: CADA UNO



---

---

DE LOS ELEMENTOS SE PUEDEN ORDENAR EN FORMA TAL QUE LOS COMPONENTES MAS PEQUEÑOS SE CONJUNTAN CON LOS MAS GRANDES, SIN RESULTAR ABRUMADORES.

DENTRO DEL DISEÑO DE UN DESPLEGADO, EL PESO SE DEFINE COMO LA DENSIDAD ESTABLECIDA EN LAS DIFERENTES PARTES DE LA COMPOSICION, POR EJEMPLO, EN UN FORMATO SE PUEDE COLOCAR EN LA PARTE SUPERIOR IZQUIERDA LA MAXIMA DENSIDAD O MAXIMO PESO EN CUANTO A LAS FIGURAS DE LA COMPOSICION Y EN EL ESPACIO RESTANTE SE PONDRÁ EL MINIMO.

LOS ELEMENTOS DISTRIBUIDOS DENTRO DE UN FORMATO ADQUIEREN VALORES DIFERENTES EN FUNCION DE LA POSICION QUE OCUPAN:

A) UNA FIGURA DISPUESTA EN EL AREA CENTRO VERTICAL DEL FORMATO TIENE MENOR PESO QUE LAS FIGURAS QUE NO SE ENCUENTRAN EN ESTA AREA. SI LA FIGURA EN ESTA POSICION SE ENCUENTRA EN LA PARTE SUPERIOR, TIENE UN PESO MAYOR QUE LA QUE SE ENCUENTRA EN LA PARTE INFERIOR.

B) UNA FIGURA COLOCADA A LA DERECHA, ADQUIERE MAS PESO QUE OTRA COLOCADA A LA IZQUIERDA. POR ELLO, LA PARTE IZQUIERDA DE UNA COMPOSICION SOPORTA UN ELEMENTO GRAFICO MAYOR Y POR CONSIGUIENTE MAS PESADO. ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE EL PESO NO DEBE CONFUNDIRSE CON LA IMPORTANCIA. POR EJEMPLO, UNA FIGURA COLOCADA EN LA POSICION CENTRAL, TIENE MAS IMPORTANCIA QUE OTRA QUE SE ENCUENTRA EN POSICION LATERAL, AUNQUE LA DEL CENTRO SEA MENOS PESADA.

POR OTRO LADO, EL PESO DE UNA FIGURA PUEDE AUMENTAR DE ACUERDO A SU DENSIDAD, POR EJEMPLO, EN CUANTO A SU COLOR, TEXTURA, TONO, ETCETERA.

EN CUANTO AL PESO DEL ELEMENTO GRAFICO EN SI MISMO, DEBE TOMARSE EN CUENTA QUE TODA LA FIGURA TIENE UN PESO REAL O APARENTE Y PRESENTA EL SIGUIENTE ASPECTO:

LA FIGURA EN SU PARTE INFERIOR REQUIERE MAYOR PESO QUE EN LA PARTE SUPERIOR, PUES ES GARANTIA DE ESTABILIDAD. SI EL PESO ESTA DISPUESTO EN LA PARTE INFERIOR, LA COMPOSICION TIENE COMO RESULTADO UN ASPECTO LOGICO. SI EL PESO ESTA EN LA PARTE SUPERIOR, LA COMPOSICION TIENE UN ASPECTO OPRESIVO.

EN UN BOCETO DE DESPLEGADO, EXISTEN MUCHAS FORMAS DE COMBINAR DE MANERA EFICAZ EL TITULO Y LA ILUSTRACION. LA ILUSTRACION SE PUEDE UTILIZAR PARA ENFATIZAR EL MENSAJE DEL TITULO O PUEDE REPRESENTAR EL TEMA DEL DESPLEGADO. CADA UNO NECESITA DEL OTRO PARA QUE EL MENSAJE TENGA SENTIDO.

CABE RECORDAR QUE LEEMOS DE IZQUIERDA A DERECHA Y DE ARRIBA HACIA ABAJO, ASI TODO LO QUE ESTE DENTRO DE ESTE PATRON SERA DE LECTURA FACIL. CUANDO SE UTILIZAN LAS ILUSTRACIONES, ESTAS DEBEN COLOCARSE EN TAL FORMA QUE DIRIJAN LA MIRADA DEL LECTOR HACIA EL ELEMENTO SIGUIENTE DE LA SECUENCIA, BIEN SEA OTRA ILUSTRACION O UN TEXTO.

EL TEMA DE UN DESPLEGADO DEBE DESTACARSE VISUALMENTE. SIN EMBARGO, NO

---

SIEMPRE ES NECESARIO ESMERARSE POR PRESENTAR EL ELEMENTO VISUAL COMO LA PARTE MAS GRANDE DEL DESPLEGADO. UNA FIGURA PEQUEÑA COLOCADA FRENTE A UN ESPACIO EN BLANCO CON FRECUENCIA PUEDE RESULTAR MAS EFICAZ QUE LA MISMA FIGURA DOMINANDO TODO EL FORMATO DEL DESPLEGADO.

FINALMENTE, SEA CUAL FUESE EL DISEÑO FINAL DE UN BOCETO, SE DEBE INDICAR:

- \* EL TAMAÑO
- \* LA FAMILIA, SERIE Y CUERPO DE LOS CARACTERES ELEGIDOS
- \* LA COMPOSICION
- \* TAMAÑO DE LAS ILUSTRACIONES, FOTOS O VIÑETAS, SI PROCEDE
- \* EL COLOR

EN SEGUIDA CON LAS TECNICAS, MATERIALES E INSTRUMENTOS QUE SE HAYAN SELECCIONADO SE REALIZA EL DESPLEGADO.

---

## CAPITULO 4

---

**CAPITULO 4:  
DISEÑO DEL SIMBOLO-LOGOTIPO  
PARA LAS RADIODIFUSORAS:**

**XEB, RADIO MEXICO; XEMP, EL PERFIL TROPICAL; XEQK, LA HORA EXACTA; XHIMER, OPUS 94; XHOF-FM, ESTEREO JOVEN; XERMEX-OC, RADIO MEXICO INTERNACIONAL.**

---

EL CRITERIO EXPRESADO POR EL DR. GERARDO ESTRADA, CUANDO AFIRMA QUE "LOS MEDIOS DE COMUNICACION SON INSTRUMENTO BASICO DE LA POLITICA CONTEMPORANEA" (18), NOS INDUCE A PENSAR QUE REALMENTE LAS ESTACIONES DEL IMER EN EL DISTRITO FEDERAL SE CONVERTIRAN EN NO MUY LARGO PLAZO, EN PILARES ORIENTADORES Y CAPACITADORES DEL PUEBLO MEXICANO, SIN PARCIALIDADES, SERVICIO Y CULTURA, TAN NECESARIO EN NUESTROS DIAS.

DE AHI QUE SEA NECESARIO REALIZAR SU SIMBOLO-LOGOTIPO PARA CADA UNA DE SUS RADIODIFUSORAS, YA QUE ELLO, PERMITIRA UNA IDENTIFICACION VISUAL CON SUS RADIOESCUCHAS, INVITANDOLOS A QUE CONOZCAN SUS ESTACIONES.

LA RADIO VIVE, TRANSMITE EMOCIONES, ENTRETIENE, PERO TAMBIEN, LA RADIO ES IMAGEN Y ESTA EN TODAS PARTES.

---

#### 4.1. PROCESO DE DISEÑO.

---

PARA LAS RADIODIFUSORAS EN EL DISTRITO FEDERAL DEL IMER, DE ACUERDO CON LA INSTITUCION, SE LLEGO A LA CONCLUSION DE QUE LAS CUALIDADES PRINCIPALES QUE DEBEN REFLEJAR SUS SIMBOLOS-LOGOTIPOS SERAN: CONFIANZA Y DINAMISMO.

PARA EL BUEN FUNCIONAMIENTO DEL DISEÑO SE DECIDIO QUE DEBE REUNIR LAS SIGUIENTES CARACTERISTICAS:

MEMORIA GRAFICA, IMPACTO, PERSONALIDAD Y LEGIBILIDAD.

TOMANDO EN CUENTA LO ANTERIOR SE BOCETARON SIMBOLOS, ALGUNOS DE ELLOS SE LES DIO UN TRATAMIENTO MAS GRAFICO LLEGANDO A LOGRAR GRAFISMOS MAS MODERNOS Y SENCILLOS, BUSCANDO IMPRIMIRLES RASGOS DE ORIGINALIDAD QUE LES DIERAN CARACTER PROPIO.

POSTERIORMENTE SE COMENZO POR SELECCIONAR DIFERENTES TIPOGRAFIAS RESPECTIVAMENTE QUE APOYARAN Y COMPLEMENTARAN EL MENSAJE DEL SIMBOLO Y LAS CARACTERISTICAS MENCIONADAS ANTERIORMENTE (IMPACTO, LEGIBILIDAD, ETC.).

POCO A POCO SE FUERON INTEGRANDO SIMBOLOS, LOGOTIPOS Y TIPOGRAFIA; PERFECCIONANDO LOS QUE SE CONSIDERABAN CUMPLIAN POR SI MISMO CON LAS CARACTERISTICAS REQUERIDAS.

FINALMENTE SE HIZO LA SELECCION RESPECTIVAMENTE, DEL SIMBOLO-LOGOTIPO QUE MEJOR FUNCIONABA, LOS CUALES SE PRESENTAN A CONTINUACION.

---

**XEB**

---

---

#### 4.2. PERFIL DE LA ESTACION XEB, RADIO MEXICO.

---

XEB, LA B GRANDE DE MEXICO, QUE TRANSMITE LAS 24 HORAS CON CIENTO MIL WATTS DE POTENCIA, ES LA ESTACION PILOTO, EL ESLABON PRINCIPAL DE ESE GRAN PROPOSITO DE COMUNICACION QUE ES EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO.

XEB FUE LA PRIMERA RADIODIFUSORA NO EXPERIMENTAL, VALE DECIR COMERCIAL QUE SE ESTABLECIO EN EL DISTRITO FEDERAL. SALIO AL AIRE EL 15 DE SEPTIEMBRE DE 1923 Y DESDE ENTONCES HA SIDO ESCENARIO PARA EL ARTE Y FORO PARA EL PENSAMIENTO.

POR SU CARACTERISTICA DE ESTACION CENTRAL DEL IBER, XEB NO PUEDE TENER UN PERFIL DEFINIDO. TIENE QUE TRANSMITIR UNA PROGRAMACION HETEROGENEA; XEB NO PUEDE, POR EJEMPLO, HACER DE LA MUSICA UNA FORMULA. PERO XEB IMPULSA, PRESERVA Y DIGNIFICA LA CANCION MEXICANA DIFUNDIENDO LA OBRA DE LOS MAS CALIFICADOS AUTORES: LA MUSICA RANCHERA EN SU JUSTA PROPORCION; EL BOLERO EN BUSCA DE SUS HORARIOS ADECUADOS.

LA PROGRAMACION DE XEB SE INTEGRA CON MUSICA MEXICANA Y LATINOAMERICANA, NOTICIAS, COMENTARIOS, PROGRAMAS DE CONTENIDO POLITICO Y SOCIAL, DEPORTES, ORIENTACION Y CULTURA. POR ESO CONSIDERAMOS QUE LA INQUIETUD PERMANENTE DE XEB ES SABER EN QUE PROPORCION Y EN QUE UBICACION DEBE COLOCARSE CADA UNO DE LOS MOSAICOS QUE LA INTEGRAN.

SR. RAFAEL CARDONA LYNCH  
GERENTE

---

#### 4.2.1. SIMBOLO-LOGOTIPO XEB.

---

LA IMAGEN DISEÑADA PARA LA RADIODIFUSORA XEB, ESTA COMPUESTA PRINCIPALMENTE POR TRES ELEMENTOS:

UN SIMBOLO, UN LOGOTIPO, Y UNA TIPOGRAFIA.

EL SIMBOLO Y LOGOTIPO, REPRESENTA A TRAVES DE SUS ELEMENTOS, LAS CARACTERISTICAS QUE MEJOR DEFINEN A LA RADIODIFUSORA.

LA TIPOGRAFIA REPRESENTA A SU FRECUENCIA EN EL 1220 A.M. Y AL NOMBRE, RADIO MEXICO, ESTO NOS PERMITE RECONOCER VERBALMENTE A LA RADIODIFUSORA, PERO TAMBIEN, ES UN ELEMENTO CON CARACTERISTICAS GRAFICAS QUE TRANSMITEN UN MENSAJE DETERMINADO.





---

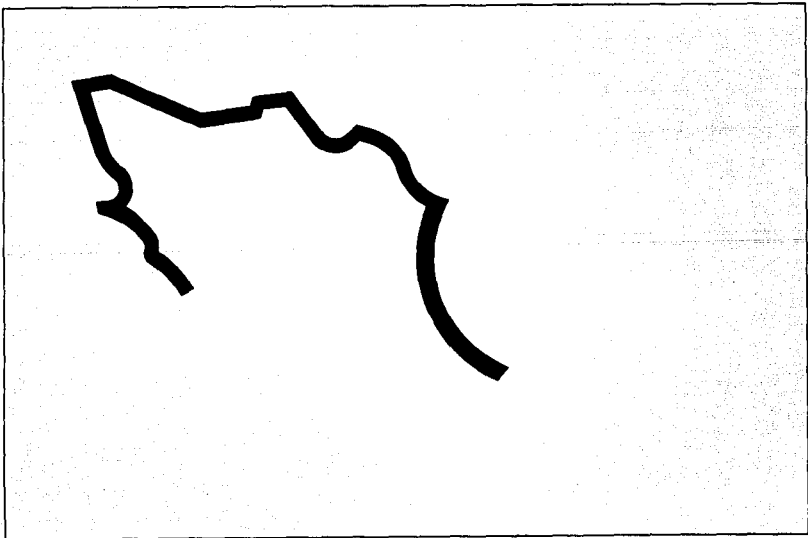
#### 4.2.2. SIMBOLO.

---

EN EL DISEÑO DEL SIMBOLO SE UTILIZARON ELEMENTOS QUE DISTINGUEN A LA XEB DE OTRAS RADIODIFUSORAS: EL SIMBOLO REPRESENTA A LA REPUBLICA MEXICANA.

POR SUS TRAZOS RECTOS E IRREGULARES, EL ELEMENTO DE LA IMAGEN DENOTA DINAMISMO, CARACTERISTICA QUE REPRESENTA A LA RADIODIFUSORA Y SE ASOCIA CON LA ACTIVIDAD QUE DESARROLLA.

LA IMAGEN ES SENCILLA, POR LO QUE COMUNICA SU MENSAJE EN FORMA RAPIDA Y CLARA.



---

#### 4.2.3. LOGOTIPO.

---

PARA EL DISEÑO DEL LOGOTIPO DE LA XEB, SE CONSIDERARON DOS ELEMENTOS QUE REPRESENTAN A LA RADIODIFUSORA.

PRIMERO. REFLEJAR MEDIANTE SUS SIGLAS QUE XEB NO PUEDE TENER UN PERFIL DEFINIDO, YA QUE TRANSMITE UNA PROGRAMACION HETEROGENEA, DE AHI QUE SUS SIGLAS SEAN DIFERENTES.

SEGUNDO. HACER DE MAYOR TAMAÑO A LA SIGLA B, YA QUE A LA ESTACION SE LE CONOCE TAMBIEN COMO LA B GRANDE DE MEXICO.

POR SUS TRAZOS CIRCULARES, RECTOS Y BIEN DEFINIDOS LOS ELEMENTOS DEL LOGOTIPO DENOTAN PROFESIONALISMO, CONFIANZA Y DINAMISMO.

ASI MISMO EL LOGOTIPO ES SENCILLO, POR LO QUE COMUNICA SU MENSAJE EN FORMA RAPIDA Y CLARA.



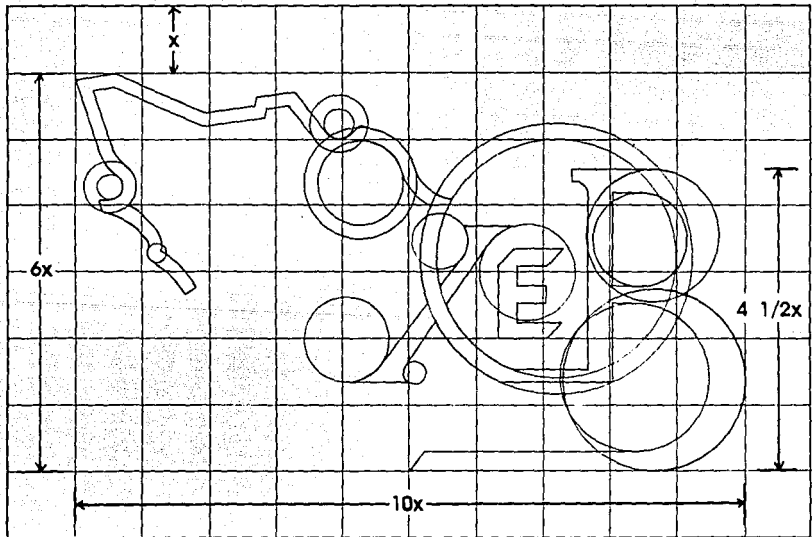
---

#### 4.2.4. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO-LOGOTIPO Y TRAZOS.

---

LOS TRAZOS DEL SIMBOLO-LOGOTIPO ESTAN COMPUESTOS POR CIRCULOS, LINEAS RECTAS Y TRAZOS IRREGULARES, DIVIDIDOS EN UN SISTEMA DE PARTES IGUALES (X) QUE DETERMINA EL ANCHO DE CADA ELEMENTO.

EL TRAZO CORRECTO ES UN ASPECTO FUNDAMENTAL PARA NO ALTERAR EL IMPACTO Y SIGNIFICADO DE LA IMAGEN EN SU CONJUNTO, YA QUE COMO SE HA VISTO CADA ELEMENTO ESTA DISEÑADO CON UN PROPOSITO ESPECIFICO.



---

#### 4.2.5. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA Y PROPORCIONES.

---

LA TIPOGRAFIA QUE SE ELIGIO PARA EL TEXTO:

- \* RADIO MEXICO
- \* 1220 AM

ES DE CATALOGO, SU NOMBRE OPTIMA SEMIBOLD, CUENTA CON RASGOS QUE APOYAN Y COMPLEMENTAN EL MENSAJE DEL SIMBOLO; SU TRAZO BIEN DEFINIDO Y EL TEXTO EN ALTAS PROYECTAN SERIEDAD.

LAS PROPORCIONES, PESOS Y DISTRIBUCION, FUERON DISEÑADOS CON UN PROPOSITO ESPECIFICO: RADIO MEXICO, ES EL NOMBRE CON EL CUAL SE HA IDENTIFICADO A LA RADIODIFUSORA A TRAVES DE LOS AÑOS, POR LO QUE APARECE DE UN TAMAÑO LIGERAMENTE MAS PEQUEÑO QUE LAS XEB, SU FRECUENCIA 1220 AM DE MENOR TAMAÑO PERO EN UN LUGAR VISUALMENTE ESTRATEGICO.

ESTA VARIEDAD DE PESOS Y TAMAÑOS PROYECTA VERSATILIDAD, LA ESTRUCTURA SOLIDA DE LA COMPOSICION REPRESENTA CONFIANZA Y RESPONSABILIDAD.

**RADIO  
MEXICO**

**1220 AM**

Optima semi bold

**ABCDEFGHIJ!  
KLMNOPQR?  
STUVWXYZa  
bcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
yz123456789;  
0£\$¢&%()/\***

---

#### 4.2.6. INTEGRACION SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.

---

LA RELACION ENTRE SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA HA SIDO DISEÑADO TOMANDO EN CUENTA LAS CARACTERISTICAS PARTICULARES DE CADA ELEMENTO, PARA QUE SU CONJUNTO APOYEN MUTUAMENTE SU MENSAJE DE FUERZA Y CLARIDAD.

DADO QUE EL SIMBOLO Y LOGOTIPO ES DE MAYOR TAMAÑO, EL ELEMENTO SE HA UBICADO EN LA PARTE CENTRAL, ES DECIR, ENTRE EL NOMBRE Y SU FRECUENCIA, SIN RESTARLE PRESENCIA A ESTOS.

ES POR LO ANTERIOR QUE LA RELACION, TANTO EN TAMAÑO COMO EN DISTANCIA ENTRE SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA NO DEBE SER ALTERADA.

PARA DOTAR AL CONJUNTO DE ESTABILIDAD SE UTILIZA COMO CRITERIO, QUE LA TIPOGRAFIA, RADIO MEXICO, ESTE ALINEADA A LA BASE DE LA SIGLA B.



---

4.2.7. ARREGLO EN RETICULA  
DEL SIMBOLO,  
LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.

---

EL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA, ESTAN DIVIDIDOS EN UN SISTEMA DE PARTES IGUALES (X) QUE DETERMINA EL ANCHO DE CADA ELEMENTO.



---

#### 4.2.8. AREA DE RESTRICCIONES.

---

EN CUALQUIER APLICACION ES ESENCIAL QUE LA IMAGEN SEA VISUALMENTE FUERTE Y FACIL DE IDENTIFICAR. POR LO QUE EXISTE UNA AREA MINIMA A SU ALREDEDOR EN LA QUE NO SE PERMITE COLOCAR NINGUN ELEMENTO GRAFICO.

EL AREA DE RESTRICCIONES, SIEMPRE DEBERA DEJARSE ALREDEDOR DEL SIMBOLO-LOGOTIPO, EL CUAL, SERA EQUIVALENTE A UNA SEXTA PARTE DE SU EJE VERTICAL.



---

#### 4.2.9. NEGATIVO.

---

HABRA CASOS EN QUE EL SIMBOLO-LOGOTIPO DEBERA REPRODUCIRSE SOBRE UN FONDO NEGRO O DE COLOR, POR LO QUE LA IMAGEN Y TIPOGRAFIA APARECERA INVERTIDA, ES DECIR, SERAN BLANCAS Y ESTARA RODEADA POR EL COLOR CON QUE SE IMPRIMA.

LA PLASTA DE COLOR DEBE DE SER POR LO MENOS DEL TAMAÑO DEL AREA DE RESTRICCIONES Y NUNCA MENOR A ESTA.





---

**4.2.10. COLORES AFINES.**

---

EL COLOR ES UN ELEMENTO IDEAL PARA TRANSMITIR SENSACIONES E IDEAS, ES POR ESTO QUE FORMA PARTE IMPORTANTE DEL SIMBOLO-LOGOTIPO.

EL SIMBOLO Y LOGOTIPO SERA DE COLOR TERRACOTA (P.1805 C), RADIO MEXICO Y 1220 AM, EN NEGRO.



P. 1805 C



NEGRO

4.2.11. MUESTRA COMPARATIVA DE TAMAÑOS.

---

PARA CUMPLIR CON LOS REQUERIMIENTOS DE APLICACION EN LOS DIFERENTES SOPORTES GRAFICOS DE LA INSTITUCION, EL SIMBOLO-LOGOTIPO SE DISEÑO PARA PODER SER REPRODUCIDO EN DIFERENTES TAMAÑOS.

EXISTE UN LIMITE DE REDUCCION PARA QUE LA IMAGEN NO PIERDA LEGIBILIDAD, POR EL CONTRARIO NO EXISTE UN LIMITE DE AMPLIACION PARA CUBRIR ASI LOS REQUERIMIENTOS DE TRANSPORTES, ANUNCIOS MONUMENTALES, ETC.



**IMER**



1220 AM  
**RADIO XEB MEXICO**

---

**XEMP**

---

---

### **4.3. PERFIL DE LA ESTACION XEMP, EL PERFIL TROPICAL.**

---

XEMP RADIO 710, EN EL 710 DE AMPLITUD MODULADA ES LA ESTACION TROPICAL DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO, TRANSMITE LAS 24 HORAS DEL DIA CON MIL WATTS DE POTENCIA. DURANTE APROXIMADAMENTE CINCO AÑOS, XEMP TRANSMITIO COMO RADIO INFORMACION LA ESTACION PERIODISTICA DEL IMER.

ES HASTA EL MES DE MARZO DEL AÑO PASADO (1990), CUANDO DA UN NUEVO GIRO SIENDO UNA DE LAS PRINCIPALES RAZONES HACER DE 710 UNA EMISORA MAS RENTABLE Y ATRACTIVA. PERO A PESAR DE ESTA INQUIETUD NO NOS HEMOS APARTADO DE OTRO OBJETIVO DEL INSTITUTO, QUE ES EL DE MANTENER NUESTROS ESPACIOS INFORMATIVOS, CULTURALES, DE SERVICIO SOCIAL Y ORIENTACION.

DESDE ENTONCES Y A LA FECHA A TRAVES DE ESTA FRECUENCIA SE A TRANSMITIDO UNA DIVERSIDAD DE PROGRAMAS QUE HAN DESPERTADO EL INTERES DEL RADIOESCUCHA, CON MUSICA TROPICAL AFROANTILLANA Y SUS DIVERSOS GENEROS MUSICALES.

HAY QUE DESTACAR QUE A PESAR DE SU BAJA POTENCIA RADIO 710 OCUPA YA UN LUGAR MUY IMPORTANTE DENTRO DE LA BANDA DE AMPLITUD MODULADA.

LIC. GRISELDA SAYAS  
GERENTE

---

#### 4.3.1. SIMBOLO Y TIPOGRAFIA.

---

LA IMAGEN DISEÑADA PARA LA RADIODIFUSORA XEMP, ESTA COMPUESTA POR CUATRO ELEMENTOS: DOS SIMBOLOS, UNA TIPOGRAFIA, Y UNA ENVOLVENTE.

EL SIMBOLO, REPRESENTA A TRAVES DE SUS ELEMENTOS, LAS CARACTERISTICAS QUE MEJOR DEFINEN A LA RADIODIFUSORA.

LA TIPOGRAFIA REPRESENTA A SUS SIGLAS XEMP, A SU AMPLITUD MODULADA (AM), Y AL NOMBRE RADIO 710, EL PERFIL TROPICAL, ESTO NOS PERMITE RECONOCER VERBALMENTE A LA RADIODIFUSORA, PERO TAMBIEN ES UN ELEMENTO CON CARACTERISTICAS GRAFICAS QUE TRANSMITEN UN MENSAJE DETERMINADO.



---

#### 4.3.2. SIMBOLO.

---

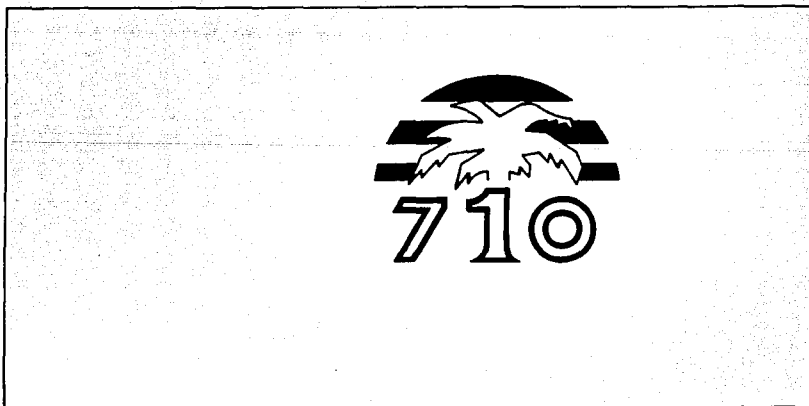
EL SIMBOLO PARA LA RADIODIFUSORA XEMP, ESTA COMPUESTO POR DOS ELEMENTOS:

PRIMERO.- UNA REPRESENTACION GRAFICA DEL SOL.

SEGUNDO.- LA PARTE SUPERIOR DE UNA PALMERA.

POR SUS TRAZOS Y LA COMBINACION VISUAL QUE GUARDAN LOS SIMBOLOS CON EL NUMERO DE SU FRECUENCIA RADIOFONICA, DENOTAN DINAMISMO Y ALEGRIA, CARACTERISTICAS QUE REPRESENTAN A LA RADIODIFUSORA Y SE ASOCIA CON LA MUSICA QUE DIFUNDE.

LA IMAGEN ES SENCILLA, POR LO QUE COMUNICA SU MENSAJE EN FORMA RAPIDA Y CLARA.



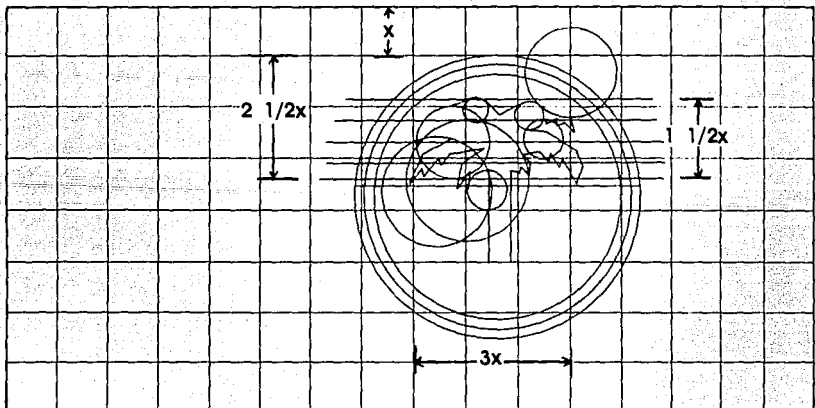
---

### 4.3.3. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO Y TRAZOS.

---

LOS TRAZOS DEL SIMBOLO ESTAN COMPUESTOS POR LINEAS RECTAS Y SEMICIRCULOS, DIVIDIDOS EN UN SISTEMA DE PARTES IGUALES (X), QUE DETERMINA EL ANCHO DE CADA ELEMENTO.

EL TRAZO CORRECTO DEL SIMBOLO ES UN ASPECTO FUNDAMENTAL PARA NO ALTERAR EL IMPACTO Y SIGNIFICADO DE LA IMAGEN EN SU CONJUNTO, YA QUE COMO SE HA VISTO CADA ELEMENTO ESTA DISEÑADO CON UN PROPOSITO ESPECIFICO.





---

#### 4.3.4. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA Y PROPORCIONES.

---

LA TIPOGRAFIA QUE SE ELIGIO PARA EL TEXTO:

- \* RADIO
- \* EL PERFIL TROPICAL
- \* XEMP
- \* AM

CUENTA CON CIERTAS CARACTERISTICAS QUE APOYAN Y COMPLEMENTAN EL MENSAJE DEL SIMBOLO.

EL TEXTO EN ALTAS Y BAJAS PROYECTA VERSATILIDAD. LAS PROPORCIONES, PESOS Y DISTRIBUCION, FUERON DISEÑADOS CON UN PROPOSITO ESPECIFICO: EL TEXTO RADIO; EN ALTAS Y BAJAS, PARA NO RESTARLE PRESENCIA GRAFICA AL SIMBOLO. EL PERFIL TROPICAL; EN ALTAS, YA QUE ES LA BASE VISUAL DE LOS DEMAS ELEMENTOS COLOCADOS EN LA PARTE SUPERIOR, Y POR SER EL NOMBRE CON EL CUAL SE IDENTIFICA A LA ESTACION. XEMP; EN ALTAS Y DE IGUAL TAMAÑO QUE EL TEXTO RADIO, PERO DE DIFERENTE FAMILIA TIPOGRAFICA, UBICADA EN LA PARTE SUPERIOR IZQUIERDA. AM; EN ALTAS Y DE MENOR TAMAÑO EN RELACION A TODOS LOS DEMAS ELEMENTOS, PERO ENSEGUIDA DEL NUMERO DE FRECUENCIA.

ESTA VARIEDAD DE FAMILIAS TIPOGRAFICAS, PESOS Y TAMAÑOS, PROYECTA EN SU CONJUNTO DINAMISMO Y ALEGRIA, CARACTERISTICAS QUE SE IDENTIFICAN CON LA MUSICA QUE DIFUNDE LA RADIODIFUSORA.

**XEMP**

**Ra**dío **AM**

**EL PERFIL TROPICAL**

---

---

American uncial and initial bold

ABCDEFGHIJKL  
LMNOPQRSTU  
VWXYZ abcđ  
efghijklmn\*  
opqrstuω  
xyzabcdefgh  
ijklmnopqrst?  
uωxyz1234!  
567890\$¢&%

Radio  
EL PERFIL TROPICAL

XEMP

AM

---

Helvetica medium condensed

ABCDEFGHIJKL  
MNOPQRSTUVWXYZ  
XYZabcdefghijkl  
mnopqrstuvwxyz  
zæ1234567890!  
?&%£\$BÆŒ(☺☻)

---

#### 4.3.5. INTEGRACION SIMBOLO Y TIPOGRAFIA.

---

LA RELACION ENTRE SIMBOLO Y TIPOGRAFIA HA SIDO DISEÑADA TOMANDO EN CUENTA LAS CARACTERISTICAS PARTICULARES DE CADA ELEMENTO, PARA QUE EN SU CONJUNTO APOYEN MUTUAMENTE SU MENSAJE DE FUERZA Y CLARIDAD.

EL SIMBOLO EN UNA JUSTA PROPORCION VISUAL Y EN COMBINACION CON LA FRECUENCIA.

ES POR LO ANTERIOR QUE LA RELACION, TANTO EN TAMAÑO COMO EN DISTANCIA ENTRE SIMBOLO Y TIPOGRAFIA NO DEBE SER ALTERADA.

PARA DOTAR AL CONJUNTO DE ESTABILIDAD SE UTILIZO UNA ENVOLVENTE, LA ESTRUCTURA SOLIDA DE LA COMPOSICION REPRESENTA CONFIANZA Y RESPONSABILIDAD.



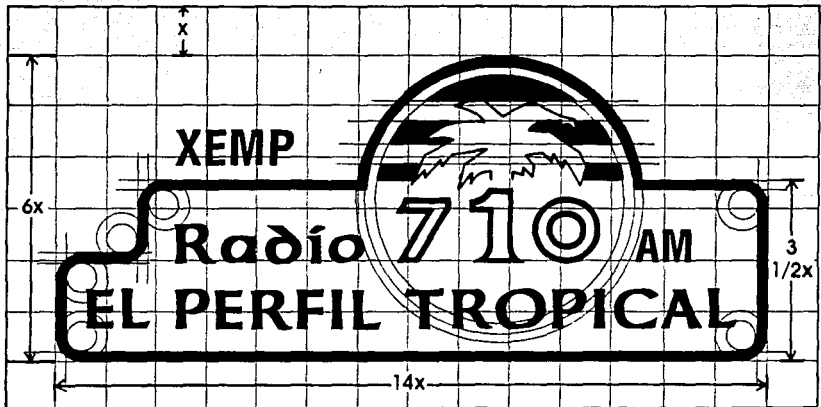
---

#### 4.3.6. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO, TIPOGRAFIA Y TRAZOS.

---

LOS TRAZOS DEL SIMBOLO Y TIPOGRAFIA ESTAN COMPUESTOS POR CIRCULOS, LINEAS RECTAS Y TRAZOS IRREGULARES, DIVIDIDOS EN UN SISTEMA DE PARTES IGUALES (X) QUE DETERMINAN EL ANCHO DE CADA ELEMENTO.

EL TRAZO CORRECTO DEL SIMBOLO Y TIPOGRAFIA ES UN ASPECTO IMPORTANTE PARA NO ALTERAR EL IMPACTO Y SIGNIFICADO DE LA IMAGEN EN SU CONJUNTO.



---

#### 4.3.7. AREA DE RESTRICCIONES.

---

EN CUALQUIER APLICACION ES ESENCIAL QUE LA IMAGEN SEA VISUALMENTE FUERTE Y FACIL DE IDENTIFICAR, POR LO QUE EXISTE UNA AREA MINIMA A SU ALREDEDOR EN LA QUE NO SE PERMITE COLOCAR NINGUN ELEMENTO GRAFICO.

EL AREA DE RESTRICCIONES, SIEMPRE DEBERA DEJARSE ALREDEDOR DEL SIMBOLO Y TIPOGRAFIA, EL CUAL SERA EQUIVALENTE A UNA SEXTA PARTE DE SU EJE VERTICAL.



---

#### 4.3.8. NEGATIVO.

---

HABRA CASOS EN QUE EL SIMBOLO Y LA TIPOGRAFIA DEBERAN REPRODUCIRSE ENTRE UN FONDO NEGRO O DE COLOR, POR LO QUE LA IMAGEN EN SU CONJUNTO APARECERA INVERTIDA, ES DECIR, SERA BLANCA Y ESTARA RODEADA POR EL COLOR CON QUE SE IMPRIMA.

LA PLASTA DE COLOR DEBE DE SER POR LO MENOS DEL TAMAÑO DEL AREA DE RESTRICCIONES Y NUNCA MENOR A ESTA.



---

#### 4.3.9. COLORES AFINES.

---

EL COLOR ES UN ELEMENTO IDEAL PARA TRANSMITIR SENSACIONES E IDEAS, ES POR ESTO QUE FORMA PARTE IMPORTANTE DEL SIMBOLO Y TIPOGRAFIA.

EL SIMBOLO QUE REPRESENTA AL SOL, SERA DE COLOR NARANJA (P. WARM RED C); PARA LA PALMERA Y ENVOLVENTE DE COLOR VERDE (P. 3295 C); LA TIPOGRAFIA Y EL NUMERO DE FRECUENCIA EN NEGRO.



P. WARM RED C



P. 3295 C



NEGRO

---

#### 4.3.10. MUESTRA COMPARATIVA DE TAMAÑOS.

---

PARA CUMPLIR CON LOS REQUERIMIENTOS DE APLICACION EN LOS DIFERENTES SOPORTES GRAFICOS DE LA INSTITUCION, EL SIMBOLO Y LA TIPOGRAFIA SE DISEÑARON PARA PODER SER REPRODUCIDOS EN DIFERENTES TAMAÑOS.

EXISTE UN LIMITE DE REDUCCION PARA QUE LA IMAGEN NO PIERDA LEGIBILIDAD, POR EL CONTRARIO NO EXISTE UN LIMITE DE AMPLIACION PARA CUBRIR ASI LOS REQUERIMIENTOS DE TRANSPORTES, CARTELES, ETC.





**IMER**



XEMP  
Radio **710** AM  
EL PERFIL TROPICAL

---

**XEQK**

---

---

#### 4.4. PERFIL DE LA ESTACION XEQK, LA HORA EXACTA.

---

EN 1939 INICIO SUS TRANSMISIONES UNA NUEVA RADIODIFUSORA, SU PERFIL PROGRAMATICO CONSISTIA EN OPERA Y MUSICA CLASICA, SIN EMBARGO NO TUVO EL EXITO QUE SE ESPERABA POR LO QUE FUE CERRADA.

EN 1944 ESTA EMISORA FUE ADQUIRIDA POR EL SR. GUILLERMO MORALES Y EN ESE MISMO AÑO SALIO AL AIRE CON UNA PROGRAMACION DIFERENTE A CUALQUIER OTRA, POR UN LADO SE INTRODUCE CADA MINUTO EL SERVICIO DE LA HORA EXACTA Y POR OTRO UNICAMENTE SE DIFUNDEN MENSAJES PUBLICITARIOS, LAS TRANSMISIONES HECHAS EN AQUEL ENTONCES ERAN EN VIVO Y PARA QUE LOS LOCUTORES PUDIERAN MEDIR EL TIEMPO CADA MINUTO, SE VALIAN DE UN RELOJ TIPO MARINO DE ALTA PRECISION CON INDICADOR DE SEGUNDOS, ASI ELLOS PODIAN SABER SI TENIAN QUE PAUSAR O ACELERAR LA LECTURA DE LOS COMERCIALES, POSTERIORMENTE EN EL AÑO 1955 SE INTRODUJERON LAS GRABACIONES POR MEDIO DE DISCOS CON TRACKS DE 8 MINUTOS, DICHAS GRABACIONES SE MANTUVIERON ASI HASTA 1963 AÑO EN QUE SE AUTOMATIZA LA ESTACION DE LA HORA IMPLEMENTANDO UN SISTEMA DE SEÑALES ANTICIPADAS PROVENIENTE DEL OBSERVATORIO, LAS CUALES DETERMINAN EL MANDO DE LOS PROGRAMAS DE REPRODUCCION DE LAS GRABADORAS YA PARA ESE ENTONCES SUCESORAS DE LAS TORNAMESAS, AL POCO TIEMPO DE ESTA INNOVACION SE IMPLEMENTO LA GRABACION Y TRANSMISION POR MEDIO DE CARTUCHOS COMO ACTUALMENTE SE SIGUE OPERANDO, Y EN 1970 A LA ESTACION DE LA HORA YA CONOCIDA COMO LA HORA EXACTA SE LE ASIGNAN LAS SIGLAS XEQK, TANTO EN AMPLITUD MODULADA COMO EN ONDA CORTA ESTA ULTIMA ADQUIRIDA TAMBIEN EN 1944.

EL 16 DE NOVIEMBRE DE 1984, EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO COMPRA LOS ACTIVOS FIJOS Y SE LE CONCEDEN GRATUITAMENTE LOS DERECHOS DE LA CONCESION DE LAS RADIODIFUSORAS XEQK AMPLITUD MODULADA Y ONDA CORTA, FUE ASI, COMO XEQK LA HORA EXACTA PASO A FORMAR PARTE DEL IMER CONVIRTIENDOSE EN SU ESTACION COMERCIAL, POR LO QUE SE REFIERE AL CONTENIDO DE LA PROGRAMACION DE LA ESTACION XEQK, ESTE SE REALIZA DE ACUERDO CON LAS DIRECTRICES MARCADAS POR LA DIRECCION GENERAL, TODO ESTO PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS DE LA COMUNICACION SOCIAL QUE RIGE EL ESTADO MEXICANO, DETERMINADOS POR LA PRESERVACION DE LOS VALORES DE NUESTRA CULTURA Y EL FORTALECIMIENTO DE NUESTRA NACIONALIDAD, ADEMAS SE CONTINUA PROPORCIONANDO AL PUBLICO EL SERVICIO DE LA HORA EXACTA LAS 24 HORAS DEL DIA, Y SE LE BRINDA INFORMACION Y ORIENTACION RESPECTO AL AUXILIO PRESTADO POR DIVERSAS DEPENDENCIAS E INSTITUCIONES, XEQK ESTACION COMERCIAL DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA

---

**RADIO TRANSMITE EN EL 1350 DE AMPLITUD MODULADA Y EN LA FRECUENCIA 9555 DE LA BANDA INTERNACIONAL DE 31 METROS DE ONDA CORTA.**

**LIC. GERARDO ROMERO RODRIGUEZ  
GERENTE**

---

#### 4.4.1. SIMBOLO-LOGOTIPO XEQK.

---

LA IMAGEN DISEÑADA PARA LA RADIODIFUSORA XEQK, ESTA COMPUESTA POR CINCO ELEMENTOS:

TRES SIMBOLOS, UN LOGOTIPO, Y UNA TIPOGRAFIA.

LOS SIMBOLOS Y EL LOGOTIPO REPRESENTA A TRAVES DE SUS ELEMENTOS, LAS CARACTERISTICAS QUE MEJOR DEFINEN A LA RADIODIFUSORA.

LA TIPOGRAFIA REPRESENTA AL NOMBRE, LA HORA EXACTA, ESTA NOS PERMITE RECONOCER VERBALMENTE A LA RADIODIFUSORA, PERO TAMBIEN ES UN ELEMENTO CON CARACTERISTICAS QUE TRANSMITEN UN MENSAJE DETERMINADO.



---

#### 4.4.2. SIMBOLO.

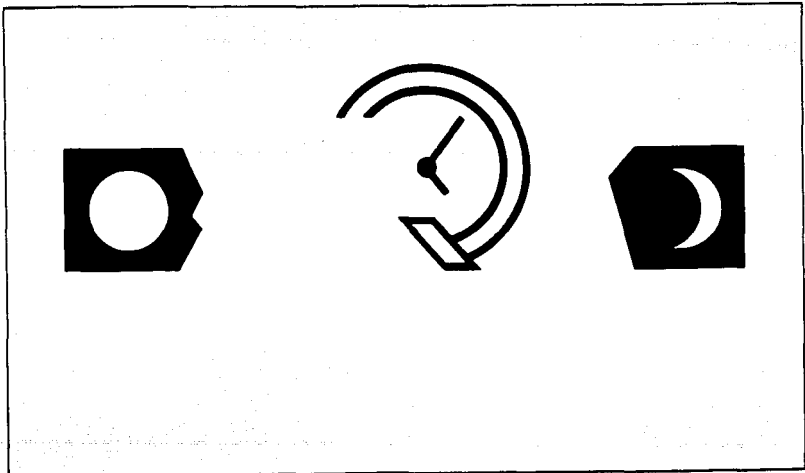
---

EL SIMBOLO DISEÑADO PARA LA RADIODIFUSORA XEQK, ESTA COMPUESTO POR TRES ELEMENTOS QUE REPRESENTAN:

- \* EL DIA
- \* LA NOCHE Y
- \* UN RELOJ

POR SUS TRAZOS CIRCULARES LOS ELEMENTOS DENOTAN DINAMISMO, CARACTERISTICA QUE REPRESENTA A LA RADIODIFUSORA Y SE ASOCIA CON LA ACTIVIDAD QUE DESARROLLA.

LAS IMAGENES SON SENCILLAS, POR LO QUE COMUNICAN SU MENSAJE EN FORMA RAPIDA Y CLARA.



---

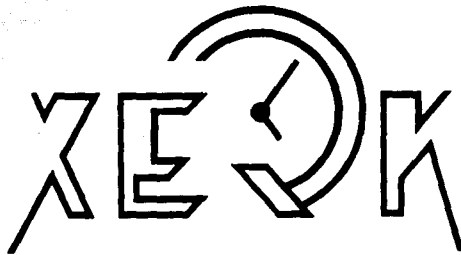
#### 4.4.3. LOGOTIPO.

---

PARA EL DISEÑO DEL LOGOTIPO, SE CONSIDERO DOS ELEMENTOS QUE REPRESENTAN A LA RADIODIFUSORA:

PRIMERO. POR SUS TRAZOS CIRCULARES, RECTOS Y BIEN DEFINIDOS LOS ELEMENTOS DENOTAN SERIEDAD Y DINAMISMO.

SEGUNDO. INTEGRAR A LA LETRA Q UNAS MANECILLAS PARA REPRESENTAR UN RELOJ.



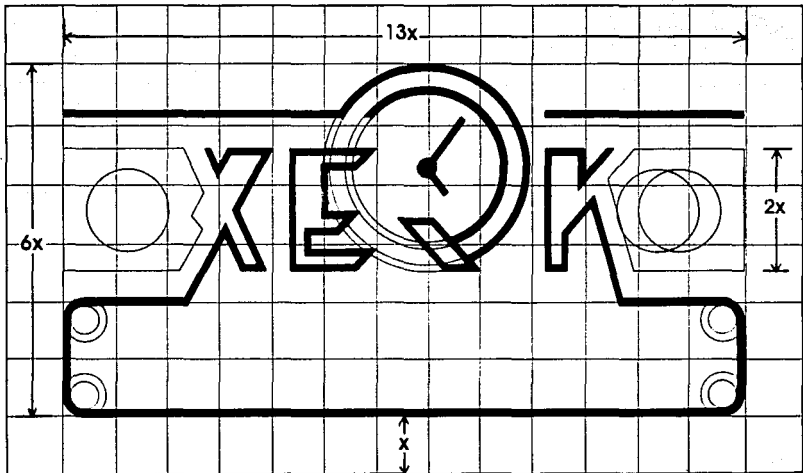
---

#### 4.4.4. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TRAZOS.

---

LOS TRAZOS DEL SIMBOLO Y LOGOTIPO, ESTAN COMPUESTOS POR CIRCULOS Y LINEAS RECTAS, DIVIDIDOS EN UN SISTEMA DE PARTES IGUALES (X), QUE DETERMINA EL ANCHO DE CADA ELEMENTO.

EL TRAZO CORRECTO DEL SIMBOLO Y LOGOTIPO ES UN ASPECTO FUNDAMENTAL PARA NO ALTERAR EL IMPACTO Y SIGNIFICADO DE LA IMAGEN EN SU CONJUNTO, YA QUE COMO SE HA VISTO CADA ELEMENTO ESTA DISEÑADO CON UN PROPOSITO ESPECIFICO.





---

#### 4.4.5. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA Y PROPORCIONES.

---

LA TIPOGRAFIA QUE SE ELIGIO PARA EL TEXTO:

\* LA HORA EXACTA

\* 1350 AM/9.555 OC

ES DE CATALOGO, SU NOMBRE OPTIMA SEMI BOLD, CUENTA CON RASGOS QUE APOYAN Y COMPLEMENTAN EL MENSAJE DEL SIMBOLO. SU TRAZO SENCILLO, BIEN DEFINIDO Y EL TEXTO EN ALTAS, PROYECTAN SERIEDAD.

LAS PROPORCIONES, PESOS, Y DISTRIBUCION FUERON DISEÑADOS CON UN PROPOSITO ESPECIFICO; LA HORA EXACTA, ES EL NOMBRE CON EL CUAL SE HA IDENTIFICADO A LA RADIODIFUSORA A TRAVES DE LOS AÑOS, SU TAMAÑO ES LIGERAMENTE MAS PEQUEÑO EN RELACION A SUS SIGLAS, SU FRECUENCIA 1350 AM Y 9.555 DE MENOR TAMAÑO Y UBICADO EN LA PARTE CENTRAL SUPERIOR DEL NOMBRE DE LA ESTACION.



---

1350 AM 9555 OC  
**LA HORA EXACTA**

Optima semi bold

**ABCDEFGHIJ!**

**KLMNOPQR?**

**STUVWXYZa**

**bcdefghijklm**

**nopqrstuvwxyz**

**yz123456789;**

**0£\$¢&%()/\***

---

#### 4.4.6. INTEGRACION SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.

---

LA RELACION ENTRE SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA HA SIDO DISEÑADA TOMANDO EN CUENTA LAS CARACTERISTICAS PARTICULARES DE CADA ELEMENTO, PARA QUE EN SU CONJUNTO APOYEN MUTUAMENTE SU MENSAJE DE FUERZA Y CLARIDAD.

DADO QUE EL LOGOTIPO ES DE MAYOR TAMAÑO, EL ELEMENTO SE HA UBICADO EN LA PARTE CENTRAL SUPERIOR, TENIENDO COMO PUNTO DE APOYO VISUAL AL NUMERO DE FRECUENCIA Y AL NOMBRE DE LA ESTACION.

ES POR LO ANTERIOR QUE LA RELACION, TANTO EN TAMAÑO COMO EN DISTANCIA NO DEBE SER ALTERADA.

PARA DOTAR AL CONJUNTO DE ESTABILIDAD, SE UTILIZO UNA ENVOLVENTE, LA CUAL, SE INTEGRA A LAS LETRAS (X) Y (K).



---

4.4.7. ARREGLO EN RETICULA DEL  
SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.

---

EL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA, ESTAN DIVIDIDOS EN UN SISTEMA DE PARTES IGUALES (X) QUE DETERMINA EL ANCHO DE CADA ELEMENTO.



---

#### 4.4.8. AREA DE RESTRICCIONES.

---

EN CUALQUIER APLICACION ES ESENCIAL QUE LA IMAGEN SEA VISUALMENTE FUERTE Y FACIL DE IDENTIFICAR, POR LO QUE EXISTE UNA AREA MINIMA A SU ALREDEDOR EN LA QUE NO SE PERMITE COLOCAR NINGUN ELEMENTO GRAFICO.

EL AREA DE RESTRICCIONES, SIEMPRE DEBERA DEJARSE ALREDEDOR DEL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA, EL CUAL SERA EQUIVALENTE A UNA SEXTA PARTE DE SU EJE VERTICAL.



---

**4.4.9. NEGATIVO.**

---

HABRA CASOS EN QUE EL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA DEBERA REPRODUCIRSE SOBRE UN FONDO NEGRO O DE COLOR, POR LO QUE LA IMAGEN APARECERA INVERTIDA, ES DECIR, SERA BLANCA Y ESTARA RODEADA POR EL COLOR CON QUE SE IMPRIMA.

LA PLASTA DE COLOR DEBE DE SER POR LO MENOS DEL TAMAÑO DEL AREA DE RESTRICCIONES Y NUNCA MENOR A ESTA.



---

#### 4.4.10. COLORES AFINES.

---

EL COLOR ES UN ELEMENTO IDEAL PARA TRANSMITIR SENSACIONES E IDEAS, ES POR ESTO QUE FORMA PARTE IMPORTANTE DEL SIMBOLO-LOGOTIPO.

EL SIMBOLO QUE REPRESENTA EL DIA, SERA DE COLOR AZUL (P.2985 C); PARA EL DE LA NOCHE, SERA NEGRO, AL IGUAL QUE EL LOGOTIPO Y EL RESTO DE LA TIPOGRAFIA.



P. 2985 C



NEGRO

---

#### 4.4.11. MUESTRA COMPARATIVA DE TAMAÑOS.

---

PARA CUMPLIR CON LOS REQUERIMIENTOS DE APLICACION EN LOS DIFERENTES SOPORTES GRAFICOS DE LA INSTITUCION, EL SIMBOLO-LOGOTIPO SE DISEÑO PARA PODER SER REPRODUCIDO EN DIFERENTES TAMAÑOS.

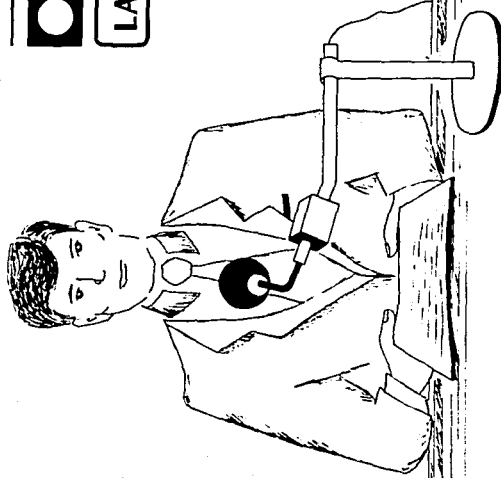
EXISTE UN LIMITE DE REPRODUCCION PARA QUE LA IMAGEN NO PIERDA LEGIBILIDAD, POR EL CONTRARIO NO EXISTE UN LIMITE DE AMPLIACION PARA CUBRIR ASI LOS REQUERIMIENTOS DE TRANSPORTES, ANUNCIOS MONUMENTALES, ETC.





**IMER**

**OXEKO**  
1350 AM 9555 OC  
**LA HORA EXACTA**



---

**XHIMER**

---

---

#### 4.5. PERFIL DE LA ESTACION XHIMER, OPUS 94.

---

SU NOMBRE ES XHIMER OPUS 94. SU OBJETIVO PRIMORDIAL, DIFUNDIR LA MUSICA DE CONCIERTO DE LOS GRANDES COMPOSITORES Y, SOBRE TODO, MEXICANOS. TIENE YA UNA IMAGEN PROPIA, A PESAR DE CONTAR APENAS CON CUATRO AÑOS AL AIRE. TRABAJA LAS 24 HORAS DEL DIA Y, DESDE ABRIL DE 1989, UN CLUB DE AMIGOS, AFICIONADOS Y CONOCEDORES DE LA MUSICA CULTA, APOYA SUS ACTIVIDADES.

ESTA ES, A GRANDES RASGOS, XHIMER OPUS 94, ESTACION DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO. LA MUSICA DE CALIDAD, CUALQUIERA QUE SEA SU GENERO, SIEMPRE HA SIDO EXIGIDA POR LOS RADIOESCUCHAS. ASI EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO, EN 1983, SE PROPUSO CONTRIBUIR A LA SATISFACCION DE ESTA NECESIDAD CREANDO, EL 710 DE AMPLITUD MODULADA, OPUS 710, QUE ES LA ANTECESORA DE OPUS 94.

DOS AÑOS DESPUES, CON MOTIVO DE LOS SISMOS DE 1985, OPUS 710 SE CONVIRTIÓ EN UNA EMISORA DE SERVICIO SOCIAL, A FIN DE UNIRSE A LOS ESFUERZOS QUE EN ESOS MOMENTOS LA SOCIEDAD Y EL ESTADO REALIZABAN PARA AUXILIAR A LAS COMUNIDADES MAS AFECTADAS. ESTOS HECHOS, AUNADOS A UN ANTIGUO PROPOSITO DE MEJORAR LA CALIDAD DE LA SEÑAL, MOTIVARON LA REESTRUCTURACION TECNICA Y PROGRAMATICA DE LA ESTACION, PERO SIEMPRE DENTRO DEL MISMO PERFIL: EL DE LA MUSICA DE CONCIERTO. FUE ASI COMO EL 5 DE JUNIO DE 1986 SALIO AL AIRE XHIMER OPUS 94, EN EL 94.5 DE FRECUENCIA MODULADA.

CON LA AMPLIACION DEL HORARIO A LAS 24:00 HORAS DEL DIA, LA PROGRAMACION ABARCO EL AMPLIO PANORAMA MUSICAL QUE CARACTERIZA A XHIMER OPUS 94.

OPUS 94 NO SE LIMITA A LA DIFUSION DE MUSICA GRABADA, SINO QUE, RESPONDIENDO A EXPECTATIVAS MAS AMPLIAS, ORGANIZA, DESDE PRINCIPIOS DE 1989, CONCIERTOS CON INTERPRETES NACIONALES Y EXTRANJEROS, QUE TRANSMITEN EN VIVO DESDE LOS ESTUDIOS DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO.

OPUS 94 ES UNA BUENA OPORTUNIDAD PARA DISFRUTAR DE LA MUSICA QUE PREFIERE UN SECTOR DE LA POBLACION CADA VEZ MAS AMPLIO, DIVERSO Y EXIGENTE.

CARMEN STROBL SANCHEZ  
GERENTE

---

#### 4.5.1 SIMBOLO-LOGOTIPO XHIMER.

---

LA IMAGEN DISEÑADA PARA LA RADIODIFUSORA XHIMER, ESTA COMPUESTA POR TRES ELEMENTOS:

UN SIMBOLO, UN LOGOTIPO Y UNA TIPOGRAFIA.

EL SIMBOLO Y LOGOTIPO, REPRESENTA A TRAVES DE SUS ELEMENTOS, LAS CARACTERISTICAS QUE MEJOR DEFINEN A LA ESTACION.

LA TIPOGRAFIA REPRESENTA A LAS SIGLAS XHIMER Y A SU FRECUENCIA MODULADA FM, ELEMENTOS CON CARACTERISTICAS GRAFICAS, QUE TRANSMITEN UN MENSAJE DETERMINADO.



---

#### 4.5.2. SIMBOLO.

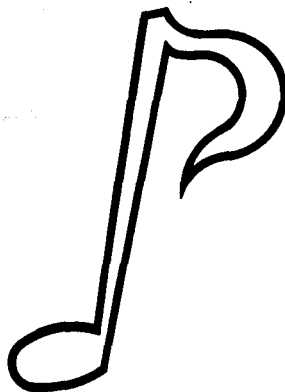
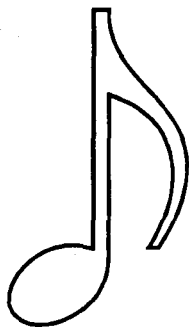
---

EN EL DISEÑO DEL SIMBOLO SE UTILIZARON ELEMENTOS QUE REPRESENTAN Y DISTINGUEN A XHIMER DE OTRAS RADIODIFUSORAS.

EL SIMBOLO REPRESENTA A UNA NOTA MUSICAL Y A SU VEZ FORMA LA LETRA P.

POR SU TRAZO EN ARO, EL ELEMENTO DE LA IMAGEN DENOTA SUTILEZA, CARACTERISTICA, QUE REPRESENTA A LA RADIODIFUSORA Y SE ASOCIA CON LA MUSICA QUE DIFUNDE.

LA IMAGEN ES SENCILLA, POR LO QUE COMUNICA SU MENSAJE EN FORMA RAPIDA Y CLARA.



---

### 4.5.3. LOGOTIPO.

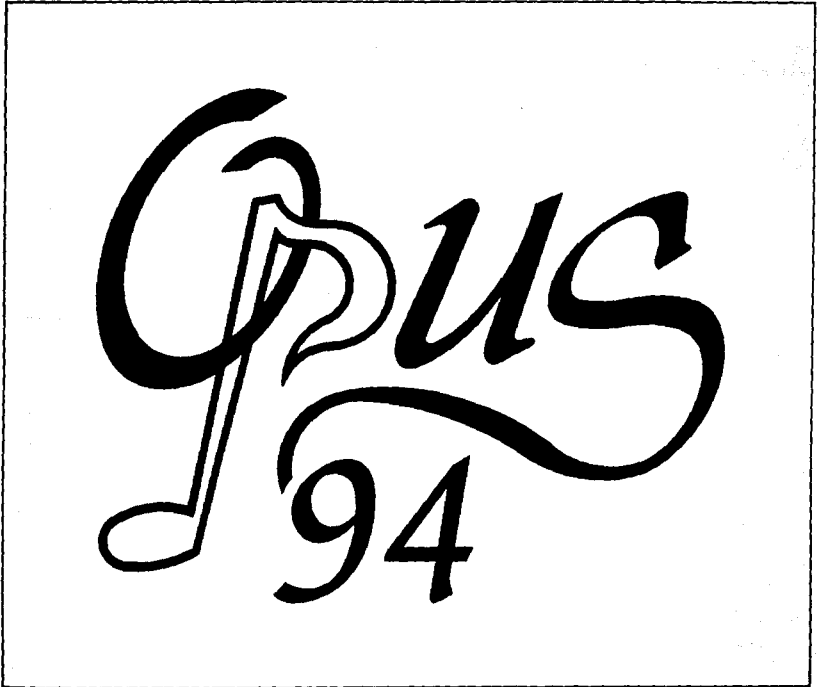
---

PARA EL DISEÑO DEL LOGOTIPO SE CONSIDERARON DOS ELEMENTOS QUE REPRESENTAN A OPUS 94:

PRIMERO.- POR SUS TRAZOS CIRCULARES, SEMICIRCULARES Y BIEN DEFINIDOS LOS ELEMENTOS DEL LOGOTIPO DENOTAN SUTILEZA.

SEGUNDO.- LA INTEGRACION DEL LOGOTIPO CON EL SIMBOLO, RESULTA AGRADABLE Y ESTETICO.

ASIMISMO EL LOGOTIPO ES SENCILLO, POR LO QUE COMUNICA SU MENSAJE EN FORMA RAPIDA Y CLARA.



---

#### 4.5.4. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TRAZOS.

---

LOS TRAZOS DEL SIMBOLO Y LOGOTIPO ESTAN COMPUESTOS POR SEMICIRCULOS, LINEAS RECTAS Y TRAZOS IRREGULARES, DIVIDIDOS EN UN SISTEMA DE PARTES IGUALES (X) QUE DETERMINA EL ANCHO DE CADA ELEMENTO.

EL TRAZO CORRECTO DEL SIMBOLO Y LOGOTIPO ES UN ASPECTO FUNDAMENTAL PARA NO ALTERAR EL IMPACTO Y SIGNIFICADO DE LA IMAGEN EN SU CONJUNTO, YA QUE COMO SE HA VISTO CADA ELEMENTO ESTA DISEÑADO CON UN PROPOSITO ESPECIFICO.



---

#### 4.5.5. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA Y PROPORCIONES.

---

LA TIPOGRAFIA QUE SE ELIGIO PARA EL TEXTO:

\* XHIMER

\* FM

ES DE CATALOGO, SU NOMBRE HELVETICA. CUENTA CON RASGOS QUE APOYAN Y COMPLEMENTAN EL MENSAJE DEL SIMBOLO; SU TRAZO BIEN DEFINIDO Y EL TEXTO EN ALTAS PROYECTAN SERIEDAD.

LAS PROPORCIONES, PESO Y DISTRIBUCION FUERON DISEÑADOS CON UN PROPOSITO ESPECIFICO; XHIMER, SON SUS SIGLAS CON EL CUAL SE IDENTIFICA A LA ESTACION, SU TAMAÑO ES PEQUEÑO, EN RELACION A LOS DEMAS ELEMENTOS, PERO UBICADA ENTRE DOS PLECAS QUE HACE VERLAS CON PRESENCIA VISUAL; FM DE MAYOR TAMAÑO QUE LAS SIGLAS, YA QUE ESTA EN PROPORCION A SU NUMERO DE FRECUENCIA.

**XHIMER**

**FM**



---

---

**■ XHIMER ■**

**94<sub>FM</sub>**

Helvetica medium

**ABCDEFGHI  
JKLMNOPQ  
RSTUVWXY  
Zabcdefghijkl  
lmnopqrstuv  
wxyz123456  
7890ß&?!(«»)**

---

#### 4.5.6. INTEGRACION SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.

---

LA RELACION ENTRE SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA HA SIDO DISEÑADA TOMANDO EN CUENTA LAS CARACTERISTICAS PARTICULARES DE CADA ELEMENTO, PARA QUE EN SU CONJUNTO APOYEN MUTUAMENTE SU MENSAJE DE FUERZA Y CLARIDAD.

DADO QUE EL LOGOTIPO ES DE MAYOR TAMAÑO, SE HA UBICADO EN LA PARTE CENTRAL, ES DECIR, ENTRE LAS SIGLAS Y EL NUMERO DE FRECUENCIA, SIN RESTARLE PRESENCIA A ESTAS.

ES POR LO ANTERIOR QUE LA RELACION, TANTO EN TAMAÑO COMO EN DISTANCIA ENTRE EL LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA NO DEBE SER ALTERADA.

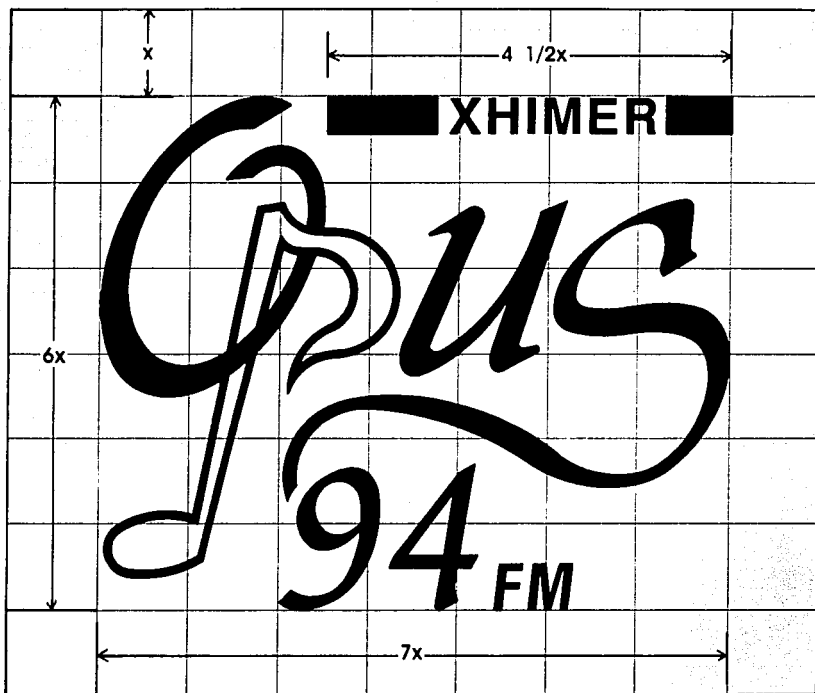


---

4.5.7. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO,  
LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.

---

EL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA ESTAN DIVIDIDOS EN UN SISTEMA DE PARTES IGUALES (X) QUE DETERMINA EL ANCHO DE CADA ELEMENTO.



---

#### 4.5.8. AREA DE RESTRICCIONES.

---

EN CUALQUIER APLICACION ES ESENCIAL QUE LA IMAGEN SEA VISUALMENTE FACIL DE IDENTIFICAR, POR LO QUE EXISTE UNA AREA MINIMA A SU ALREDEDOR EN LA QUE NO SE PERMITE COLOCAR NINGUN ELEMENTO GRAFICO.

EL AREA DE RESTRICCIONES, SIEMPRE DEBERA DEJARSE ALREDEDOR DEL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA, EL CUAL SERA EQUIVALENTE A UNA SEXTA PARTE DE SU EJE VERTICAL.



---

#### 4.5.9. NEGATIVO.

---

HABRA CASOS EN QUE LA IMAGEN DEBERA REPRODUCIRSE SOBRE UN FONDO NEGRO O DE COLOR, POR LO QUE APARECERA INVERTIDA, ES DECIR, EL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA SERAN BLANCOS Y ESTARAN RODEADOS POR EL COLOR CON QUE SE IMPRIMA.

LA PLASTA DE COLOR DEBE SER POR LO MENOS DEL TAMAÑO DEL AREA DE RESTRICCIONES Y NUNCA MENOR A ESTA.



---

#### 4.5.10. COLORES AFINES.

---

EL COLOR ES UN ELEMENTO IDEAL PARA TRANSMITIR SENSACIONES E IDEAS, ES POR ESTO QUE FORMA PARTE IMPORTANTE DEL SIMBOLO, LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.

PARA LA PARTE INTERIOR DEL SIMBOLO, SERA DE COLOR PURPLE (P. 236 C), PARA EL RESTO DE LA IMAGEN SERA NEGRO.



P. 251 C



NEGRO

---

#### 4.5.11. MUESTRA COMPARATIVA DE TAMAÑOS.

---

PARA CUMPLIR CON LOS REQUERIMIENTOS DE APLICACION EN LOS DIFERENTES SOPORTES GRAFICOS DE LA INSTITUCION, LA IMAGEN SE DISEÑO PARA PODER SER REPRODUCIDA EN DIFERENTES TAMAÑOS.

EXISTE UN LIMITE DE REDUCCION PARA QUE LA IMAGEN NO PIERDA LEGIBILIDAD, POR EL CONTRARIO NO EXISTE UN LIMITE DE AMPLIACION PARA CUBRIR ASI LOS REQUERIMIENTOS DE TRANSPORTES, ANUNCIOS MONUMENTALES, ETC.

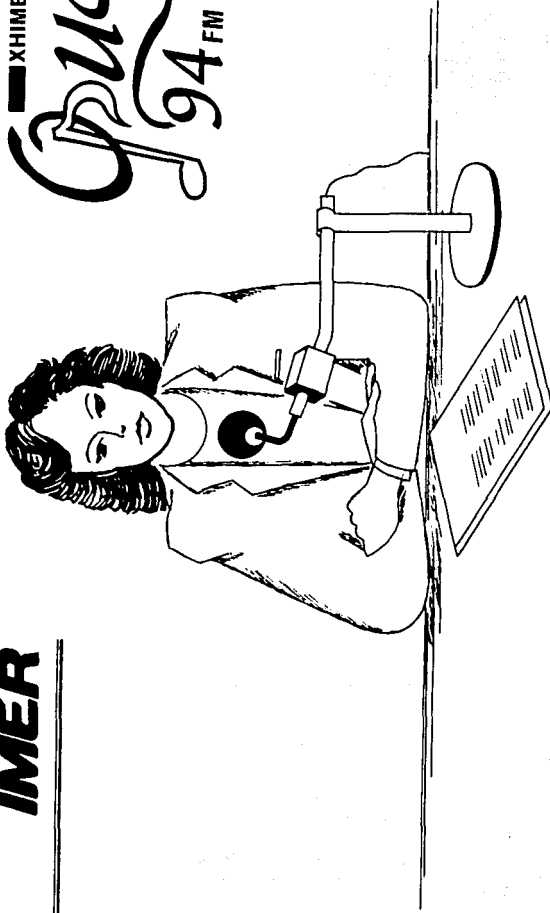


---

**IMER**

---

XHMER  
**94.5**  
FM





---

XHOF-FM

---

---

#### **4.6. PERFIL DE LA ESTACION XHOF-FM, ESTEREO JOVEN.**

---

ESTEREO JOVEN ES LA ESTACION JUVENIL DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO CON 30 MIL WATTS DE POTENCIA.

ESTEREO JOVEN ES UNA RADIODIFUSORA QUE PRETENDE LLEGAR A LOS DIFERENTES SECTORES JUVENILES DE LA CIUDAD DE MEXICO PARA BATIR LAS DESIGUALDADES CULTURALES Y PARA ENRIQUECER LA CULTURA DE ESTOS PROPIOS SECTORES. ACTUALMENTE DIFUNDIMOS ROCK PREFERENCIAMOS EL ROCK MEXICANO AUNQUE TAMBIEN, ABORDAMOS LAS DIFERENTES CORRIENTES Y GENEROS DEL ROCK A NIVEL INTERNACIONAL.

LA ESTACION SE CARACTERIZA TAMBIEN POR TRANSMITIR POR LO GENERAL EN VIVO CON TELEFONOS ABIERTOS, PROPICIANDO DE ESTA MANERA LA PARTICIPACION DE LOS DIFERENTES SECTORES JUVENILES.

GUILLERMO MEDINA  
GERENTE

---

#### 4.6.1. LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.

---

LA IMAGEN DISEÑADA PARA LA RADIODIFUSORA XHOF-FM, ESTA COMPUESTA POR DOS ELEMENTOS:

UN LOGOTIPO Y UNA TIPOGRAFIA.

EL LOGOTIPO, REPRESENTA A TRAVES DE SUS ELEMENTOS, LAS CARACTERISTICAS QUE MEJOR DEFINEN A LA RADIODIFUSORA.

LA TIPOGRAFIA REPRESENTA LA PRIMERA PALABRA DE SU NOMBRE (ESTEREO), TAMBIEN A SUS SIGLAS XHOF-FM Y 105.7 FM.

ESTO NOS PERMITE RECONOCER VERBALMENTE A LA RADIODIFUSORA, PERO TAMBIEN ES UN ELEMENTO CON CARACTERISTICAS GRAFICAS QUE TRANSMITEN UN MENSAJE DETERMINADO.



---

#### 4.6.2. LOGOTIPO.

---

EL DISEÑO DEL LOGOTIPO CONTIENE TRAZOS IRREGULARES, PERO DEFINIDOS, REFLEJANDO DINAMISMO Y ALEGRIA, CARACTERISTICAS QUE REPRESENTAN A LA RADIODIFUSORA Y SE ASOCIA CON LA MUSICA QUE DIFUNDE.

ASI MISMO EL LOGOTIPO ES SENCILLO, POR LO QUE COMUNICA SU MENSAJE EN FORMA RAPIDA Y CLARA.



---

#### 4.6.3. ARREGLO EN RETICULA DEL LOGOTIPO Y TRAZOS.

---

LOS TRAZOS DEL LOGOTIPO ESTAN COMPUESTOS POR LINEAS RECTAS, SEMICIRCULOS Y TRAZOS IRREGULARES, DIVIDIDOS EN UN SISTEMA DE PARTES IGUALES (X) QUE DETERMINA EL ANCHO DE CADA ELEMENTO.

EL TRAZO CORRECTO DEL LOGOTIPO ES UN ASPECTO FUNDAMENTAL PARA NO ALTERAR EL IMPACTO Y SIGNIFICADO DE LA IMAGEN EN SU CONJUNTO, YA QUE COMO SE HA VISTO CADA ELEMENTO ESTA DISEÑADO CON UN PROPOSITO ESPECIFICO.



---

#### 4.6.4. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA Y PROPORCIONES.

---

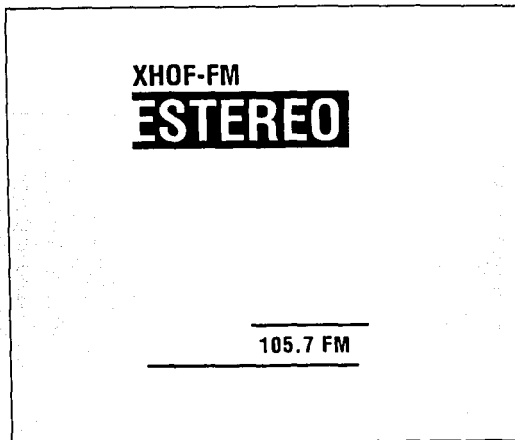
LA TIPOGRAFIA QUE SE ELIGIO PARA EL TEXTO:

- \* ESTEREO
- \* XHOF-FM
- \* 105.7 FM

ES DE CATALOGO, SU NOMBRE HELVETICA, CUENTA CON RASGOS QUE APOYAN Y COMPLEMENTAN EL MENSAJE DEL LOGOTIPO, SU TRAZO BIEN DEFINIDO Y EL TEXTO EN ALTAS PROYECTAN SERIEDAD.

LAS PROPORCIONES Y DISTRIBUCION, FUERON DISEÑADAS CON UN PROPOSITO ESPECIFICO; LA PALABRA ESTEREO ES PEQUEÑA EN RELACION A LA SEGUNDA PALABRA DE SU NOMBRE (JOVEN), SIN EMBARGO APARECE CALADA SOBRE UN FONDO CONSIDERABLE, LO CUAL HACE QUE DESTAQUE.

A SU VEZ, LAS SIGLAS (XHOF-FM) MAS PEQUEÑAS QUE EL TEXTO ESTEREO, PERO UBICADAS EN LA PARTE SUPERIOR IZQUIERDA, ES DECIR, COMO INICIO DE TODA LA IMAGEN. FINALMENTE LA FRECUENCIA 105.7 FM, ES EL ELEMENTO MAS PEQUEÑO, PERO REFORZADO VISUALMENTE POR DOS PLECAS.



---

XHOF-FM

**ESTEREO**

105.7 FM

Helvetica medium condensed

---

**ABCDEFGHIJKL  
MNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
zæ1234567890!  
?&%£\$βÆŒ(⌘)**

---

#### 4.6.5. INTEGRACION LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.

---

LA RELACION ENTRE LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA HA SIDO DISEÑADA TOMANDO EN CUENTA LAS CARACTERISTICAS PARTICULARES DE CADA ELEMENTO, PARA QUE EN SU CONJUNTO APOYEN MUTUAMENTE SU MENSAJE DE FUERZA Y CLARIDAD.

DADO QUE EL LOGOTIPO ES MAS FUERTE COMO ELEMENTO GRAFICO, SE HA COLOCADO EN LA PARTE CENTRAL, ES DECIR, ENTRE LA TIPOGRAFIA, SIN RESTARLE PRESENCIA A ESTA.

ES POR LO ANTERIOR QUE LA RELACION, TANTO EN TAMAÑO COMO EN DISTANCIA ENTRE LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA NO DEBE SER ALTERADA.





---

4.6.6. ARREGLO EN RETICULA DEL  
LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.

---

EL LOGOTIPO Y LA TIPOGRAFIA ESTAN DIVIDIDOS EN UN SISTEMA DE PARTES IGUALES (X) QUE DETERMINA EL ANCHO DE CADA ELEMENTO.



---

#### 4.6.7. AREA DE RESTRICCIONES.

---

EN CUALQUIER APLICACION ES ESENCIAL QUE LA IMAGEN SEA VISUALMENTE FUERTE Y FACIL DE IDENTIFICAR, POR LO QUE EXISTE UNA AREA MINIMA A SU ALREDEDOR EN LA QUE NO SE PERMITE COLOCAR NINGUN ELEMENTO GRAFICO.

EL AREA DE RESTRICCIONES, SIEMPRE DEBERA DEJARSE ALREDEDOR DEL LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA, EL CUAL SERA EQUIVALENTE A UNA SEXTA PARTE DE SU EJE VERTICAL.



---

**4.6.8. NEGATIVO.**

---

HABRA CASOS EN QUE LA IMAGEN DEBERA REPRODUCIRSE SOBRE UN FONDO NEGRO O DE COLOR, POR LO QUE APARECERA INVERTIDA.

LA PLASTA DE COLOR DEBE SER POR LO MENOS DEL TAMAÑO DEL AREA DE RESTRICCIONES Y NUNCA MENOR A ESTA.



---

#### 4.6.9. COLORES AFINES.

---

EL COLOR ES UN ELEMENTO IDEAL PARA TRANSMITIR SENSACIONES E IDEAS, ES POR ESTO QUE FORMA PARTE IMPORTANTE DEL LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA.

PARA EL INTERIOR DEL LOGOTIPO SERA DE COLOR AMARILLO (P.109 C), LA TIPOGRAFIA Y PLECAS EN NEGRO, LOGRANDO ASI UN CONTRASTE DINAMICO.



P 109 C



NEGRO

---

#### 4.6.10. MUESTRA COMPARATIVA DE TAMAÑOS.

---

PARA CUMPLIR CON LOS REQUERIMIENTOS DE APLICACION EN LOS DIFERENTES SOPORTES GRAFICOS DE LA INSTITUCION, EL LOGOTIPO Y TIPOGRAFIA SE DISEÑO PARA PODER SER REPRODUCIDO EN DIFERENTES TAMAÑOS.

EXISTE UN LIMITE DE REDUCCION PARA QUE LA IMAGEN NO PIERDA LEGIBILIDAD, POR EL CONTRARIO NO EXISTE UN LIMITE DE AMPLIACION PARA CUBRIR ASI LOS REQUERIMIENTOS DE TRANSPORTES, ANUNCIOS MONUMENTALES , ETC.



**IMER**

---



XHOF-FM

**ESTEREO**

**Joven**

105.7 FM

---

**XERM X-OC**

---

---

#### 4.7. PERFIL DE LA ESTACION XERMX-OC, RADIO MEXICO INTERNACIONAL.

---

RADIO MEXICO INTERNACIONAL ES LA ESTACION DE ONDA CORTA DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO Y SU OBJETIVO PRINCIPAL ES DAR A CONOCER, TANTO A NIVEL NACIONAL COMO INTERNACIONAL, LOS ASPECTOS MAS TRASCENDENTES EN EL AMBITO INFORMATIVO, TURISTICO, MUSICAL Y CIENTIFICO DE NUESTRO PAIS.

RADIO MEXICO INTERNACIONAL TRASMITE SU SEÑAL EN LAS SIGUIENTES BANDAS Y FRECUENCIAS:

##### BANDA FRECUENCIA

50 METROS 5.985 MHZ.

25 METROS 11.770 MHZ.

16 METROS 17.765 MHZ.

31 METROS 9.705 MHZ.

19 METROS 15.430 MHZ.

ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE DESDE SU CREACION, EL 1o. DE DICIEMBRE DE 1970, RADIO MEXICO INTERNACIONAL HA TRANSMITIDO ININTERRUMPIDAMENTE, AUN CON LOS SISMOS OCURRIDOS EN 1985, EN QUE SE CONVIRTIÓ EN UNO DE LOS POCOS CANALES INFORMATIVOS QUE TUVO EL PAIS HACIA EL EXTERIOR.

EL INTERCAMBIO DE CORRESPONDENCIA CON RADIOESCUCHAS, RADIOAFICIONADOS, CLUBS DIOXISTAS Y PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS DE ONDA CORTA, HA REAFIRMADO SU IMPORTANCIA COMO PROMOTORA DE LA CULTURA MEXICANA Y SE HA CONSTITUIDO EN UNA VOZ HERMANA PARA LOS PUEBLOS DEL MUNDO.

CARMEN STROBL SANCHEZ  
GERENTE



---

#### 4.7.1. SIMBOLO Y TIPOGRAFIA.

---

LA IMAGEN DISEÑADA PARA LA RADIODIFUSORA XERMX-OC, ESTA COMPUESTA POR DOS ELEMENTOS:

UN SIMBOLO Y UNA TIPOGRAFIA.

EL SIMBOLO, REPRESENTA A TRAVES DE SUS ELEMENTOS, LAS CARACTERISTICAS QUE MEJOR DEFINEN A LA RADIODIFUSORA.

LA TIPOGRAFIA REPRESENTA A SUS SIGLAS XERMX-OC, Y AL NOMBRE RADIO MEXICO INTERNACIONAL, ESTE NOS PERMITE RECONOCER VERBALMENTE A LA RADIODIFUSORA, PERO TAMBIEN ES UN ELEMENTO CON CARACTERÍSTICAS QUE TRANSMITEN UN MENSAJE DETERMINADO.



---

#### 4.7.2. SIMBOLO.

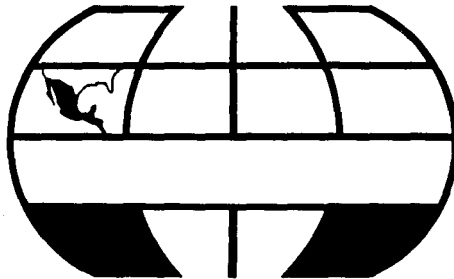
---

EN EL DISEÑO DEL SIMBOLO SE UTILIZARON ELEMENTOS QUE REPRESENTAN Y A SU VEZ DISTINGUEN A LA RADIODIFUSORA.

EL SIMBOLO REPRESENTA AL MUNDO, DESTACANDO OBVIAMENTE A MEXICO.

POR SUS TRAZOS EL ELEMENTO DE LA IMAGEN DENOTA SERIEDAD, CARACTERISTICA, QUE REPRESENTA A LA RADIODIFUSORA Y SE ASOCIA CON LA ACTIVIDAD QUE DESARROLLA.

LA IMAGEN ES SENCILLA, POR LO QUE COMUNICA SU MENSAJE EN FORMA RAPIDA Y CLARA.



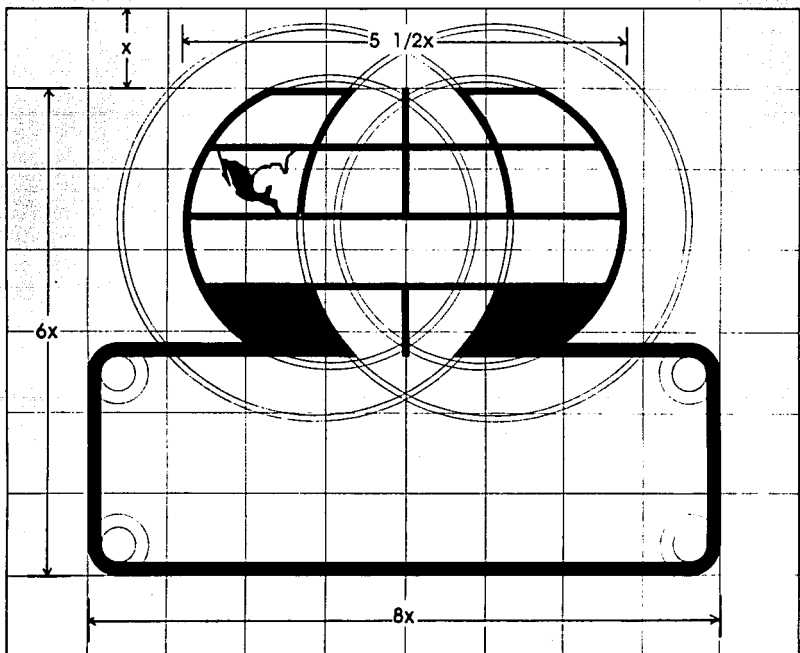
---

#### 4.7.3. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO Y TRAZOS.

---

LOS TRAZOS DEL SIMBOLO ESTAN COMPUESTOS POR LINEAS RECTAS, SEMICIRCULOS TRAZOS IRREGULARES, DIVIDIDOS EN UN SISTEMA DE PARTES IGUALES (X) QUE DETERMINA EL ANCHO DE CADA ELEMENTO.

EL TRAZO CORRECTO DEL SIMBOLO ES UN ASPECTO FUNDAMENTAL PARA NO ALTERAR EL IMPACTO Y SIGNIFICADO DE LA IMAGEN EN SU CONJUNTO, YA QUE COMO SE HA VISTO CADA ELEMENTO ESTA DISEÑADO CON UN PROPOSITO ESPECIFICO.



---

#### 4.7.4. TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA Y PROPORCIONES.

---

LA TIPOGRAFIA QUE SE ELIGIO PARA EL TEXTO:

\* RADIO MEXICO INTERNACIONAL

\* XERMX-OC

CUENTA CON CIERTAS CARACTERISTICAS QUE APOYAN Y COMPLEMENTAN EL MENSAJE DEL SIMBOLO.

SU TRAZO SENCILLO, BIEN DEFINIDO Y EL TEXTO EN ALTAS PROYECTAN SERIEDAD.

LAS PROPORCIONES, TIPOS, PESOS Y DISTRIBUCIONES FUERON DISEÑADAS CON UN PROPOSITO ESPECIFICO; RADIO MEXICO INTERNACIONAL, POR SER EL NOMBRE DE LA ESTACION, SE UTILIZO DE MAYOR TAMAÑO EN RELACION A SUS SIGLAS XERMX-OC, SIN EMBARGO, ESTAS ULTIMAS INTEGRADAS AL SIMBOLO.

ESTA VARIEDAD DE TIPOS Y TAMAÑOS PROYECTA VERSATILIDAD, LA ESTRUCTURA SOLIDA DE LA COMPOSICION REPRESENTA CONFIANZA Y RESPONSABILIDAD.

**XERMX-OC**

**RADIO MEXICO  
INTERNACIONAL**

---

Helvetica medium

**ABCDEFGHI  
JKLMNOPQ  
RSTUVWXY  
Zabcdefghijk  
lmnopqrstuv  
wxyz123456  
7890ß&?!(«»)**

**XERMx-OC**

**RADIO MEXICO  
INTERNACIONAL**

---

Optima

ABCDEFGHIJKL  
MNOPQRSTU  
VWXYZabcd!  
efghijklmnopqr  
stuvwxyz1234  
567890ÆŒŒ?;  
Øæœçøß£\$¢;

---

#### 4.7.5. INTEGRACION SIMBOLO Y TIPOGRAFIA.

---

LA RELACION ENTRE SIMBOLO Y LOGOTIPO ESTA DISEÑADA TOMANDO EN CUENTA LAS CARACTERISTICAS PARTICULARES DE CADA ELEMENTO, PARA QUE EN SU CONJUNTO APOYEN MUTUAMENTE SU MENSAJE DE FUERZA Y CLARIDAD.

EL SIMBOLO ES MAS FUERTE COMO ELEMENTO GRAFICO, SE HA COLOCADO EN LA PARTE SUPERIOR DEL NOMBRE DE LA ESTACION, SIN RESTARLE PRESENCIA A ESTE.

ES POR LO ANTERIOR QUE LA RELACION, TANTO EN TAMAÑO COMO EN DISTANCIA ENTRE LOS ELEMENTOS NO DEBE SER ALTERADA.

PARA DOTAR AL CONJUNTO DE ESTABILIDAD, SE UTILIZO UNA ENVOLVENTE, LA CUAL, SURGE DEL SIMBOLO. LA ESTRUCTURA SOLIDA DE LA COMPOSICION REPRESENTA CONFIANZA Y RESPONSABILIDAD.



---

**4.7.6. ARREGLO EN RETICULA DEL SIMBOLO,  
TIPOGRAFIA Y TRAZOS.**

---

LOS TRAZOS DEL SIMBOLO Y TIPOGRAFIA ESTAN COMPUESTOS POR LINEAS RECTAS, SEMICIRCULOS Y TRAZOS IRREGULARES, DIVIDIDOS EN UN SISTEMA DE PARTES IGUALES (X) QUE DETERMINAN EL ANCHO DE CADA ELEMENTO.

EL TRAZO CORRECTO DEL SIMBOLO Y TIPOGRAFIA ES UN ASPECTO IMPORTANTE PARA NO ALTERAR EL IMPACTO Y SIGNIFICADO DE LA IMAGEN EN SU CONJUNTO.



---

#### 4.7.7. AREA DE RESTRICCIONES.

---

EN CUALQUIER APLICACION ES ESENCIAL QUE LA IMAGEN SEA VISUALMENTE FUERTE Y FACIL DE IDENTIFICAR, POR LO QUE EXISTE UNA AREA MINIMA A SU ALREDEDOR EN LA QUE NO SE PERMITE COLOCAR NINGUN ELEMENTO GRAFICO.

EL AREA DE RESTRICCIONES, SIEMPRE DEBERA DEJARSE ALREDEDOR DEL SIMBOLO Y TIPOGRAFIA, EL CUAL SERA EQUIVALENTE A UNA SEXTA PARTE DE SU EJE VERTICAL.





---

#### 4.7.8. NEGATIVO.

---

HABRÁ CASOS EN QUE LA IMAGEN DEBERÁ REPRODUCIRSE SOBRE UN FONDO NEGRO O DE COLOR, POR LO QUE APARECERÁ INVERTIDA, Y ESTARÁ RODEADA POR EL COLOR CON QUE SE IMPRIMA.

LA PLASTA DE COLOR DEBE SER POR LO MENOS DEL TAMAÑO DEL ÁREA DE RESTRICCIONES Y NUNCA MENOR A ÉSTA.



---

#### 4.7.9. COLORES AFINES.

---

EL COLOR ES UN ELEMENTO IDEAL PARA TRANSMITIR SENSACIONES E IDEAS, ES POR ESTO QUE FORMA PARTE IMPORTANTE DEL SIMBOLO Y TIPOGRAFIA.

PARA LA PARTE SUPERIOR DEL SIMBOLO, SERA DE COLOR VERDE (P. 336 C) Y ROJO (P.187 C). PARA EL RESTO DEL SIMBOLO SERA NEGRO, AL IGUAL QUE LA TIPOGRAFIA.



P. 336 C



P. 187 C



NEGRO

---

#### 4.7.10. MUESTRA COMPARATIVA DE TAMAÑOS.

---

PARA CUMPLIR CON LOS REQUERIMIENTOS DE APLICACION EN LOS DIFERENTES SOPORTES GRAFICOS DE LA INSTITUCION EL SIMBOLO Y TIPOGRAFIA SE DISEÑO PARA PODER SER REPRODUCIDO EN DIFERENTES TAMAÑOS.

EXISTE UN LIMITE DE REDUCCION PARA QUE LA IMAGEN NO PIERDA LEGIBILIDAD, POR EL CONTRARIO NO EXISTE UN LIMITE DE AMPLIACION PARA CUBRIR ASI LOS REQUERIMIENTOS DE TRANSPORTES, ANUNCIOS MONUMENTALES, ETC.



**IMER**

---



---

## CAPITULO 5

---

---

## **CAPITULO 5: DISEÑO DE TRES DESPLEGADOS PARA PERIODICO.**

---

EN ESTE CAPITULO SE PRESENTA EL DISEÑO DE TRES DESPLEGADOS, LOS CUALES SERVIRAN PARA PLANEAR UNA CAMPAÑA DE 12 DIAS DE DURACION; CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LOS NUEVOS SIMBOLOS-LOGOTIPOS DE SUS RADIODIFUSORAS DEL IMER EN EL DISTRITO FEDERAL.

---

**5.1. PRIMER DESPLEGADO /  
CAMPAÑA PREVENTIVA.  
MEDIO, TAMAÑO Y FECHA DE INSERCIÓN.**

---

<u>MEDIO</u>	<u>TAMAÑO</u>	<u>SECCION</u>
NACIONAL	155 X 4	PRIMERA
JORNADA	135 X 3	PRIMERA
UNIVERSAL	150 X 5	PRIMERA
EXCELSIOR	150 X 5	PRIMERA
NOVEDADES	145 X 5	PRIMERA
UNO MAS UNO	155 X 4	PRIMERA

FECHA DE INSERCIÓN:

---

JUEVES	DE	DE19
VIERNES	DE	DE19
SABADO	DE	DE19

---

**5.1.1. PRIMER DESPLEGADO /  
CAMPAÑA PREVENTIVA.**

---

**TEXTO:**

---

- A) PROXIMAMENTE
- B) EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO,  
PRESENTARA LA NUEVA IMAGEN GRAFICA  
DE SUS RADIODIFUSORAS EN EL  
DISTRITO FEDERAL.
- C) AM FM
- D) IMER LA RADIO, CULTURA QUE SI SE ESCUCHA

**ELEMENTOS GRAFICOS:**

---

EL DESPLEGADO ESTA COMPUESTO PRINCIPALMENTE POR TRES ELEMENTOS GRAFICOS; UN FONDO DEGRADADO, UNOS AUDIFONOS, Y EL TIPO DE ONDA EN AM Y FM.

**TIPOGRAFIA:**

---

	<u>TEXTO</u>	<u>TIPO DE LETRA</u>
A)	PROXIMAMENTE	UMBRELLA (ALTAS)
B)	EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO	SWITZERLAND (ALTAS)
C)	PRESENTARA LA NUEVA IMAGEN GRAFICA DE SUS RADIODIFUSORAS EN EL DISTRITO FEDERAL	SWITZERLAND (ALTAS Y BAJAS)
D)	AM FM	UMBRELLA (ALTAS)
E)	IMER LA RADIO, CULTURA QUE SI SE ESCUCHA	(LOGOTIPO YA ESTABLECIDO)



# PROXIMAMENTE I E INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

Presentará la nueva  
imagen gráfica de sus  
radiodifusoras en el  
Distrito Federal.



**IMER** la radio, cultura que *si* se escucha

---

**5.2. SEGUNDO DESPLEGADO /  
CAMPAÑA MANTENIMIENTO.  
MEDIO, TAMAÑO Y FECHA DE INSERCIÓN.**

---

<u>MEDIO</u>	<u>TAMAÑO</u>	<u>SECCION</u>
NACIONAL	155 X 4	PRIMERA
JORNADA	135 X 3	PRIMERA
UNIVERSAL	150 X 5	PRIMERA
EXCELSIOR	150 X 5	PRIMERA
NOVEDADES	145 X 5	PRIMERA
UNO MAS UNO	155 X 4	PRIMERA

FECHA DE INSERCIÓN:

---

SIMBOLO-LOGOTIPO

XEB	DOMINGO	DE	DE 199
XEMP	LUNES	DE	DE 199
XEQK	MARTES	DE	DE 199
XHIMER	MIERCOLES	DE	DE 199
XHOF-FM	JUEVES	DE	DE 199
XERMX-OC	VIERNES	DE	DE 199

---

**5.2.1. SEGUNDO DESPLEGADO /  
CAMPAÑA MANTENIMIENTO.**

---

PARA LA CAMPAÑA DE MANTENIMIENTO SE UTILIZO UN DISEÑO SIMILAR AL DESPLEGADO ANTERIOR, CAMBIANDO EL SIMBOLO-LOGOTIPO, Y SU SLOGAN EN TURNO.

**TEXTO:**

---

- A) EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO,  
PRESENTA LA NUEVA IMAGEN GRAFICA  
DE SU RADIODIFUSORA EN EL  
DISTRITO FEDERAL.
- B) SLOGAN DE LA ESTACION EN TURNO
- C) IMER LA RADIO, CULTURA QUE SI SE ESCUCHA

**ELEMENTOS GRAFICOS:**

---

EL DESPLEGADO ESTA COMPUESTO PRINCIPALMENTE POR DOS ELEMENTOS GRAFICOS; UN FONDO DEGRADADO, Y EL SIMBOLO-LOGOTIPO DE LA ESTACION EN TURNO.

**TIPOGRAFIA:**

---

	<u>TEXTO</u>	<u>TIPO DE LETRA</u>
A)	EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO	SWITZERLAND (ALTAS)
B)	PRESENTA LA NUEVA IMAGEN GRAFICA DE SU RADIODIFUSORA EN EL DISTRITO FEDERAL	SWITZERLAND (ALTAS Y BAJAS)
C)	SLOGAN DE LA ESTACION EN TURNO	PENGUIN (ALTAS Y BAJAS)
D)	IMER LA RADIO, CULTURA QUE SI SE ESCUCHA	(LOGOTIPO YA ESTABLECIDO)

# INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

Presenta la nueva imagen gráfica  
de su radiodifusora en el  
Distrito Federal.



LA ESTACIÓN NACIONAL y  
familiar del IMER.

**IMER** la radio, cultura que *si* se escucha

# INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

Presenta la nueva imagen gráfica  
de su radiodifusora en el  
Distrito Federal.



LA ESTACIÓN TROPICAL  
del IMER.

**IMER** la radio, cultura que *si* se escucha

# INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

Presenta la nueva imagen gráfica  
de su radiodifusora en el  
Distrito Federal.



LA ESTACIÓN COMERCIAL  
del IMER.

---

**IMER** la radio, cultura que *si* se escucha

# INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

Presenta la nueva imagen gráfica  
de su radiodifusora en el  
Distrito Federal.

**IXHIMER**  
**Plus**  
**94 FM**

LA ESTACIÓN CULTURAL  
del IMER.

---

---

**IMER** la radio, cultura que **si** se escucha

# INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

Presenta la nueva imagen gráfica  
de su radiodifusora en el  
Distrito Federal.

XHOF-FM

**ESTEREO**

**JOVEN**

105.7 FM

LA ESTACIÓN JUVENIL  
del IMER.

**IMER** la radio, cultura que *si* se escucha



# INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

Presenta la nueva imagen gráfica  
de su radiodifusora en el  
Distrito Federal.



RADIO MEXICO  
INTERNACIONAL

LA ESTACIÓN DE ONDA  
CORTA del IMER.

---

**IMER** la radio, cultura que *si* se escucha

---

**5.3. TERCER DESPLGADO / FIN DE CAMPAÑA.  
MEDIO, TAMAÑO Y FECHA DE INSERCION.**

---

<u>MEDIO</u>	<u>TAMAÑO</u>	<u>SECCION</u>
NACIONAL	155 X 4	PRIMERA
JORNADA	135 X 3	PRIMERA
UNIVERSAL	150 X 5	PRIMERA
EXCELSIOR	150 X 5	PRIMERA
NOVEDADES	145 X 5	PRIMERA
UNO MAS UNO	155 X 4	PRIMERA

FECHA DE INSERCION:

---

SABADO	DE	DE 199
DOMINGO	DE	DE 199
LUNES	DE	DE 199

---

**5.3.1. TERCER DESPLEGADO /  
FIN DE CAMPAÑA.**

---

**TEXTO:**

---

- A) EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO,  
PRESENTA LA NUEVA IMAGEN GRAFICA  
DE SUS RADIODIFUSORAS EN EL  
DISTRITO FEDERAL.
- B) IMER LA RADIO, CULTURA QUE SI SE ESCUCHA

**ELEMENTOS GRAFICOS:**

---

EL DESPLEGADO ESTA COMPUESTO PRINCIPALMENTE POR 2 ELEMENTOS; UN FONDO DEGRADADO, Y UNOS RECTANGULOS CON SOMBRAS DE DIFERENTES TAMAÑOS, LOS CUALES, CONTIENEN LA NUEVA IMAGEN GRAFICA DE LAS RADIODIFUSORAS ANTES MENCIONADAS.

**TIPOGRAFIA:**

---

	<b>TEXTO</b>	<b>TIPO DE LETRA</b>
A)	EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO	SWITZERLAND (ALTAS)
B)	PRESENTA LA NUEVA IMAGEN GRAFICA DE SUS RADIODIFUSORAS EN EL DISTRITO FEDERAL	SWITZERLAND (ALTAS Y BAJAS)
C)	IMER LA RADIO, CULTURA QUE SI SE ESCUCHA	(LOGOTIPO YA ESTABLECIDO)

---

# INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

Presenta la nueva imagen gráfica  
de sus radiodifusoras en el  
Distrito Federal.



IMER la radio, cultura que *si* se escucha

---

## ACLARACIONES

---

## ACLARACIONES

---

A CONTINUACION PRESENTO UNA SERIE DE ACLARACIONES, LAS CUALES SE PRESENTARON AL INICIO Y FINAL DE ESTA TESIS:

1. EL TEMA DE TESIS CONSIDERA PRINCIPALMENTE, LA REALIZACION DEL SIMBOLO-LOGOTIPO PARA CADA UNA DE LAS RADIODIFUSORAS DEL IMER EN EL DISTRITO FEDERAL, LAS CUALES COMO SABEMOS SON SIETE, SIN EMBARGO, SOLO PRESENTO SEIS DISEÑOS, ES DECIR, NO SE INCLUYE A LA ESTACION XERIN, RADIO INFANTIL.

POR DISPOSICION DE LA INSTITUCION, SE ME APROBO LA ACEPTACION DEL PROYECTO, INDICANDOME QUE NO SE PROPUSIERA EL DISEÑO DEL SIMBOLO-LOGOTIPO PARA XERIN, POR CONSIDERAR QUE SU IMAGEN ES BUENA. SI FUERAN ACEPTADOS LOS NUEVOS DISEÑOS, AL IGUAL QUE LA CAMPAÑA EN PRENSA, SE TENDRIA QUE REDISEÑAR EL ULTIMO DESPLEGADO PARA PODER INCLUIR A LA ESTACION XERIN.

2. PARA EL PERIODO 1989-1994, ESTABA DESIGNADO COMO DIRECTOR GENERAL DEL IMER, AL DR. GERARDO ESTRADA RODRIGUEZ, SIN EMBARGO, PARA MAYO DE 1991, EL INSTITUTO CAMBIA DE DIRECTOR, ACTUALMENTE ES EL LIC. ALEJANDRO MONTAÑO MARTINEZ.

ASIMISMO, EL CAMBIO DE GERENTE PARA LA ESTACION XEB, AHORA ES LA LIC. ALICIA IBARGÜENGOITIA.

3. UNA VEZ ACEPTADO EL PROYECTO POR PARTE DEL IMER, LA APLICACION DE LOS SIMBOLOS-LOGOTIPOS, EN LOS DIFERENTES SOPORTES GRAFICOS, TALES COMO: PAPELERIA BÁSICA, FOLLETOS, CARTELES, ETCETERA, SERAN REALIZADOS EN LA OFICINA DE DISEÑO, DE DICHA INSTITUCION.

---

## CONCLUSIONES

---

## CONCLUSIONES

---

1. CONSIDERO QUE ES IMPORTANTE APLICAR CORRECTAMENTE LOS CONCEPTOS PRESENTADOS EN ESTA TESIS, EN LA REALIZACION DEL SIMBOLO-LOGOTIPO, O BIEN, PARA UN DESPLEGADO EN PERIODICO, TOMANDO EN CUENTA QUE ESTOS CONCEPTOS PUEDEN SER APLICADOS DE MANERA DISTINTA A JUICIO DEL DISEÑADOR.

2. ES POSIBLE APLICAR MEDIANTE UNA METODOLOGIA CADA UNO DE LOS CONCEPTOS A UNA SOLA IMAGEN. EN ESTE CASO, AL SIMBOLO-LOGOTIPO Y DESPLEGADO, DEMOSTRANDO QUE ESTOS CONCEPTOS PUEDEN SER UTILIZADOS EN BASE A LAS NECESIDADES QUE LA IMAGEN O COMPOSICION REQUIERA, ASI COMO LAS PROPIEDADES DEL MENSAJE QUE SE QUIERE TRANSMITIR.

3. EN CADA SIMBOLO-LOGOTIPO, SE APLICARON LOS CONCEPTOS, Y EN BASE AL ANALISIS DE LOS MISMOS, PUEDO CONCLUIR QUE SE LOGRARON RESULTADOS SATISFACTARIOS.

4. FINALMENTE QUIERO COMENTAR, QUE EL TEMA DE TESIS TOMO DESDE SUS INICIOS UN INTERES POR PARTE DEL IMER, AHORA CON LA TERMINACION DE LA MISMA, YA SE ESTUDIA LA POSIBLE ACEPTACION DEL PROYECTO, UNA VEZ QUE SEA PRESENTADO A LA UNAM.



---

---

## NOTAS

---

## NOTAS

---

1. INSTITUTO MEXICANO DE LE RADIO (IMER), ART. "JOSE DE LA HERRAN, TODA UNA INSTITUCION EN MATERIA DE RADIO", BOLETIN FRECUENCIA, NUM. 5 OCTUBRE DE 1985, P. 2..
2. IMER, OP. CIT., NUM. 6 NOVIEMBRE DE 1985, P. 2.
3. IBID.
4. IMER, OP. CIT., NUM. 7 DICIEMBRE DE 1985, P. 2.
5. ROMO CRISTINA, LA OTRA RADIO. 1990, MEXICO, D.F.  
ED. INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO - FUNDACION MANUEL BUENDIA A.C., P. 133.
6. IMER, "ANTECEDENTES", INFORME DE ACTIVIDADES 1983-1988,  
NOVIEMBRE DE 1988, P. 41.
7. ROMO CRISTINA, OP. CIT., P. 133 Y 134.
8. IBID.
9. REV. PROCESO, NUM. 440, 8 DE ABRIL DE 1985.
10. ARTICULO NUM. 11 DEL DECRETO DE CREACION DEL IMER.
11. ¿QUE ES EL IMER? , "SISTEMA NACIONAL DE NOTICARIOS",  
SEPTIEMBRE DE 1989, P. 18.
12. ROMO CRISTINA, OP. CIT., P. 172
13. IMER, "EDITORIAL", BOLETIN INFORMATIVO, INMERSION,  
NUM. 4, ENERO DE 1990, P. 1.
14. IBID. —
15. IMER, OP. CIT., NUM. 10, JULIO DE 1990, P. 4.
16. OP. CIT., P. 9 Y 10.
17. DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA, TOMO IV.
18. IMER. OP. CIT., NUM. 5 FEBRERO DE 1990, P. 1.

---

---

## BIBLIOGRAFIA

---

---

---

## BIBLIOGRAFIA

---

1. DICCIONARIO PRACTICO DE LA LENGUA ESPAÑOLA  
BARCELONA, ESPAÑA, ED. GRIJALBO, 1988.  
1071 PP.
2. DIRECCION DE COMUNICACION SOCIAL DEL CONSEJO  
NACIONAL DE CIENCIAS Y TECNOLOGIA,  
INFORMACION CIENTIFICA Y TECNOLOGICA  
MEXICO, D.F., FEBRERO DE 1984.  
VOL. 6, NUM. 89 (REVISTA MENSUAL)
3. FORO DE CONSULTA POPULAR DE COMUNICACION SOCIAL  
COMUNICACION SOCIAL II  
MEXICO, D.F., NOVIEMBRE DE 1983.  
VOL. II
4. INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO  
FRECUENCIA (BOLETIN INFORMATIVO)  
MEXICO, D.F., 1985-1986.  
2 PP. (FRENTE Y VUELTA)
5. HARRY MIEAF  
ELECTRONICA UNO  
MEXICO, D.F., ED. LIMUSA, 1976, 7 TOMOS  
314 PP.
6. HISTORIA DEL ARTE, TOMO I, 3a. ED.  
BARCELONA, ESPAÑA, ED. GRIJALBO, 1987, 4 TOMOS.  
140 PP.

- 
7. LUCAS TRON, ALFONSO DE  
RELACIONES MULTIDISCIPLINARIAS EN  
COMUNICACION SOCIAL (TESIS)  
MEXICO, D.F., ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS,  
UNAM. 1981.  
221 PP.
  8. MEJIA PRIETO, JORGE  
HISTORIA DE LA RADIO Y LA TELEVISION EN MEXICO  
MEXICO, D.F., ED. OCTAVIO COLMENARES, 1972.  
317 PP.
  9. INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO  
BOLETIN INFORMATIVO "FRECUENCIA"  
1985 Y 1986 MEXICO, D.F.  
(FRENTE Y VUELTA)  
2 PP.
  10. INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO  
INFORME DE ACTIVIDADES 1983-1988  
MEXICO, D.F., NOVIEMBRE, 1988  
79 PP.
  11. INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO  
BOLETIN INFORMATIVO "INMERSION" (MENSUAL)  
MEXICO, D.F., AÑO 1 1990.
  12. INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO  
¿QUE ES EL IMER?  
MEXICO, D.F., SEPTIEMBRE, 1989  
23 PP. —
  13. LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION  
DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION, 8 DE ENERO  
DE 1990. MEXICO, D.F.
  14. REVISTA PROCESO, NUM. 440  
8 DE ABRIL DE 1985

- 
15. ROMO CRISTINA  
LA OTRA RADIO, VOCES DEBILES, VOCES DE ESPERANZA  
ED. IMER-FUNDACION MANUEL BUENDIA  
MEXICO, D.F., JUNIO, 1990.  
196 PP.
  16. JOSEF MULLER - BROCKMANN  
SISTEMAS DE RETICULAS  
BARCELONA, ESPAÑA, ED. GUSTAVO GILI. 1982.  
179 PP.
  17. ALICIA DE LA CRUZ, DOLORES ANTON GARCIA Y  
ALEJANDRO DEMETRIO VIVIAN GUTIERREZ  
PLANEACION Y DESARROLLO DE UNA IDENTIDAD CORPORATIVA  
Y SU MANUAL DE APLICACIONES IMPREGRAFIC, S.A.  
TESIS (DISEÑO GRAFICO)  
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA  
MEXICO, D.F. 1989  
160 PP.
  18. GERMANI Y FABRIS  
FUNDAMENTOS DEL PROYECTO GRAFICO  
BARCELONA, ESPAÑA, ED. DON BOSCO, 1973.  
228 PP.
  19. HERBERT F. HOLTJE  
PUBLICIDAD  
MC. GRAW - HILL / INTERAMERICANA DE MEXICO, S.A. DE C.V.  
MEXICO, D.F. 1988.  
181 PP.