



Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela Nacional de Artes Plásticas

*La evolución de la Comunicación Gráfica
a partir de los Juegos Olímpicos México 68.
Sistema de Identificación Gráfica
en eventos de Duatlón
en la UNAM.*

Tesis que para obtener el título
de la Licenciatura en Comunicación Gráfica
presenta:

Héctor Alberto Aguilar Sánchez.

Director de Tesis:
Alberto Palacios González

México, D.F. 2001.



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 esta 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.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

La Comunicación Gráfica juega un papel determinante en la promoción de ideas, costumbres y estilos de vida. En conjunto con el Deporte es un eficaz medio que facilita la adopción de hábitos que mejoran la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.

Héctor Aguilar Sánchez.

"A mi me duele entender que la pasión que vivo genere desconfianzas injustas, culturalmente despreciado, políticamente utilizado y socialmente reducido a una expresión popular de menor cuantía el fútbol (el deporte añadiría yo) sigue atrapando la emoción dominguera de aficionados de todo el mundo, convertido en un cautivante fenómeno de movilización masiva que debería ser merecedor de una atención mas respetuosa".

Jorge Valdano campeón del mundo con Argentina en México 86

"Es verdad y es triste comprobar que el deporte todavía no es aceptado de manera unánime, sin embargo lo que no puede negarse es su importancia en la formación integral de la persona.

Puede servir como esparcimiento, como diversión y especialmente como factor de formación de la juventud, además de ser una fuente de salud.

El deporte hace funcionar mejor al organismo Y por lo tanto ayuda a mantenernos jóvenes por mas tiempo, educa nuestra voluntad, nuestra sensibilidad pero sobre todas las cosas como nos hace sentir mejor, nos predispone a la felicidad."

César Luis Menotti campeón del mundo en Argentina 78

"Medio preventivo contra las drogas, el deporte"

Michel Hidalgo Director técnico de Francia en España 82

INTRODUCCION

Este presente proyecto tiene como objetivos específicos:

Organizar mediante un programa multidisciplinario una competencia anual denominada Duatlón en C.U. (El duatlón es una prueba de natación, ciclismo y carrera en 5 fases: natación, ciclismo, carrera, el triatlón incluye la prueba de natación).

Generar a través de este programa proyectos de servicio social y/o seminarios de tesis que coadyuven en el desarrollo de los alumnos de los últimos semestres.

Comprender el papel determinante del sistema de identificación gráfica de los juegos olímpicos México 68 en la evolución de la Comunicación Gráfica en México.

Este proyecto nace como consecuencia de investigar la historia de la Comunicación Gráfica en México. En este sentido los juegos olímpicos México 68 marca un parteaguas en los temas de identificación gráfica a nivel mundial y genera además entre otras cosas una serie de circunstancias que hacen evidente la urgente necesidad de replantear los planes de estudio de la Licenciatura en Dibujo Publicitario.

En la continuación explico brevemente el contenido de los capítulos de este trabajo.

II MARCO REFERENCIAL

ANTECEDENTES

En este capítulo se establecen las funciones prioritarias de la Universidad que son entre ellas la difusión de la cultura y la generación de proyectos para satisfacer las necesidades de la sociedad.

En este mismo se analizan los antecedentes históricos de la Licenciatura en Dibujo Publicitario en las circunstancias políticas y socioculturales que motivaron cambiar los planes de estudio de la Licenciatura en Dibujo Publicitario en Comunicación Gráfica.

Posteriormente se define el concepto de deporte así como una breve reflexión de las múltiples facetas de esta actividad en la sociedad moderna.

Finalmente, se analizan los requerimientos de comunicación en las zonas específicas de la competencia.

II MARCO TEORICO

En este capítulo se definen los conceptos de comunicación, semiótica, identidad gráfica y señalética mas adelante se establecen los criterios de percepción visual (ángulo de visión) en las competencias de esta naturaleza así como un estudio de materiales donde se establecen los soportes idóneos para desarrollar esta propuesta

III PROPUESTA GRAFICA

Finalmente se desarrolla el proceso de diseño para crear la identidad gráfica del duatlón en C.U. así como la red de trazo, propuesta de color, tipografía etc, etc.

Por último se establecen los criterios de aplicación y las variantes en los soportes utilizados.

INDICE DE TESIS

CAPITULO I

- 1.1 La UNAM en el contexto social
- 1.2 Como se vincula la ENAP en la sociedad mexicana actual
- 1.3 Antecedentes de la licenciatura en Dibujo Publicitario
- 1.4 Comunicación Gráfica por qué?
 - 1.4.1 Comunicación Gráfica y Deporte
- 1.5 Deporte
 - 1.5.1 Deporte en México
 - 1.5.2 Deporte en la UNAM
 - 1.5.3 Asociaciones deportivas en la UNAM
 - 1.5.3.1 Triatlón y duatlón
- 1.6 Esquema de financiamiento
- 1.7 Bolsa del competidor
- 1.8 Identificación de las zonas específicas de la competencia

CAPITULO II

- 2.1 Comunicación
 - 2.1.1 Proceso de comunicación
- 2.2 Semiótica
- 2.3 Identidad Gráfica
- 2.4. Séñaletica
 - 2.4.1 Tipos de señales
- 2.5 Angulo de visión
- 2.6 Estudio de materiales
- 2.7 Sistemas de sujeción

CAPITULO III

- 3.1 Síntesis informativa
 - 3.2.1 Proceso de bocetaje
 - 3.2.2 Primeras imágenes
 - 3.2.3 Proyecto
- 3.3 Red de sustentación
 - 3.3.1 Red de trazo del corredor y ciclista
- 3.4 Tipografía
- 3.5 Propuesta de color
- 3.6 Area de restricción
 - 3.6.1 Arreglo tipográfico
- 3.7 Sistemas de impresión y técnicas de reproducción
- 3.8 Criterio de aplicación
 - 3.8.1 Números de carrera y ciclismo
 - 3.8.2 Camiseta
 - 3.8.2.1 Comité Organizador
 - 3.8.3 Folleto
 - 3.8.4 Señalamiento en las rutas de carrera y ciclismo

capítulo 1

- 1.1 La UNAM en el contexto social
- 1.2 Como se vincula la ENAP en la sociedad mexicana actual
- 1.3 Antecedentes de la licenciatura en Dibujo Publicitario
- 1.4 Comunicación Gráfica y Deporte
 - 1.4.1 Comunicación Gráfica y Deporte
- 1.5 Deporte
 - 1.5.1 Deporte en México
 - 1.5.2 Deporte en la UNAM
 - 1.5.3 Asociaciones deportivas en la UNAM
 - 1.5.4 Triatlón y duatlón
- 1.6 Esquema de financiamiento
- 1.7 Bolsa del competidor
- 1.8 Identificación de las zonas específicas de la competencia

La UNAM en el contexto social

area primordial de la Universidad Nacional Autónoma de México instrumentar Proyectos de investigación y / o difusión de la cultura tendientes a mejorar el bienestar de la comunidad.

Comunicación Gráfica y el Deporte actividades esenciales en la sociedad contemporánea son instrumentos ideales para alcanzar los fines antes mencionados. Asimismo y a manera de reflexión es indispensable que catedráticos, maestros, alumnos y profesionistas discutamos abiertamente los siguientes aspectos:

Habiéndonos formado profesionalmente en una universidad pública la instrucción que recibimos no debemos de una u otra manera a la sociedad con sus impuestos coadyuvó a financiar nuestros estudios.

Elemental justicia creo, debemos en la medida de nuestras posibilidades retribuir a la sociedad mediante proyectos de investigación y / o trabajo que coadyuven al desarrollo integral de la sociedad.

En este sentido me parece indispensable inculcar a las futuras generaciones de profesionales gráficos el aspecto social de la Comunicación Gráfica. Como me atrevo a decir es letra muerta en la ENAP. Uno de los fines esenciales que persigue la Universidad Nacional es proveer a la sociedad de los recursos humanos capaces de atender y resolver la problemática de la agenda nacional en sus múltiples facetas (científica, tecnológica, humanística, laboral, política etc.)

Finalmente es de trascendental relevancia desmenujar el divorcio existente en un amplio sector de la UNAM con el Deporte. Entender que es una manifestación cultural universal atemporal nos ayudará a comprender mejor nuestro entorno y a buscar soluciones gráficas acordes a la sociedad y a las demandas.

El deporte y la recreación forman parte indiscutible de cada individuo porque desde que se nace existe la necesidad de aprender.

Esto viene sucediendo desde los tiempos más remotos. El deporte y la recreación no han cambiado mucho al menos.

La combinación de intereses con base en un objetivo común es la fuente de la cooperación.

Las instituciones y empresas privadas buscan complementarse para poder realizar lo que antes se hacía de manera aislada ¿por qué? En primer lugar y muy importante, porque los deportistas se plantean retos cada vez más

difíciles de lograr y no es por afán masoquista, sino porque los deportistas de alto rendimiento exploran el límite físico del hombre. Para ello al igual que los científicos necesitan cada vez más recursos porque los eventos son cada vez más ambiciosos y las empresas e instituciones sólo apoyarán si sus intereses son contemplados, es decir, si se plantean retos de veras comprometidos"

BIBLIOGRAFÍA VOZ PUMA
25 DE OCT DE 1995

"En noviembre de 1997 dí a conocer a la comunidad universitaria el proyecto de plan de desarrollo 1997-2000 con el propósito de iniciar un proceso de reflexión acerca de nuestra universidad y, entre todos diseñar la institución que queremos y que México necesita en su tránsito al siglo XXI.

La UNAM es excepcional por la manera en que cumple con su tarea de difusión de la cultura, representa la segunda oferta cultural más importante de país abarcando todas las manifestaciones del arte. Somos una universidad pública y nacional, comprometida con el saber humano, con la creación, transformación, difusión y aplicación del conocimiento, de las ideas y de las expresiones del espíritu.

EN BENEFICIO DE LA SOCIEDAD ENTERA.

Somos una universidad comprometida con los destinos de México como nación independiente y soberana, convencida de la necesidad de presentar una estricta y pública rendición de cuentas a la sociedad que le da razón y sustento.

LAS RESPUESTAS DE LA UNAM A LOS RETOS DEL MAÑANA

Como nunca antes el país demanda el esfuerzo y la inteligencia de los universitarios, necesita que dediquemos todas nuestras capacidades y energía a construir la universidad que de respuesta a los retos del mañana. La sociedad mexicana espera cambios en su universidad, y esta se halla preparada para dar el paso que se requiere hacia el nuevo siglo.

Actualmente el país demanda como nunca antes que dediquemos nuestra inteligencia a establecer los consensos que nos lleven a superar los rezagos, a fortalecer a la universidad para

tribuir de manera aún más efectiva al avance de la sociedad.

universidad en la que la difusión de la cultura atienda tanto a los intereses y necesidades de su propia comunidad como a los de la sociedad.

universidad que cuente con esquemas efectivos de vinculación con los sectores público, gubernamental y social que atiendan oportuna y eficazmente sus necesidades.

universidad donde sus resultados y perspectivas de desarrollo constituyan una significativa inversión para la sociedad y por lo tanto merezca del gobierno federal el subsidio necesario para su operación, una institución que, con base en sus lineamientos claros de equidad y responsabilidad con los sectores de la sociedad resultan beneficiados por sus servicios y productos

INCREMENTAR Y DIVERSIFICAR LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

En el aspecto de la vinculación con la sociedad se plantea incrementar la participación de la universidad en la solución de problemas sociales mediante el aumento en el número de convenios de colaboración.

Además se deberán establecer los vínculos y utilizar los recursos para desarrollar, al menos 10 programas de investigación con enfoques multidisciplinarios en temas de prioridad nacional."

BIBLIOGRAFÍA

UNAM 7 DE MAYO DE 1998 DISCURSO DEL RECTOR F. BARNÉS AL PRESENTAR EL PLAN DE DESARROLLO 1997-2000 Y EL PROGRAMA DE TRABAJO DE LA UNAM 1998.



1.2 COMO SE VINCULA LA ENAP CON LA SOCIEDAD MEXICANA ACTUAL

Los requerimientos de especialistas en Comunicación Gráfica en la sociedad actual son evidentes: desde un folleto de tiendas de autoservicio, los impresionantes espectaculares que se observan en las principales arterias de la ciudad, o en los carteles de las estrategias de comunicación para la prevención de enfermedades como el cólera, SIDA, tétanos etc etc,

El campo de trabajo del profesional gráfico le permite explorar y participar en todas las áreas de la actividad humana: dentro de la investigación científica ilustrando o fotografiando procesos físicos ambientales etc, en el campo del arte a través del cartel convocando a muestras de pintura o fotografía, en los medios de comunicación a través del diseño editorial de periódicos, revistas, recientemente el internet ofrece un amplísimo y totalmente nuevo campo de trabajo

Naturalmente no podría faltar el deporte en donde el comunicador gráfico es un factor decisivo en la promoción, difusión investigación y comercialización del deporte

Ya sea de manera independiente o asalariada la comunidad de la ENAP se inserta en el campo laboral a través de la iniciativa privada, ONG'S u organismos gubernamentales que demandan soluciones de carácter gráfico para satisfacer sus necesidades de comunicación

ANTECEDENTES DE LA LIC. EN DIBUJO PUBLICITARIO

En 1959 se crea en el seno de la Escuela Nacional de Artes Plásticas la Licenciatura en Dibujo Publicitario y aunque en la denominación de la nueva licenciatura no aparece el término de comunicación su área de influencia ya no es la del arte en su estricta comprensión sino los medios de comunicación masiva.

Este orden de ideas se habla de mensajes visuales que trascienden el umbral de las galerías que se convierten en un nuevo objeto, en expresión plástica

con fines concretos (que por muy poco tiempo podrá como única salida el campo publicitario).

La licenciatura en Dibujo Publicitario es de este modo el embrión de una nueva licenciatura, más definida, más ambiciosa, con un camino inagotable de posibilidades el de la Comunicación Social, en la escuela de mayor tradición artística de América se consolida la formación de un nuevo profesionista que con la solidez de sus conocimientos fundamentales del artista visual y su sensibilidad estética pone en práctica sus conocimientos teóricos y prácticos sobre los medios y la comunicación.

La licenciatura en Dibujo Publicitario evoluciona y quiere una nueva denominación se convierte en la licenciatura en Comunicación Gráfica"

HERIBERTO CRUZ
 DE LICENCIATURA EN COMUNICACION GRAFICA
 1 ENAP MEXICO 1985

Entrevistas a los profesores Sergio González, Netzahualcóyoti Galván, Gerardo Portillo y Jorge Chuey describen las circunstancias en el medio artístico mexicano a principios de los años setenta

HERIBERTO GONZALEZ

¿En que generación ingresaste a la escuela?
 67, 69, 70.

¿En tu opinión cuales fueron las circunstancias que hicieron necesario replantear el plan de estudios?

Primeramente la consideración de que si se iba a una carrera en la UNAM, esta no fuera de carácter técnico, por eso es que en el nuevo plan de estudios se creó la necesidad de cubrir ciertos créditos que dan el valor de una licenciatura

H.A. ¿Qué influencia tuvo la gráfica de los juegos olímpicos MEXICO 68?

S.G. Fue un gran salto, primeramente porque se consideró que el dibujante publicitario que era quien respondía a los requerimientos gráficos le hacía falta la sustentación teórica de asignaturas en comparación del Diseño europeo o americano haciéndose evidente una gran diferencia con respecto a nuestra manera de resolver los problemas de índole visual.

NETZAHUALCOYOTL GALVAN

H.A. ¿En que generación ingresaste a la escuela?

N.G. Ingresé como estudiante en 1966

H.A. ¿Cuáles fueron las circunstancias que hicieron necesario replantear la carrera de Dibujo en ese entonces?

N.G. El dibujo publicitario que se entendía como una artesanía al servicio de graficar la comunicación se vió rebasado por los nuevos medios, la televisión en plena forma, se necesitaba no nada más promocionar un producto sino promocionar otras cosas, costumbres, ideas, y una carrera técnica ya no bastaba.

Específicamente el Dibujo Publicitario ya quedaba corto, no es lo mismo promover ideas que vender un producto. La inducción al consumo de un producto ya no bastaba y además el producto por se ya no llenaba nada más una necesidad inmediata sino necesidades psicológicas del individuo.

JORGE CHUEY

H. A. ¿En ese entonces que cargo desempeñaba?
 J. C. En 1970, profesor

H.A. ¿Cuales fueron las circunstancias que hicieron necesario replantear la carrera de Dibujo Publicitario en ese entonces?

J.C. En 1968 se presenta un acontecimiento muy importante que son los juegos olímpicos y provocan una euforia en torno al diseño, en el plano académico surge la inquietud de dejar atrás el término de dibujante, Dibujo Publicitario se convierte en Licenciatura que duro del 70 al 73, hasta el 73 es aprobada la nueva carrera que es Comunicación Gráfica que incluye al

no como parte medular, es indiscutible que el 68 es un parteaguas, un año vital incluso a nivel mundial se generan conflictos de carácter social.

ROBERTO FORTILLO

¿En ese entonces que cargo desempeña?

En 1970..... era profesor

¿Cuales fueron las circunstancias que hicieron necesario replantear la carrera de Dibujo Publicitario en ese entonces?

Bueno la licenciatura de Dibujo Publicitario sufrió una revisión de los planes de estudio y se decidió modificar actualizándola al incluir nuevas materias y eliminando otras. La carrera de Dibujo Publicitario nació de una que se llamaba carteles y letras para obreros y era nocturna.

La Comunicación Gráfica hizo 2 turnos uno en la mañana por primera vez en la historia y otro de las 5 a 11 de la noche, la razón de fondo de replantear la actividad, en el campo del dibujo tomaban en cuenta a los egresados como mano de obra, dibujantes y no como profesionales, en Comunicación Gráfica se impartían nuevas materias que enriquecían la formación de los estudiantes y les permitían defender mejor su actividad como comunicadores al insertar el término de comunicación se trató de darle un carácter que mas universal, no solamente dirigido al campo publicitario sino de la comunicación en general por eso el término ideal era comunicación y no gráfica se propuso la primera vez comunicación visual, en ese momento se estaban elaborando los planes de estudio de Artes Visuales las autoridades de artes se manifestaron en el sentido de que la nueva licenciatura invadía el campo de trabajo por esa razón se decidió incluir los términos de Comunicación Gráfica.

La práctica profesional contemporánea el antecedente más claro de la enseñanza de la comunicación visual se sitúa en los que en los cursos de que la Escuela Nacional de Artes Plásticas estableció un programa de estudios propuesto por el entonces rector de la escuela Diego Rivera con el título de CURSOS NOCTURNOS DE CARTELES Y LETRAS PARA OBREROS.

Posteriormente en 1939 se establecieron los CURSOS DE DIBUJO PUBLICITARIO y en 1959 se

estableció a nivel técnico la carrera de DIBUJANTE PUBLICITARIO. Esa carrera evolucionó rápidamente y se estableció como LICENCIATURA EN DIBUJO PUBLICITARIO en 1968 ubicándose en el local de Tacuba.

Posteriormente se estableció en academia un TALLER DE DISEÑO GRÁFICO meses después de la Licenciatura de dibujo publicitario y de los talleres de diseño gráfico surgieron respectivamente LA LICENCIATURA DE COMUNICACIÓN GRÁFICA Y DISEÑO GRÁFICO, esta última vivió su transformación curricular mas reciente en 1997.

En 1970 bajo la dirección de Roberto Garibay una encuesta practicada en el alumnado evidenció las demandas que desde tiempo atrás habían sido bandera de la inquietud estudiantil desde la generación del 65 y agudizada durante el movimiento del 68 por considerarlos obsoletos.

Después de una exhaustiva consulta y trabajo colectivo se aprobó y entro en vigor en 1971 el plan de estudios para la Licenciatura en Artes Visuales en substitución de las de Pintura, Escultura y Grabado pero conservando estas disciplinas dentro de la nueva carrera, la que incorporaba además materias como diseño básico, diseño gráfico y arte cinético que contribuirían a la actualización de las Artes Plásticas al no serles ajenas disciplinas científicas como técnicas.

Como respuesta la población estudiantil creció nuevamente.

En 1973 se creó la Licenciatura en Diseño Gráfico lo que se consideró de suma importancia dentro de los imperativos del desarrollo social, económico y cultural del país por su participación como medio de comunicación. Para ello se contó con la destacada colaboración de los profesores Omar Arroyo y Alfonso Miranda.

Posteriormente en el mismo año de 1973 se fundó la Licenciatura de Comunicación Gráfica en substitución de la de Dibujante Publicitario lo que representó también un esfuerzo por modernizar sus métodos y elevar el nivel de los mensajes que utiliza la publicidad, los que frecuentemente desvirtúan la fisonomía cultural del país."

Es evidente que la Comunicación Gráfica generada con motivo de los juegos olímpicos MÉXICO 68 coadyuvó a replantear el marco teórico y conceptual que en el futuro jugarían las Artes Plásticas (léase Diseño y/o Comunicación visual) en la sociedad contemporánea.

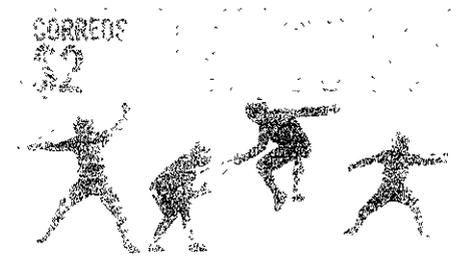
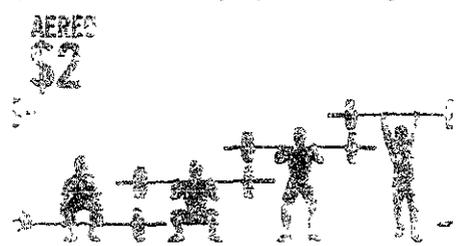
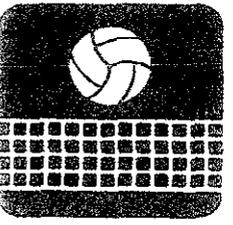
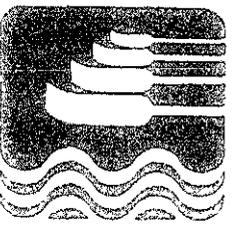
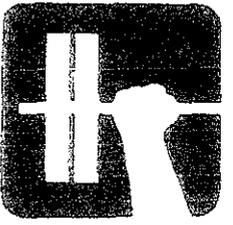
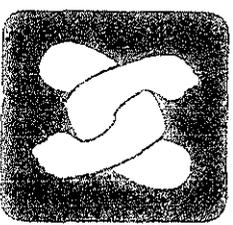
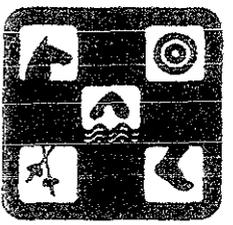
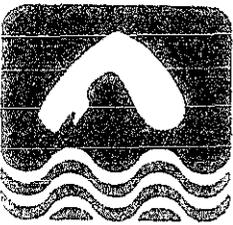
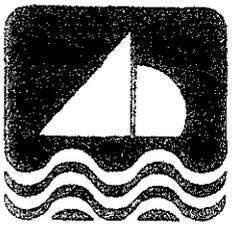
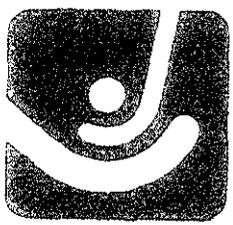
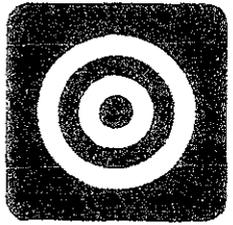


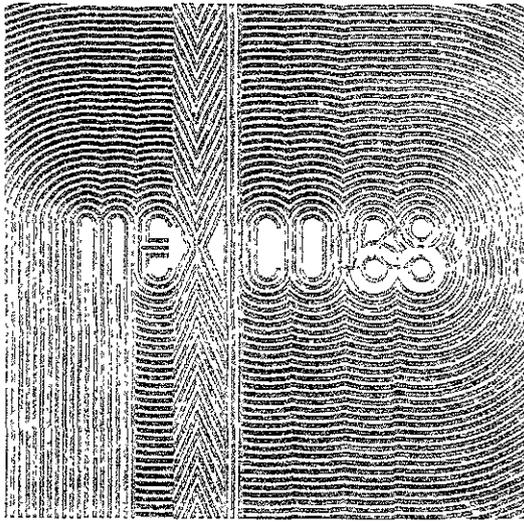
1957/1958

lizo esta reflexión con un refrán popular de ex-
ordinaria sabiduría:
PUEBLO QUE NO CONOCE SU HISTORIA ESTÁ
CONDENADO A REPETIRLA".

VE HISTORIA DE LA ACADEMIA DE SAN CARLOS
DR: ROBERTO GARIBAY DIVISION DE ESTUDIOS DE
GRADO ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS

H DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN DISEÑO
MUNICACION VISUAL
UELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS





LA GRÁFICA DE LOS JUEGOS XIX OLÍMPICOS MEXICO 68

"Para finales de la década de los sesenta las corrientes de diseño gráfico incluyendo los programas de identificación corporativa fomentaban las ideas de sistemas completos de diseño.

La planificación completa para grandes organizaciones o eventos no solamente era funcional y deseable sino necesaria. Esto se vuelve particularmente cierto en eventos internacionales donde se debe ser guiado e informado un público internacional y multilingüe. Entre los programas de diseño sobresalientes que se han desarrollado destaca por su amplitud y creatividad el de los juegos olímpicos México 68.

COMUNICACIÓN GRÁFICA ¿PORQUE?

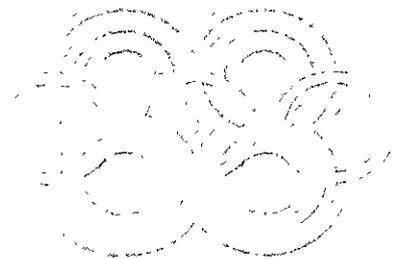
circunstancias sociodemográficas económicas y culturales al inicio de la década de los sesenta, la migración del campo a la ciudad y el desarrollo de los medios de comunicación, particularmente el cine y la televisión demandaban de especialistas para resolver las problemáticas de índole visual, en este sentido la licenciatura en Dibujo Publicitario evidentemente restringía el campo de trabajo, al introducir los términos de comunicación gráfica se intentó ampliar el campo de acción y redefinir el papel del profesional gráfico en el proceso creativo en la planeación de estrategias de comunicación, no solo como un generador de imágenes calificado sino como un profesional capacitado para utilizar diversas herramientas como la ilustración, la fotografía, el cartel, la identidad gráfica etc. etc. La resolución de las diversas problemáticas de comunicación sean de carácter publicitario o deportivo.

1. COMUNICACION GRAFICA Y DEPORTE

A lo largo de su historia el hombre de ha visto en la necesidad de plasmar en documentos gráficos la evolución de la sociedad de la que forma parte. En el ámbito deportivo los carteles conmemorativos de la era moderna son un claro ejemplo de la unión de la Comunicación Gráfica y el Deporte. En este sentido la Comunicación Gráfica de los Juegos Olímpicos México 68 marca un parteaguas en los sistemas de comunicación e identificación visual contemporáneos.

El vasto programa de información llevado a cabo por el comité organizador de los juegos olímpicos se dividió en 2 fases la primera, el programa de identidad olímpica que consistió en la creación de la identidad gráfica del evento y su posterior difusión mundial. La segunda fase consistió en la transmisión en vivo de los eventos deportivos. Aunque los juegos olímpicos son de interés universal y requieren de poco estímulo adicional el carácter que México quería imprimir a los que se verificarían en nuestro país aumentó ya que un estilo distintivo fué creado con ese propósito por el programa de identidad olímpica.

El comité organizador presidido por el arquitecto Pedro Ramírez Vázquez se dió cuenta que se necesitaba un sistema efectivo de información que abarcara instrucciones ambientales publicitarias e identificación visual, Vázquez armó un equipo internacional de diseño que incluía a LANCE WYMAN



o director de diseño gráfico al diseñador in-
 erial PETER MURDOCH como director de pro-
 os especiales el arquitecto EDUARDO TERRA-
 como coordinador general del programa de
 ño urbano y a BEATRICE TRUEBLOOD como di-
 ra de publicaciones.

nciar el análisis del problema Wyman determi-
 que la solución del problema debería reflejar la
 ncia cultural mexicana. Un intenso estudio de
 antiguos utensilios aztecas llevaron a Wyman a
 tificar dos ideas de diseño que se incorporar-
 al programa. Primeramente el uso de líneas
 ples en forma modular, y en segundo lugar la
 ón mexicana por los matices brillantes y
 os.

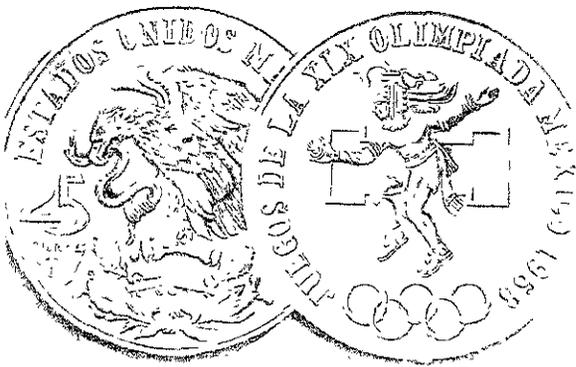
primer ejemplar gráfico fué el la composición
 gráfica MEXICO 68
 posteriormente se desarrolló el programa de dis-

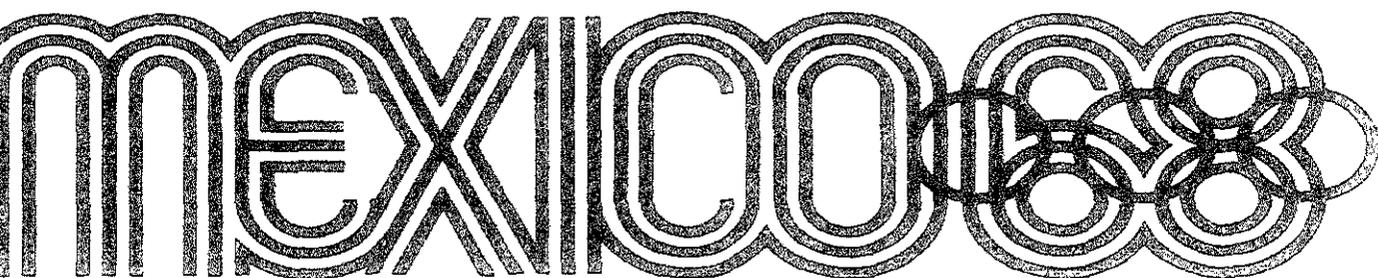
regio tipográfico MEXICO 68 tuvo como ori-
 geométrico los 5 aros olímpicos que fueron
 apados y fusionados con el numeral '68.
 modelo de rayas repetidas observado en el arte
 ional mexicano fué utilizado para diseñar la
 grafía. El arte de los huicholes inspiró a su
 el cartel MEXICO 68, también con el fin de
 r un lenguaje universal se diseño un símbolo
 cada uno de los deportes y de los eventos
 urales, así como para cada uno de los servi-
 públicos.



Quizá el instrumento más importante de este pro-
 grama consistió en el material impreso producido
 por el departamento de publicaciones, éstas hac-
 ían una exposición del avance de las obras y pre-
 parativos de los juegos, presentaban una visión
 histórico-cultural del México de aquellos días.

La identidad olímpica fué claramente establecida
 por el departamento de diseño urbano, banderolas
 y postes de luz pintados de diferentes colores for-
 maron un sistema que estructuraba a la ciudad, di-
 rigía a los visitantes, y les permitía orientarse, se
 creó asimismo un sistema de mobiliario urbano
 formado por señalamientos con la simbología de-
 portiva para conducir al público al sitio de las di-
 ferentes competencias y otro que indicaba los lu-
 gares de ascenso a los diferentes transportes
 olímpicos con mapas de la ciudad de México y de
 las rutas de transportes así como de buzones y
 cestos papeleros. Se construyeron también case-
 tas de información que se distribuyeron en puntos
 estratégicos de la ciudad.





diseñaron certificados, menús papelería espe-
formularios, invitaciones, y una gran variedad
souvenirs oficiales que ostentaban diferentes
siones de los motivos básicos.

crearon medallas conmemorativas y las difer-
es series de timbres que se emitieron en oca-
de los juegos y que constituyeron otro medio
promoción mundial de los juegos.

ando en cuenta la magnitud del programa de
rmación y de la difusión general del evento,
ico además de haber dado un gran impulso al
vimiento olímpico generó una campaña publi-
ria sin paralelo en su historia que contribuyó a
ejar una imagen real del México de aquellos

propósito del comité organizador era crear un
ema de diseño unificado y de fácil compren-
. El color era usado en forma decorativa co-
pragmática, este sistema resultó tan efectivo
THE NEW YORK TIMES proclamó: "usted puede
analfabeta en todos los idiomas con tal de que
ea ciego a los colores"

ido en términos de originalidad gráfica, aplica-
funcional innovadora y su valor para miles de
antes el sistema de diseño gráfico desarrollado
léxico debe ser considerado como uno de los
exitosos en la evolución de la identificación
al."

ZALEZ AGUILAR ELIZABETH
3 EN EL DISEÑO GRAFICO MEXICANO,
ÑO QUE MARCO EL CAMBIO
5 DE LICENCIATURA EN DISEÑO GRAFICO
1 ENAP MEXICO 1995

"ES LA OLIMPIADA PARTEAGUAS DEL 68 PARTEA-
GUAS EN EL DISEÑO".

Un día como hoy 12 de Octubre de pero
de hace 30 años se inauguró la primera de las
olimpiadas contemporaneas.

Así define Pedro Ramirez Vázquez presidente
del Comité Olímpico Nacional a la XIX
edición de los juegos olímpicos.

Ramírez Vázquez afirma que XIX juegos olím-
picos fueron un parteaguas en para el len-
guaje gráfico y la iconografía en México,
ya que a partir del diseño que se realizó
aflozaron las escuelas de esta disciplina en
todo el país. en esa época sólo había
una escuela de de Diseño, la de la Univer-
sidad Iberoamericana, con el paso del tiempo
se convirtió en una nueva profesión que
poco a poco se fué imponiendo y ahora
prestigia al país

El arquitecto narra que LANCE WYMAN en
colaboración con EDUARDO TERRAZAS dis-
eñaron los símbolos deportivos y el cartel ofi-
cial, a partir de un diseño huichol mientras
que MICHAEL GROSS, ROBERT PELEGRINI Y
SUSAN SMITH diseñaron las publicaciones,
además del fotógrafo e ilustrador italiano DA-
VID PALADINI

El director de diseño industrial fué el inglés
PETER MURDOCH finalmente JULIA JOHNSON
diseñó los souvenirs oficiales

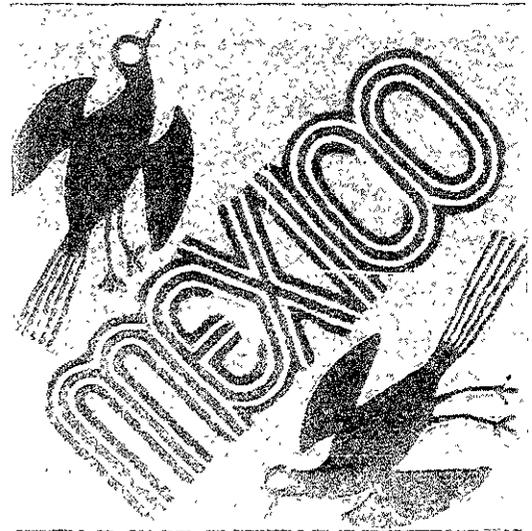
El criterio era fundamental teníamos que diri-
girnos al mundo con un lenguaje contempo-
ráneo y propio; pero sin caer en una moti-
vación demasiado nacionalista. un lenguaje
universal, pero que se sintiera la presencia
de México, que éstas no se limitara a aspec-
tos anecdóticos o folcloristas.

Recuerda el arquitecto que investigaron cu-
áles eran los lenguajes gráficos de la época,
para interpretarlos con un sello mexicano.

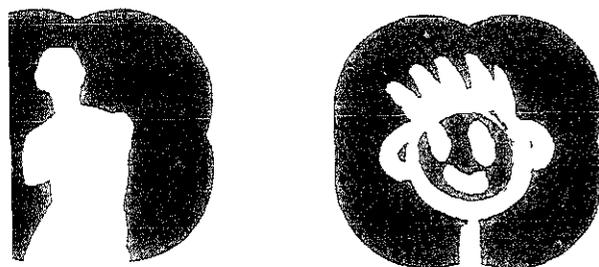
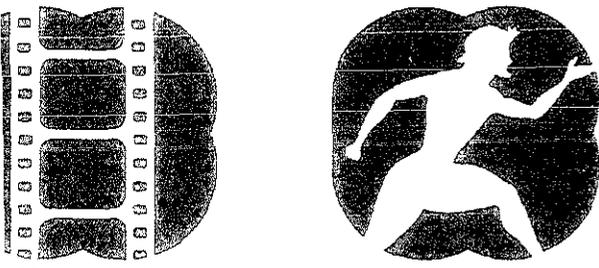
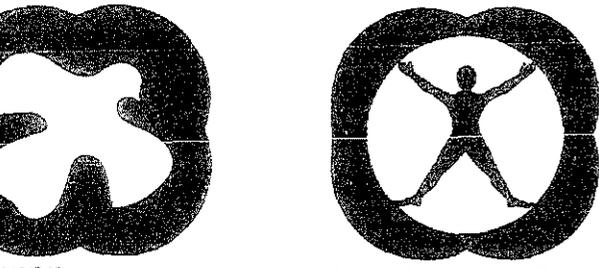
en Italia como Nueva York y Francia
 diseño gráfico se enfocaba a la novedad
 arte op; es decir lo óptico que era la
 ción de las líneas paralelas o concéntricas.

era el lenguaje contemporáneo de ese
 ento y al analizarlo nos dimos cuenta
 había una correspondencia mexicana: el
 muichol que ofrecía la confluencia de lí-
 el paralelismo y la vibración de las lí-

ás de la gran fantasía del color mexica-
 así fué como surgió el cartel MEXICO 68"



OGRAFÍA SECCIÓN CULTURA DEL PERIÓDICO
 RMA, 12 DE OCTUBRE DE 1998



1.5 DEPORTE

"La cuna de la palabra deporte fué la lengua provenzal y de ella pasa a otras lenguas romance como el francés y el castellano. En su acepción etimológica original la palabra deporte significa regocijo, diversión recreo, perdurando hasta nuestros días este concepto.

El deporte es a su vez una actividad individual o de conjunto que, sujeta a reglas establecidas implica una competencia en igualdad de circunstancias, en la que el triunfo debe ser fruto exclusivo de de la preparación, la disciplina la capacidad y el esfuerzo personal y/o colectivo.

El deporte sublima la inclinación natural del ser humano a buscar la victoria, mediante el empleo máximo de sus capacidades y el respeto al espíritu del juego limpio. Adicionalmente la práctica deportiva conlleva un elemento lúdico y recreativo. El deporte ocupa hoy un lugar importante en la vida de un gran número de personas ya sea como espectadores, participantes ocasionales deportistas de fin de semana o atletas que sin importar su nivel han hecho de la actividad física una parte significativa de su vida cotidiana.

3 Son los elementos de todo deporte:

- A) Es una actividad física e intelectual humana
- B) De caracter competitivo
- C) Gobernada por reglas institucionalizadas

Barcelona '92

...as características se encuentran presentes de una variable en las diferentes disciplinas deportivas, en algunas serán más precisas que otras cualidades intelectuales como la concentración la estrategia o la táctica aunque es evidente que solo una concepción dualista de la naturaleza del ser humano pretenderá separar con rigidez la dimensión física de la inmaterial toda vez que el comportamiento humano incluído naturalmente el deportivo es esencialmente integral."

1 DEPORTE EN MEXICO

La actividad deportiva en México es un factor económico, político y cultural de primer orden. El rating de las televisoras durante los juegos olímpicos o copas del mundo es un buen ejemplo del interés de la sociedad por el fenómeno del deporte, desafortunadamente este interés no es equivalente a nuestro desarrollo y cultura en materia deportiva, en este sentido el deporte es un fiel reflejo de la idiosincrasia, vicios y costumbres de la sociedad que se encuentra, el uso político del deporte en tiempos electorales y/o juegos olímpicos muestra asimismo la rentabilidad de vincular una postura política con una figura del deporte por todas estas razones y las expuestas más adelante es indispensable estudiar el fenómeno deportivo desde todas las perspectivas y disciplinas posibles.

El deporte cuenta con una antigua tradición deportiva. La dimensión lúdica del hombre ha sido formada en todas las culturas actividades

productivas o rituales como la caza o la guerra en ámbitos de competencia deportiva. Las civilizaciones prehispánicas crearon múltiples expresiones de ello, los juegos organizados se inscribían en el marco de una concepción de la vida en torno a lo religioso.

El deporte entendido como juego competitivo se encuentra prácticamente en todas las sociedades: es uno de los pocos universales culturales de la humanidad. Si se tiene en cuenta la tasa de participación en actividades deportivas de alta competencia, recreativas o las transmisiones de juegos olímpicos y/o campeonatos mundiales el deporte aparece como una de las instituciones más importantes de la vida moderna en las sociedades actuales.

La relación entre deporte y medios de comunicación ha alcanzado niveles de interdependencia que ha llegado a decirse que el deporte y la televisión forman la pareja mejor avenida de la actual sociedad mediática. Desde luego resulta hoy impensable el éxito del deporte espectáculo o de alta

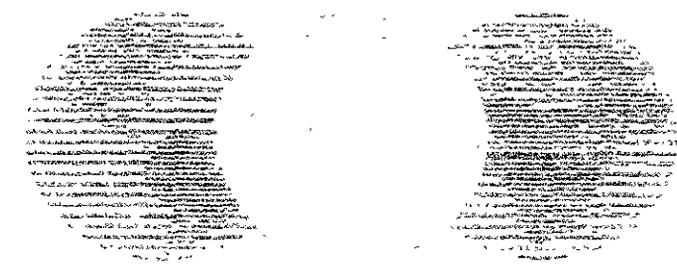
competencia sin la contribución de los medios de comunicación, al igual que resulta impensable una prensa o noticiario televisivo que no incluya , efectivamente en sus páginas o programación actividades deportivas.

consecuencias económicas políticas y sociales de la fuerte presencia de y gran éxito del deporte en los medios de comunicación la importancia que ha adquirido para la vida cotidiana de un amplio sector de la población y el deporte recreativo como el de alto rendimiento no hacen otra cosa que completar la dimensión social del deporte ya que la presencia e importancia en la vida social es cada vez mas relevante

que hoy entendemos como deporte tuvo su raiz en muchas culturas, los japoneses con sus luchas cuerpo a cuerpo (el actual judo) los mayas con sus increíblemente evolucionados juegos de pelota etc, etc.

otros y otros conocidos desarrollos deportivos recogidos en la historia son corroborados por los estudios etnológicos de culturas primitivas e incluso primitivas todavía vigentes en algunos lugares de los cinco continentes

disputa de una bola (fruto o pelota artificial) la lucha, la carrera, el juego y la danza con instrumentos guerreros son constantes y reiteran en las costumbres mas dispares en todo el medio de los climas mas diferenciados.



SECRETARY GENERAL OF THE I.C.S.

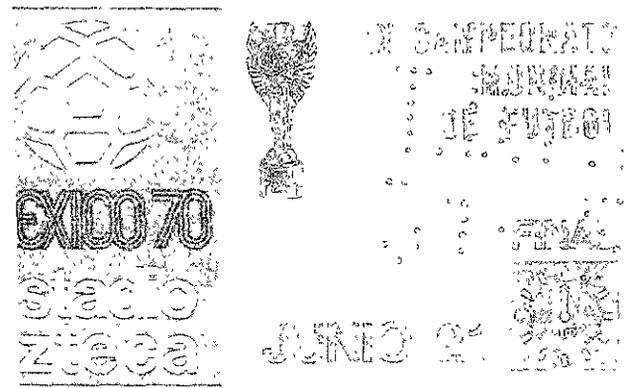
Cuando las culturas no se encuentran encerradas en un primitivismo circular de simple repetición tradicional , es decir cuando adquieren un desarrollo y una trascendencia las actitudes humanas primordiales van diferenciándose y las diversas formas de conducta se institucionalizan independientemente, entonces al igual que otras formas de relación y expresión el juego deportivo se distingue.

El deporte como institución social es, pues, consecuencia del desarrollo de cada cultura, cuando ésta alcanza cierto nivel de evolución.

El deporte como conducta surge, en cambio, en un nivel anterior: en un hombre que caza, su posible diversión no se distingue sustancialmente del hecho de cazar para comer. Pero a veces como descubren los etnólogos, juega a la caza, ensaya y se divierte, entonces puede decirse que hace deporte

La historia nos muestra que cuando una sociedad alcanzó algún grado de desarrollo aprendió a hacer deporte, condicionado y variado según el clima, belicosidad miseria o abundancia.

Un impulso tan primario como la necesidad de saber que lleva al hombre a la filosofía y a la ciencia le induce a jugar ejercitando su cuerpo : entonces nace el deporte."



B 016

EXIC 70



2 DEPORTE EN LA UNAM

El deporte como herramienta educativa es un instrumento ideal para formar a las futuras generaciones es, además de ser una fuente sana diversión, no es casualidad que las edades más desarrolladas destinen importantes recursos para promover la práctica deportiva desde las primeras etapas de la vida.

El deporte es un extraordinario formador del carácter y la personalidad, fomenta a trabajar en equipo, y la disciplina, en pocas palabras es un excelente coadyuvante en el desarrollo integral del individuo.

La salud y el desarrollo del cuerpo humano son fundamentales para el bienestar de la persona con lo que desarrollar facultades psicomotrices y adquirir hábitos sanos desde temprana edad facilita la adquisición de valores y actitudes esenciales en el desarrollo del individuo. Asimismo la práctica habitual de la actividad física tiene un impacto favorable sobre la vida social en la medida en que contribuye a estrechar los lazos de la familia y la comunidad el sentido de pertenencia a una localidad, a una región y a un país. Alimenta la convivencia, la solidaridad así como la identidad y orgullo nacionales.

En el día de hoy se considera que la actividad física es el medio esencial para luchar contra las principa-

les enfermedades que afectan a sociedades modernas y para mantener una población sana en lo biológico lo psíquico y lo social.

La educación física se concibe en la actualidad como una disciplina psicomotriz pedagógica-formativa que va más allá de la educación formal. Constituye un proceso educativo permanente que promueve la salud corporal, la habilidad física, la versatilidad y la adaptabilidad mediante prácticas que estimulan la autodisciplina, la coordinación psicomotriz y el trabajo en equipo. La educación física requiere una acción metódica y progresiva para desarrollar y mantener sus facultades físicas, intelectuales y morales desde la infancia hasta la tercera edad.

La práctica sistemática de actividades deportivas entre los jóvenes contribuye a prevenir o combatir males como la delincuencia, alcoholismo o drogadicción.

En el contexto de la sociedad actual el deporte es también un fenómeno de masas que requiere de una profesionalización cada vez mayor, por su amplia difusión EL DEPORTE GENERA UNA GRAN ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE CONTRIBUYE A DESARROLLAR FUENTES DE EMPLEO, al entretenimiento de las personas y al aprovechamiento del tiempo libre, constituye en suma un ámbito de interés público.



relación e interdependencia del deporte con las instituciones sociales es manifiesta.

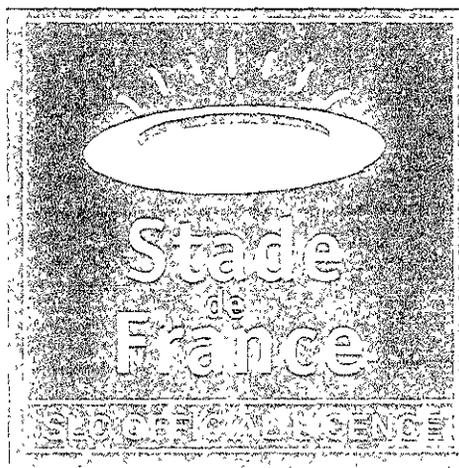
cantidad de recursos económicos públicos y privados que se invierten en el deporte es enorme y en los países industrializados, más crecientes.

comercialización y rentabilidad de las instituciones deportivas tanto en el deporte élite como en el deporte popular, es un aspecto que preocupa cada vez más en nuestras sociedades.

¿cómo sea la dimensión educativa del deporte la más inmediata y la que ha provocado hasta ahora mayor preocupación social es el papel central que se le ha dado en el tema educativo."

ografía : Deporte, espectáculo y acción
or : José María Cagigal
rial : Salvat, impreso en España

ografía: Aspectos sociales del deporte, una visión sociológica
or Manuel García Fernando
rial: Alianza deporte impreso en España

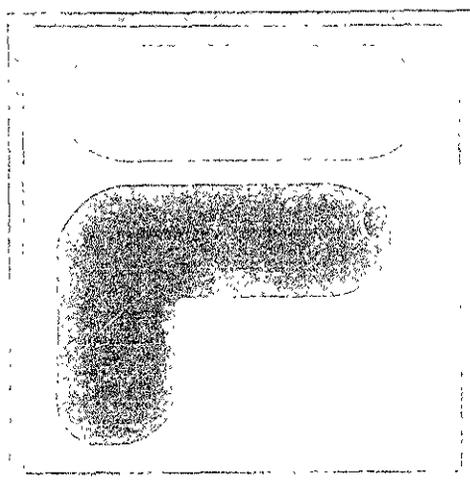


1.5.3 ASOCIACIONES DEPORTIVAS EN LA UNAM

El objetivo de cada una de las asociaciones deportivas en la UNAM es promover dentro de la comunidad universitaria la práctica del deporte, ya sea de manera recreativa y/o con fines competitivos para representar a las facultades o escuelas en competencias al interior de la UNAM o en competencias nacionales e internacionales así como representar a la UNAM en los congresos y foros de las federaciones respectivas

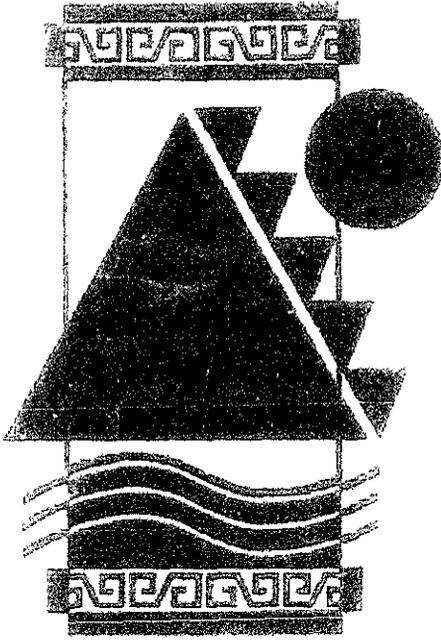
Por la naturaleza y dinámica en la organización de eventos la asociación de atletismo ejemplifica perfectamente a las asociones deportivas en la UNAM.

- ORGANIGRAMA**
- PRESIDENTE**
- VICEPRESIDENTE SECRETARIO**
- ENTRENADORES EN JEFE**
- PISTA Y CAMPO / VELOCIDAD**
- 1/2 FONDO / FONDO**
- LANZAMIENTOS / CAMINATA**
- SALTOS Y PRUEBAS COMBINADAS**



Cabe destacar que no existe dentro de la UNAM una asociación de triatlón o duatlón sin embargo frecuentemente la ATRIDF (la asociación de triatlón del D.F) organiza competencias dentro de las instalaciones de C.U. sin generar éstas ningún beneficio a la UNAM.

versiones indican al lago de Chapala como cuna del triatlón en México y otras mas al lago de Tequexquitengo e Ixtapa Zihuatanejo.



ITU TRIATHLON
WORLD CHAMPIONSHIP
CANCUN
MEXICO
1995

Imagen #151

FMTRI

La historia de la federación mexicana de triatlón se remonta a principios de los 80's cuando Antonio Arguelles conoce a Carl Thomas originario de Colorado siendo ambos estudiantes de la universidad de Stanford y estructuran la idea de un circuito nacional conformado por varios eventos y una institución que los rigiera. Carl Thomas creó el circuito Budlight en la unión americana y de vuelta a México Antonio trajo la idea y se conformó la federación como institución autosuficiente con organizadores de eventos, promotores, patrocinadores etc, etc, lo que en México es extraño ya que la mayoría de las federaciones están subsidiadas por el gobierno federal.

REGLAMENTO

Este documento aborda los parámetros generales para identificar a los competidores así como cada una de las áreas de competencia (rutas de natación, ciclismo y carrera, zona de transición y llegada)

Especifica también los criterios para facilitar el flujo de la competencia y los diversos requerimientos para una competencia de esta naturaleza (desde un sistema de alta calidad de sonido, sanitarios portátiles etc)

En el apéndice se explica detalladamente el reglamento de la FMTRI

3.1 TRIATLON Y DUATLON

PRECEDENTES

Hay información precisa que establezca certeza el nacimiento de esta disciplina existe el consenso entre la comunidad esta que los propulsores de este deporte son tres marines de la armada de los E. U. en las playas de Hawaii. El ahora famoso IMAN.

Esta prueba consta de 3.6 km de natación, 160 de ciclismo y 42 de carrera.

En México hay controversia con respecto a la fecha exacta y el lugar del primer triatlón, se menciona que el primer organizador fue el Sr. Bautista, ex medallista olímpico otras



ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO

La realización del Duatlón en C.U. es necesario crear el CO (Comité Organizador) la función será coordinar las actividades de los siguientes departamentos:

DEPARTAMENTO DE MERCADOTECNIA

El responsable de establecer los nexos con las empresas y/o firmas patrocinadoras que van a invertir en este proyecto bajo la siguiente función: La inversión (en especie y/o financiera) que la firma decida aportar será considerada como deducible de impuestos. Para tal efecto habrá de realizar las gestiones pertinentes ante las autoridades competentes de la UNAM para gestionar el poder otorgar el recibo a cada una de las firmas patrocinadoras. Asimismo se encargará de facilitar que cada empresa tenga la posibilidad si lo desea de montar un stand cercano a la zona de transición para promover y/o ofrecer sus productos o servicios.

En la competencia de la ENAP designar al personal de este departamento así como el de Comunicación y Planeación Gráfica.

Con el fin de facilitar la entrada al campo profesional de los alumnos de los últimos semestres sería oportuno tomar en cuenta su participación dentro de un programa de servicio social al y/o seminario de tesis que tendrían



objetivo la realización anual del Duatlón en C.U.

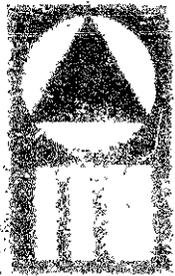
B) DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y PLANEACION GRAFICA

Este departamento será el encargado de diseñar y planear todos y cada uno de los soportes gráficos necesarios en la competencia (folleto informativo, número de competidor, camiseta y/o gorra, señalética de ruta, de racks, etc, etc.)

C) DEPARTAMENTO TECNICO

Estará a cargo de la planeación diseño y medición de las rutas de ciclismo y carrera además del área de transición. Tendrá la responsabilidad de realizar los trámites correspondientes para que la FMTRI (Federación Mexicana de Triatlón) avale esta competencia

Deberá tener una estrecha comunicación con el departamento de planeación a fin de facilitarle la información para que este tenga una correcta orientación de los sentidos de cada una de las rutas. Será competencia de la Dirección General de Actividades Deportivas y Recreativas de la UNAM designar al personal de este departamento.



TRIATHLON

BOLSA DEL COMPETIDOR

Las competencias de triatlón, duatlón y de media o larga distancia (10 km en adelante) acostumbra proporcionar al atleta una bolsa con algunos obsequios de los patrocinadores (muestras gratis de medicamentos, golosinas con alto contenido de carbohidratos etc.) La bolsa contiene también el número del competidor y folleto de ruta (INDISPENSABLES) y generalmente una camiseta y/o carrete de la competencia.

Desde mi punto de vista sería una buena idea no considerar el cartel (generalmente hecho en cartón como papel periódico) y en vez de eso ofrecer una gorra bordada a los atletas. No hincapié que dada mi experiencia un porcentaje de atletas colecciona gorras y camisetas de las competencias en que participa.

Respecto a la camiseta esta deberá estar relacionada con la identidad gráfica de los patrocinadores y de la competencia.

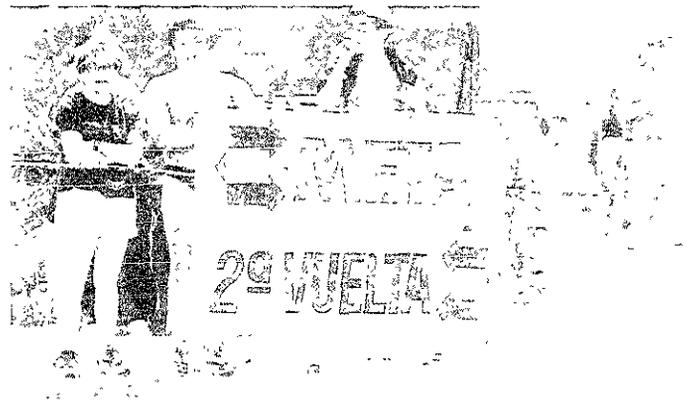
Debe contemplar una variante de la camiseta para el personal de apoyo durante la competencia (jueces, voluntarios, auxilio vial), el folleto deberá especificar claramente mediante un mapa las diferentes rutas de la competencia así como de la hora de inicio de las categorías femenil y varonil.

1.8 IDENTIFICACION DE LOS REQUERIMIENTOS GRÁFICOS DENTRO DE LAS ZONAS ESPECÍFICAS DE LA COMPETENCIA.

En las competencias de duatlón se deben contemplar ciertas zonas específicas para desarrollar la competencia es IMPRESCINDIBLE que al momento de diseñar las rutas de carrera y ciclismo se consideren las circunstancias ambientales, vegetación, mobiliario urbano etc etc para facilitar la funcionalidad de dichas áreas. A continuación describo cada una de ellas.

ZONA DE META O SALIDA

Como su nombre lo indica en esta área inicia la primera fase de carrera y se deberá ubicar de manera tal que facilite la circulación de los atletas, se recomienda pintar en el piso una línea con un espesor mínimo de 15 cms que sirva como guía durante el recorrido.



RUTA DE CARRERA

Es requisito indispensable cerrar el paso al tránsito vehicular mediante jueces y/o voluntarios debidamente identificados y poner especial atención mediante señales en las vueltas o giros en la ruta que pudieran confundir a los atletas.

Se deberá marcar el kilometraje de acuerdo a la distancia del recorrido, asimismo se instalará por lo menos un puesto de hidratación cada 5 km.



PUENTE DE SEÑALIZACION

Se deberá jerarquizar la ubicación de las marcas de acuerdo a su aportación y estudiar cuidadosamente su ubicación para que la prensa (escrita y televisión) hagan las mejores tomas posibles.

ZONA DE TRANSICIÓN

En esta zona los competidores finalizan la primera etapa de carrera e inician la fase de ciclismo, es esencial privilegiar la ubicación de señalamientos en los racks de bicicletas los cuales serán ubicados longitudinalmente, es indispensable la presencia de un profesional en el diseño ambiental de estas zonas. En el folleto de inscripción será claramente detallada la distribución de las categor-



AREA DE MONTE

será claramente delimitada con 2 líneas paralelas a 5mts de distancia una de otra y deberá contar con 2 jueces que cuiden que los atletas respeten esta zona.
Dimensiones generales para diseñar el área de competición.

Es indispensable que, al momento de planear la zona de transición se consideren ciertas dimensiones mínimas para facilitar el libre tránsito de personas y/o vehículos.
Elemental para peatones.

El paso reservado a los peatones tiene como usuarios principales a quienes han de moverse o pasar por él. Un hombre de pie parado, ocupa alrededor de .25 mts². espacio que puede reducirse a un quinto y menos en casos especiales. SI UNA PERSONA SE MUEVE, LA SUPERFICIE OCUPADA PASA A .45 MTS² Y EXCEPCIONALMENTE A 1 M² (PARA EL INDIVIDUO QUE CORRE)M.





ELISMO

La zona da inicio a la fase intermedia de competencia, y solo tendran acceso jueces personal autorizado, al término de esta etapa el juez habrá de advertir verbalmente 100 mts antes del final de la ruta a los atletas que se acercan a la zona de transición, es importante advertir al máximo el reingreso a la ruta de salida y marcar claramente la zona de meta.

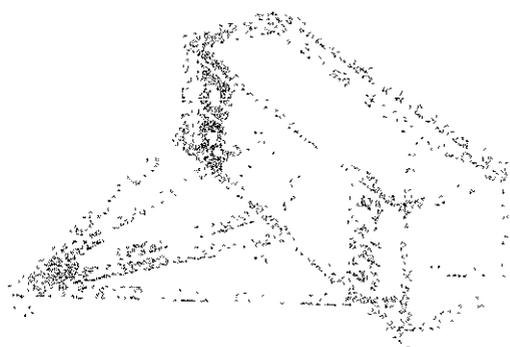
Al diseñar el área respectiva se deberán considerar las siguientes especificaciones: "La anchura de manubrio es que .50 mts. y el espacio transverso que ocupa el ciclista en la silla es de .60 mts. en promedio. La altura total media de una bicicleta montada oscila entre 1.72 y 1.90 mts. El espacio necesaria para montar y desmontar, además de desplazarse es de 1.14 mts. 2."

Entendiendo si el diseño de las rutas de ciclismo contempla un circuito predeterminado o es una ruta trazada las zonas de meta y transición pueden o no estar en el mismo sitio

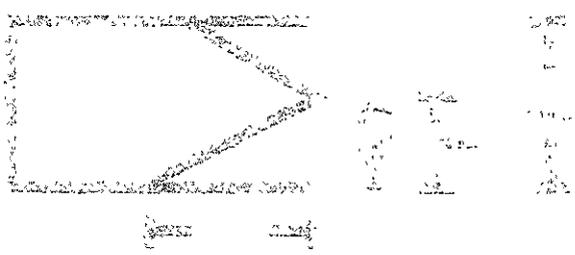
Topografía
 Ciclismo
 Autor: Giorgio Rigotti
 Labor, S.A.
 en España
 0030



Los locales altos de techo no se perciben moviendo la cabeza de abajo a arriba (imágenes sucesivas vista con movimientos)



El campo visual del hombre con la cabeza fija y la vista en movimiento abarca un ángulo de 54 grados en anchura, 27 grados en elevación y 10 en depresión. Distancia mínima para la visión completa de un edificio igual a la anchura del mismo, o el doble de su altura sobre la vista del observador



Los locales bajos de techo pueden percibirse "de una ojeada" (vista con la cabeza fija)



El campo visual con la vista y la cabeza fijas está limitado por un cono de un grado de apertura aproximadamente el de la uña del pulgar con el brazo extendido

Capítulo 2

Comunicación

I Proceso de comunicación

Semiótica

Identidad Gráfica

Sénaletica

I Tipos de señales

Angulo de visión

Estudio de materiales

Sistemas de sujeción

CODIGO

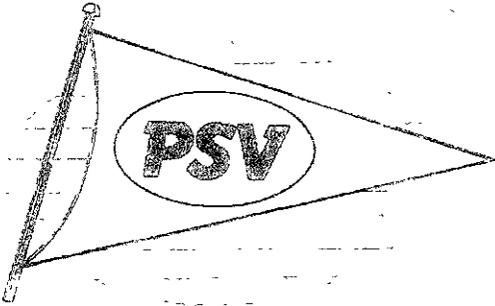
EMISOR MENSAJE RECEPTOR

REFERENTE

Ningún proceso de comunicación es posible sin la presencia de alguno de ellos"

BIBLIOGRAFIA

LUZ E. GARCIA ROMO
 DISEÑO DE UNA SERIE SEÑALÉTICA PARA EL GRUPO TERMOINDUSTRIAL ECA
 TESIS DE LICENCIATURA EN DISEÑO GRAFICO
 UNAM ENAP MEXICO 1996



COMUNICACION

comunicación es el proceso mediante el cual el hombre intercambia información y aprende y se relaciona con su entorno. Es una herramienta indispensable en la vida del ser humano que facilita la interacción con sus semejantes.

EL PROCESO DE COMUNICACION

La comunicación está compuesta por mensajes los cuales son percibidos por nuestros sentidos, para que el proceso de comunicación sea posible y alcance sus objetivos es necesario la participación de los siguientes elementos:

EMISOR: Es quien genera el mensaje e inicia el proceso de comunicación

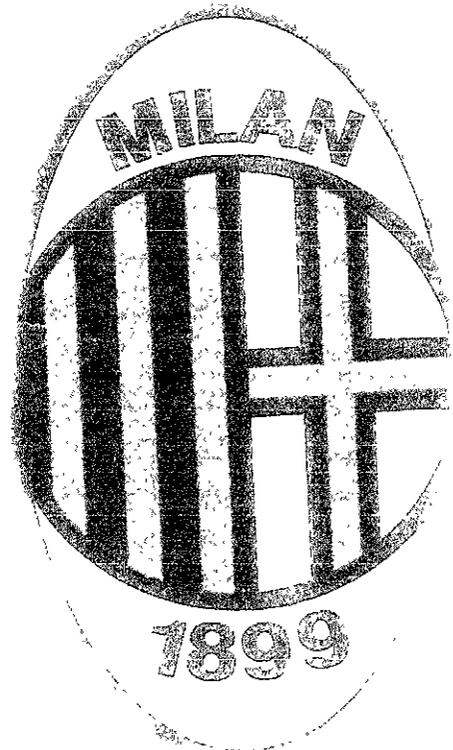
CODIGO: Son los símbolos o señales que pueden o no ser identificados por el receptor

MENSAJE: Por este término se entiende una unidad idea o concepto que lleva en sí mismo una dosis de información útil que sirve como enlace o unión entre el emisor y el receptor, en el supuesto de que ambos puedan leer el código que permita la comunicación

CANAL: Medio por el cual se transmite la información o mensaje

RECEPTOR: Es quien interpreta la señal, puede seleccionar discrimina acepta o rechaza el mensaje

REFERENTE: El mensaje siempre debe referir a algo de la realidad y es siempre intencional.



SEMIOTICA



teoría de los signos, también conocida como semiótica o semiología es una ciencia que tiene sus raíces en la filosofía griega (semiotike) es eminentemente una ciencia de la comunicación, es decir de la transmisión de la información

un acuerdo casi general en dividir a la semiótica en 3 dimensiones:

TAXIS: Estudia la estructura de relación de los signos independientemente de lo que ellos significan o significan

ANTICA: Estudia la relación existente entre el signo y el objeto que este designa

GRAMATICA: Se ocupa de los signos en relación con los sujetos que los usan.

Charles Sanders Peirce la define como la ciencia que estudia los sistemas de signos que son códigos símbolos y señalizaciones y otros. Con base en esta definición la semiología sería una parte de la semiótica al igual que la señalización, semiología proviene del griego semion = signo, logos = tratado ,explica que consisten los signos y cuales son las reglas que los rigen.

El fundador de la semiología Ferdinand de Saussure establece que es la ciencia que estudia los signos lingüísticos en el seno de la vida social, propone una ciencia o disciplina que analice todos los sentidos que se adquieren un signo.

En su propia definición la semiótica no podría fundarse mas que por el concepto de signo, es decir a partir de la aseveración que todas las cosas que llegan a nuestros sentidos significan algo para nosotros, esta

significación se fundamenta en el carácter de identidad doble propio de todo signo. Tiene un soporte material físico, evidente palpable o audible que llamaremos **significante**, este soporte es capaz de comunicarnos una cierta cantidad de información denominada el **significado** del signo. El significado hace referencia al contenido interno del mensaje mientras que el **significante** concierne al contenido externo y visible del término . Ambos niveles son necesarios para que el acto de comunicación sea posible. La forma es un componente indispensable en la comunicación visual, siempre y cuando lleve consigo un contenido que es el mensaje que está expresado y este puede ser en forma de signos, símbolos o señales

SIGNO: Se denomina signo a la estrecha conexión que se establece entre un significado determinado y un **significante** específico conexión que se individualiza de todas las demás conexiones de significados y **significantes**.

De ahí que un código al estar compuesto por muchas de tales conexiones entre significados y **significantes** pueda denominarse también sistemas de signos.

Signos y sistemas de signos son también por consiguiente, conceptos como significado y **significante**.

El signo puede ser considerado bajo 3 dimensiones:

ICONO : El signo se parece de alguna manera al objeto representado, se obtiene por lo menos un rasgo como código de reconocimiento. Debe parecerse al objeto, representa un proceso de comunicación totalmente puro.

INDICE: Representa la relación directa con el objeto y su circunstancia tiene una conexión real con el objeto que indica. Cualquier cosa que nos sobresalte, es un índice.



SOLO: No hay conexión o parecido entre signo y el objeto, es un signo cuya conexión con el objeto es el resultado convencional ya que el significado es dado por el hombre según sus experiencias.

de ser un medio de identificación que se superpone con las barreras del lenguaje ya que se trata de una comunicación instantánea, las categorías anteriores son esenciales para la identificación del mensaje gráfico dentro del proceso de comunicación"

BIBLIOGRAFIA

E. GARCIA ROMO
DISEÑO DE UNA SERIE SEÑALETICA PARA EL
COMPLEJO TERMONDUSTRIA ECA PAGES 13, 14
TRABAJO DE LICENCIATURA EN DISEÑO GRAFICO
EN ENAP MEXICO 1996

ANGELO FERRARIO CRESPI
DISEÑO GRAFICO TECNICO DE LAS ARTES PLASTICAS PAG

TRABAJO DE LICENCIATURA EN DISEÑO GRAFICO
EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE BUENOS AIRES

IDENTIDAD GRÁFICA

una serie de elementos de la comunicación que permiten identificar a una persona o grupo reflejando su esencia filosófica y psicológica.

OBJETIVO PRINCIPAL

Establecer la identificación de un grupo de productos y su concepto o función, ésta comunicación se da de 2 maneras:

nivel interno: con aquellos miembros de la compañía que desempeñen alguna actividad dentro de la misma

nivel externo: con aquellos individuos que reciben los servicios de ésta.

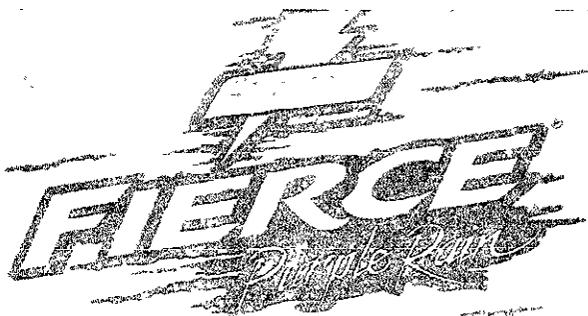
OBJETIVOS SECUNDARIOS

Reportar beneficios para el organismo
Impulsar el desarrollo del organismo
Grupo.

CLASIFICACIÓN DE LAS IDENTIDADES GRÁFICAS

La clasificación de las identidades gráficas se han formado 3 grupos diferentes dependiendo de sus objetivos

IDENTIDAD CORPORATIVA: Esta formada por una serie de elementos visuales que representan el objetivo de la corporación o compañía persiguiendo un interés lucrativo: APPLE, MACINTOSH, AURRERA, GATORADE, etc.



IDENTIDAD INSTITUCIONAL: Es una imagen formada por una serie de elementos visuales que reflejan el objetivo de la institución, teniendo como finalidad u objetivo su aceptación y reconocimiento de la prestación de sus servicios, si perseguir lucro: IMSS, ISSSTE, SSA etc.

IDENTIDAD PROFESIONAL: Es una representación visual que expresa la profesión u oficio que desempeña una persona: Arquitecto, médico, carpintero etc.

ESTOS 3 TIPOS DE IDENTIDAD ESTABLECEN CARACTERÍSTICAS GENERALES QUE SON:

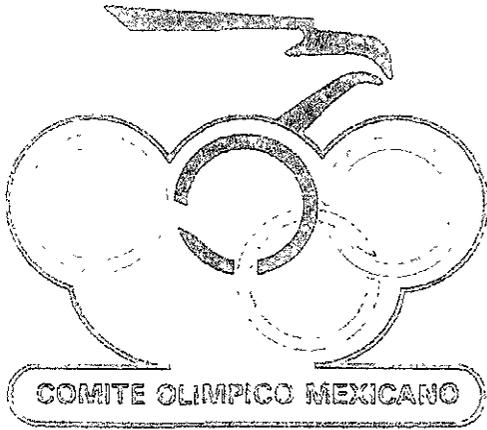
1.- **SINTACTICA** Son los elementos físicos que conforman el diseño, la forma, el color, simetría etc. es la apariencia física de la imagen.

2.- **SEMANTICA** Es el significado de los signos, es decir el contenido psicológico.

3.- **PRAGMATICA** Es la utilidad práctica de cada diseño, y su función a través del mercado consumidor.

ESTAS CARACTERÍSTICAS SON REGIDAS A SU VEZ POR CIERTOS PARÁMETROS DE DISEÑO:

A) Debe ser lo más sintética posible y clara en sus elementos



colabora con la ingeniería de la organización, la arquitectura, el acondicionamiento del espacio (environment) y la ergonomía bajo el vector del diseño gráfico considerado en su vertiente más específicamente utilitaria de comunicación visual. La señalética responde a la necesidad de información de la sociedad.

El lenguaje señalético es de hecho un modo de notación icónica de enunciados verbales que precisamente por ser verbales se diversifican extraordinariamente según las variaciones ideomáticas dar vuelta a la derecha, no pasar, no estacionarse, zona de acceso para discapacitados, etc. son enunciados que el lenguaje señalético traducirá en figuras signicas concentradas especialmente monosémicas y por eso mismo, rápidamente comprensibles. El desarrollo de la señalética implicará la sustitución sistemática de referencias verbales en la señalización por signos icónicos.

Señalética es, pues, etimológicamente, un sistema de escritura por medio de signos orientativos de señalación"

Debe existir la máxima posibilidad de clarificación.

Debe tener funcionalidad, contemporaneidad y adaptabilidad.

ELEMENTOS VISUALES QUE COMPONEN UNA IDENTIDAD

LOGOGRAMAS : Arreglos tipográficos con el menor número de letras posible: UNAM, IPN, IBM, etc.

ICONOGRAMAS : Son imágenes geometrizadas (símbolos).

COLOR: Son todos los colores habidos y por venir que se utilizan en el diseño de la identidad.

TIPOGRAFÍA: Son las familias de letras elegidas de acuerdo a los requerimientos de la identidad.

SEÑALETICA

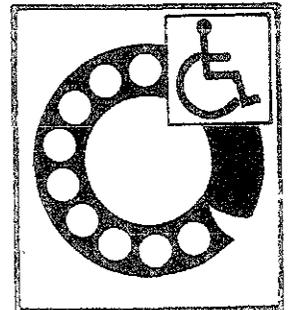
La parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre signos y usuarios en el espacio y el comportamiento de los individuos. Al mismo tiempo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones.

La señalética nace de la ciencia de la comunicación social o de la información y la lingüística. Constituye una disciplina técnica que

BIBLIOGRAFIA

JOAN COSTA,
SEÑALETICA

Ediciones Ceal, S.A., Barcelona, España. 2ª edición, 1989, pp. 9,10, 16-17.



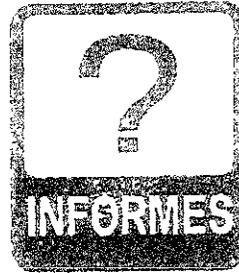
1 TIPOS DE SEÑALES

ro del lenguaje señalético los elementos
 ográficos "deberán ser compatibles con la
 tidad gráfica y mantener en todos los
 s una correspondencia entre si, con los
 nos criterios en su red de construcción y
 racterísticas de diseño aunados a las
 racterísticas del material y de disposición en
 , los cuales deben ser contemplados en lo
 se denomina programa de aplicación o
 alética. Estas representaciones gráficas se
 den por sus funciones y características
 ales.

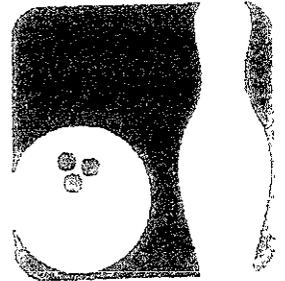
su función:

DE REPRESENTACION

TIPOGRAFICAS



PICTOGRAFICAS



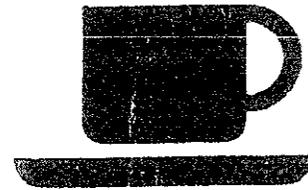
PREVENTIVAS



RESTRICTIVAS



TIPO PICTOGRAFICAS

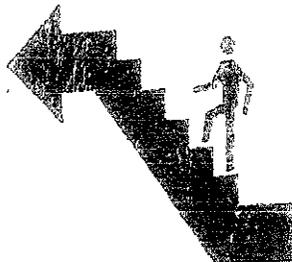


CAFE

DE UBICACION



DE DIRECCION



BIBLIOGRAFIA

CONSIDERACIONES SOBRE CONVOCATORIAS DE CONCURSOS DE DISEÑO GRAFICO.

AUTOR JULIAN LOPEZ HUERTA, PROFESOR DE TIEMPO COMPLETO EN EL AREA DE DISEÑO GRAFICO.

UNAM ENAP OCT/97

ANGULO DE VISION

lograr una óptima percepción de la pista es indispensable considerar la altura promedio del usuario, en este caso, la altura de atletas de duatlón oscila entre 1.70 y 1.80 mts, razón por la cual el rango de visión es de 3° hacia arriba y abajo. Es por los señalamientos en la ruta de carrera que los señalamientos en la zona de transición deberán ser colocados a una altura de 1.40 mts.

ofrece el mobiliario urbano, puentes peatonales árboles etc (en los postes de luz, se utilizará una abrazadera en cada extremo del soporte)

En la zona de transición específicamente en el área de racks de bicicletas los señalamientos serán colocados en cada extremo del rack mediante un mecanismo tipo paleta

ESTUDIO DE MATERIALES

En la aplicación de la Señalética en la ruta de carrera, ciclismo y área de transición se aplicará la técnica de reproducción ideal tomando en cuenta las circunstancias ambientales, durabilidad, funcionalidad, practicidad, facilidad de recambio etc es el recorte de aluminio aplicado sobre trovicel calibre 100.

Las placas de trovicel miden 1.22 mts por 0.40 y 3 mm de grosor.

Dada su maleabilidad es posible pedir al distribuidor que corte a la medida requerida y para las necesidades de este proyecto es posible taladrarla.

El aluminio de media resistencia es ideal para los fines de este proyecto, ofrece un amplio surtido de colores y podemos encontrarlo en el mercado en rollos de 40, 61, 91 y 1.52 mts. Los colores utilizados en este proyecto son: 3210 orange, 3216 pic blue, y 3213 mexican red.

El aluminio de competencia es sujeto a grandes variaciones físicas extremas durante la carrera por tal razón el papel tyvek es el soporte ideal, dadas sus características de resistencia al agua, irrompibilidad, facilidad para la impresión etc.

En el mercado existen 2 presentaciones: hoja de 70x101.6 cms y rollo de 91.4 cms x 1.52 mts, y gramajes de 54 y 75 en las dos presentaciones.

SISTEMA DE SUJECION

Dadas las características de este proyecto es necesario hacer una investigación de campo en las rutas de carrera ciclismo para analizar las posibilidades de sujeción que

capítulo 3

- 3.1 Síntesis informativa
- 3.2.1 Proceso de bocetaje
- 3.2.2 Primeras imágenes
- 3.2.3 Proyecto
- 3.3 Red de sustentación
- 3.3.1 Red de trazo del corredor y ciclista
- 3.4 Tipografía
- 3.5 Propuesta de color
- 3.6 Área de restricción
- 3.6.1 Arreglo tipográfico
- 3.7 Sistemas de impresión y técnicas de reproducción
- 3.8 Criterio de aplicación
- 3.8.1 Números de carrera y ciclismo
- 3.8.2 Camiseta
- 3.8.2.1 Comité Organizador
- 3.8.3 Folleto
- 3.8.4 Señalamiento en las rutas de carrera y ciclismo

2.-FÍSICA: Se refiere al estudio del soporte(s).

3.-HUMANÍSTICA O SOCIOLOGICA: Se refiere a quien va dirigido el proyecto, es decir el público usuario, estrato social, edad, sexo etc

4.- SINTESIS: Se ordenan y seleccionan las ideas más claras para solucionar la problemática de diseño, estas deben estar basadas en una hipótesis conceptual

PROYECCION : Esta fase tiene como objetivo desarrollar en forma secuencial el proyecto mediante 4 pasos:

1.-PRIMERAS IMAGENES: se bocetan un sinnúmero de ideas seleccionando las mejores.

2.-ANTEPROYECTO: las imágenes seleccionadas se ordenan y se hace una síntesis de las más significativas; éstas imágenes se transforman digitalmente apoyadas en soluciones de carácter tecnológico

3.-PROYECTO: mediante una matriz reticular se realizan bocetos digitalmente combinando de las imágenes obtenidas anteriormente, de las cuales se seleccionan las mejores para someterlas a una comparación de funcionalidad.



SINTESIS INFORMATIVA

Después de haber analizado la identidad gráfica de los últimos eventos deportivos mundiales (Copa del mundo Francia 98 y Juegos Olímpicos Sidney 2000).

Se concentré en identificar las más importantes de la investigación humanista o sociológica. Esos fueron los resultados:

Los aficionados a las pruebas de triatlón y ciclismo son adultos jóvenes de entre 22 a 35 años, con alto poder adquisitivo, a este sector se le dirige este proyecto.

Además es cierto hay aficionados mayores de 35 años el porcentaje de este último sector es considerablemente menor con respecto al primero. Es importante destacar que el nivel socioeconómico de este sector que facilita la inversión en fuertes sumas en su pasatiempo.

METODOLOGIA DE DISEÑO

Este proceso consta de 3 fases:

1.-ESTUDIO: Aquí se reúnen los datos criterios, y los instrumentos para la investigación del proyecto. Esta fase abarca 3 etapas:

1.- INVESTIGACIÓN: Se recopilan los datos acerca del objetivo de la identidad.



COMPROBACION: es la verificación de la mejor alternativa de solución, la cual deberá cumplir con todos los objetivos planteados.

REALIZACION: Esta fase comprende la presentación de la propuesta gráfica final. Así como los criterios de aplicación y variantes de los diferentes soportes.

Determinan además los sistemas de impresión y reproducción en función de la relación costo-eficacia y el número de soportes requeridos.

2 PRIMERAS IMAGENES

base en la información anterior se procede a proyectar los primeros bocetos bajo los siguientes criterios:

Considerando que correr y montar en bicicleta son 2 actividades primarias que se desarrollan en la niñez reflejar mediante figuras primarias o básicas (círculo, triángulo, cuadrado) el carácter primario de esta disciplina. Asimismo, estos elementos son el punto de partida para cualquier problemática de Comunicación Visual.

Un aspecto que generalmente no es muy considerado en cuenta durante el proceso de diseño de estas competencias es la direccionalidad de los pictogramas es decir hacia donde miran los símbolos de carrera y ciclismo. Por esta razón la fase de ciclismo es representada avanzando en sentido contrario de las manecillas de los relojes.

INDISPENSABLE QUE EL COMITE TECNICO CONSIDERE ESTAS CONCLUSIONES AL MOMENTO DE PLANEAR LAS RUTAS

direccionalidad acción y efecto de dirigir o dirigirse, camino que un cuerpo sigue en su movimiento

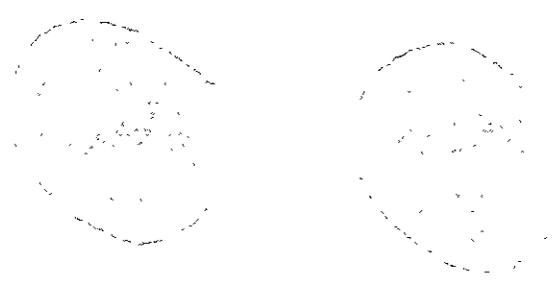
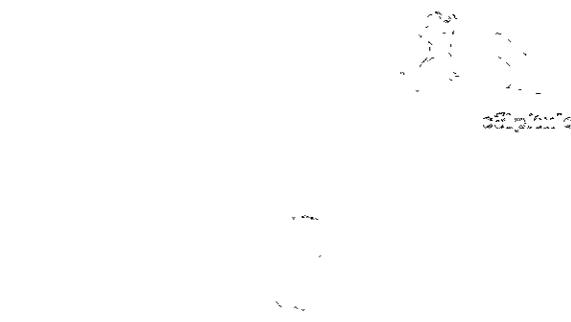




Figura 3

Después de analizar la información anterior se
terminó transformar en curvas los trazos y
de esta manera encontrar mayor coherencia
con la representación del cuerpo humano.

El estilo gráfico es notablemente mejor, sin em-
bargo visualmente las imágenes.

Resultan muy pesadas además de recordar el esti-
lo Barcelona 92.

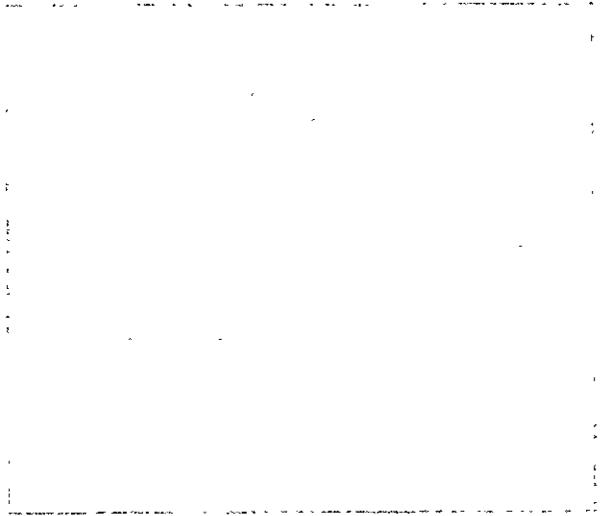
Posteriormente y con el apoyo de material fotogrà-
fico se experimentò con el contorno de la figura
humana, el estilo gráfico resulta mas agradable.



PROYECTO

mente se determina estilizar los segmentos corporales así como la ropa y aditamentos (o, bicicleta gorra short, camiseta y tenis) prima se percibe muy dinámica y resulta agradable a la vista.

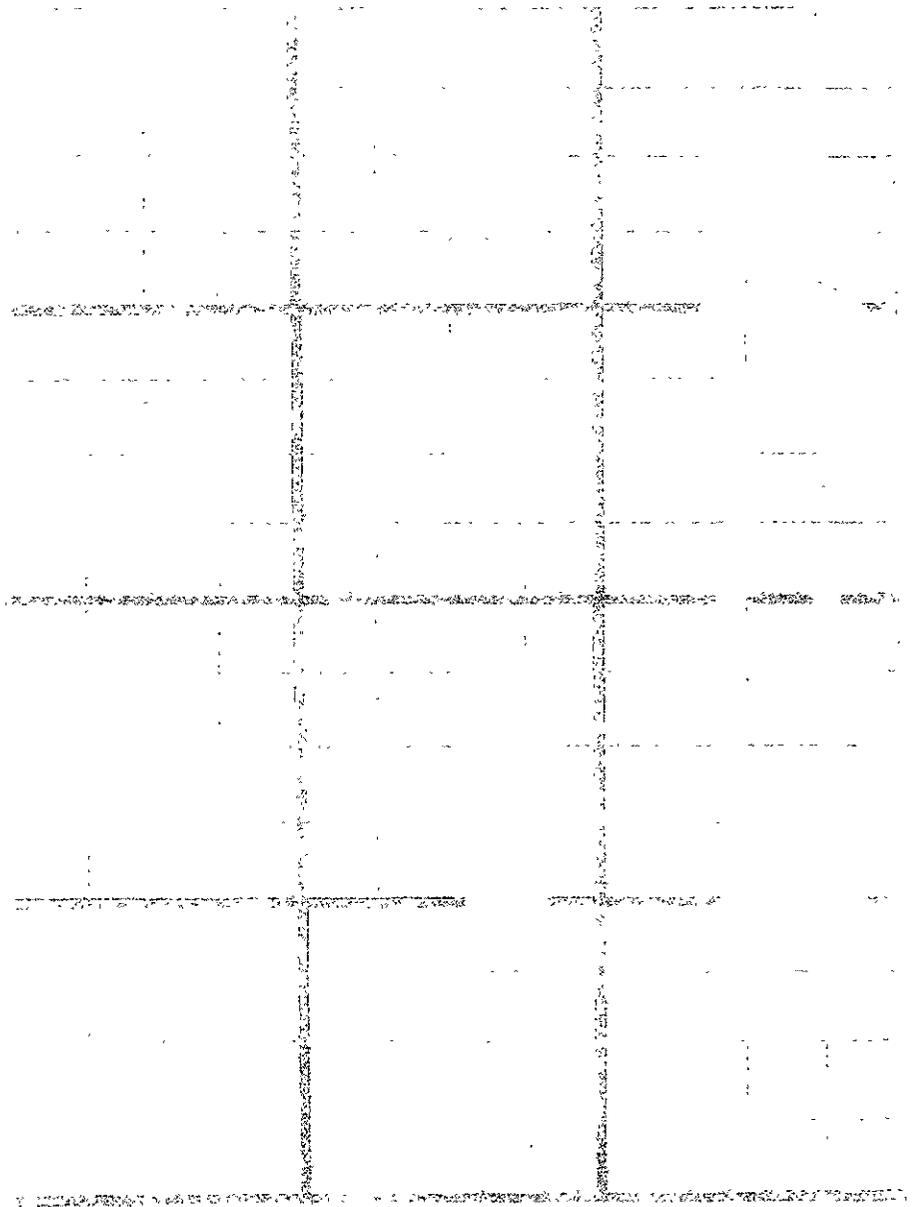
Posteriormente se determina sustituir los colores primarios por complementarios para lograr mayor impacto visual; se incorpora la tipografía así como los elementos direccionales o índices de esta manera nacen estas variantes.



RED DE SUSTENTACION

La red de sustentación está sujeta a una escala básica de 16 unidades X de altura y 12 unidades X de base, y dentro de ésta se encuentra una red más de 3 unidades X en sentido vertical y 4 en sentido horizontal que justifican los elementos compositivos de la entidad gráfica.

Por fines prácticos se determinó el valor de K= 1cm, por esta razón la red de sustentación y de trazo nacen bajo el mismo criterio.

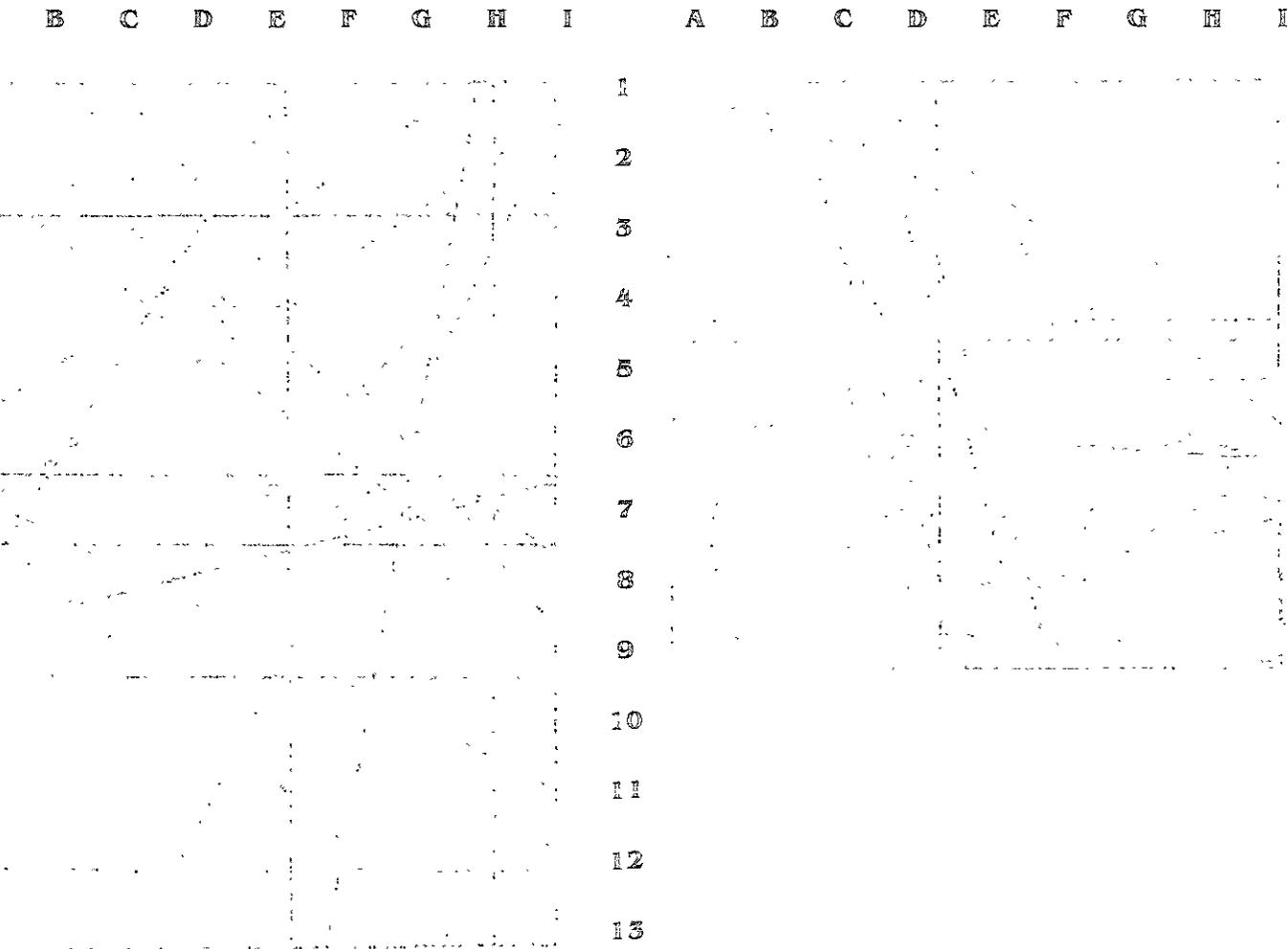


RED DE TRAZO DEL CORREDOR Y CICLISTA

La red de trazo del corredor y ciclista tiene la función de justificar el trazo de los íconos o pictogramas en el espacio así como establecer una estructura para facilitar su reproducción en cualquier formato.

La red del corredor tiene 9 unidades X de base y 3 unidades X de altura.

La red del ciclista está envuelta en una red de 9 unidades X de altura por 8 unidades X de base.



TIPOGRAFIA

terminos generales y considerando las características de este proyecto las tipografías de seco (helvética, futura, arial etc) garantiza una óptima percepción visual.

tipografía seleccionada es arial black, y considerando los acentos visuales en los textos duatlón, atletas, voluntarios, guardarropa esta tipografía permite una óptima legibili-

ndo como base la altura X de la letra u el texto de duatlón que mide 1.6cms la altura X de la letra A medirá 2.8 cms es decir más con respecto a la altura X de la letra u. El cuerpo de la misma u mide 1.5 es decir la altura de la letra A será de 3 50% mas con respecto al cuerpo de la U.

BCDEFGHIJKLMNOP

RSTUVWXYZ

234567890

bcdefghijklmño

qrstuvwxyz

PROPUESTA DE COLOR

color realiza un papel importante, como medio de comunicación se emplea para expresar y reforzar información visual.

percepción es la parte simple más emotiva del proceso de captación visual, la afinidad que tiene con las emociones es más intensa que cualquier otro elemento gráfico."

grafa
LILICA PULIDO
EFFECTO DE SEÑALIZACION INTERNA COMO SISTEMA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS
DE LICENCIATURA EN DISEÑO GRAFICO
ENAP MEXICO 1996

ordinaria reflexión de Angélica.
ando en cuenta lo anteriormente escrito estableció el criterio para desarrollar la propuesta de color:
do el deporte una actividad fundamentalmente lúdica en la cual el movimiento juega un papel determinante se determinó la siguiente conclusión:

xpresar mediante colores divertidos, alegres el sentido lúdico del deporte. Con colores vivos o alegres me refiero a colores que coincidamos con las actividades primarias que hacemos durante la niñez (jugar, correr, montar en bicicleta, dibujar reír etc).

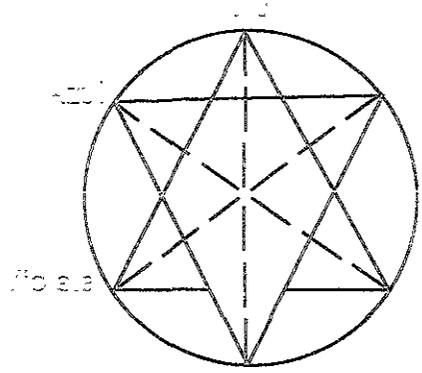
na constante en casi todos los deportes (no decir todos) es el calor generado por el movimiento. Es decir es preciso utilizar colores cálidos (rojos naranjas etc) sin embar- observar los pictogramas del ciclista alrededor se percibieron las imágenes de colores cálidos razón por la cual se decidió utilizar el azul en la gorra, tenis, llantas y el nombre del competidor, además de que durante la investigación surgió una curiosa constante: en entrevistas con atletas que entrevistados al momento de salir por los puestos de abastecimiento acostumbraban derramar sobre su cabeza o gorra botellas con agua o líquido que les ofre-

colores utilizados garantizan una total armonía emocional con la comunidad aficionada al triatlón y duatlón
colores utilizados son:

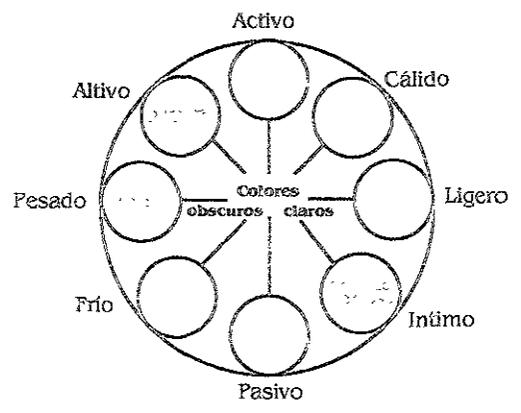
AZUL
Pantone process blue

NARANJA
Pantone 165
8 parts yellow
8 parts warm red

ROJO
Pantone 185
12 parts warm red
4 parts rubine red



El círculo de los colores naturales (Goethe): Triángulo rojo, azul, amarillo - colores fundamentales, de los cuales, por mezcla, puede obtenerse teóricamente cualquier color. Contratriángulo verde, anaranjado, violeta - colores mezclados de primera clase obtenidos con dos colores fundamentales.



Colores oscuros y claros y su efecto sobre el hombre.

ESTA RESERVA DE DERECHOS
DE LA SEP, 1996

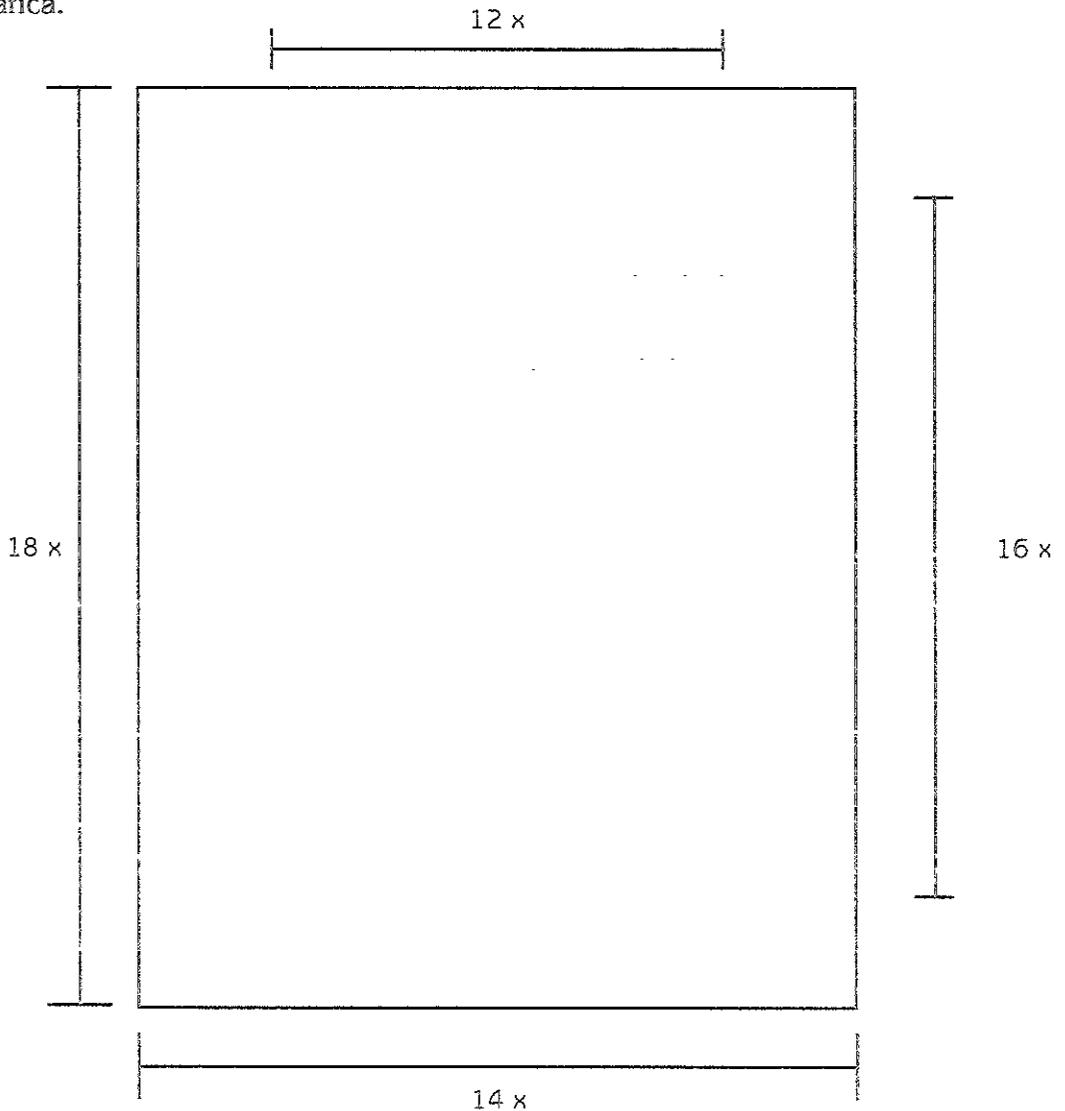
AREA DE RESTRICCION

El área de restricción tiene como objetivo principal establecer el margen mínimo requerido para obtener una legibilidad óptima.

AREA DE RESTRICCION TIPOGRAFICA

El área restrictiva está determinada por un elemento "X" y tomando como base la red de sustentación del arreglo tipográfico cuya altura mide 12X y 16X de altura, el área restrictiva de la identidad gráfica deberá medir por 18X.

En todas las aplicaciones el área de restricción deberá ser 2 unidades X como margen mínimo para cualquier otro elemento gráfico compita visualmente con la propuesta gráfica.



SISTEMAS DE IMPRESION Y TECNICAS DE PRODUCCION

la naturaleza de este proyecto y consideraciones de los soportes utilizados (camiseta, números de carrera y ciclismo folleto, gorra y señalador de ruta) así como la relación costo-beneficio se determinó que la serigrafía es el sistema de impresión ideal en este proyecto, así como el recorte de vinil autoadherente como el sistema de reproducción mas funcional de acuerdo a los requerimientos de este proyecto. Cabe señalar que el recorte de vinil permite reciclar el soporte y de esta manera reducir los costos de producción a largo plazo.

CRITERIO DE APLICACIÓN

Este criterio de aplicación determina en la disposición de los elementos gráficos de la propuesta considerando los diversos soportes y técnicas de impresión o reproducción, dependiendo del volumen de soportes gráficos la técnica de impresión ideal es la serigrafía (el criterio de atletas lo determinará el comité organizador)

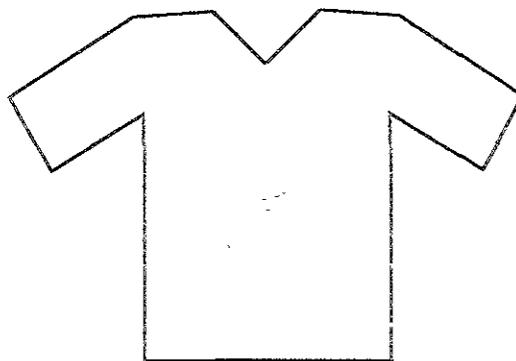
NUMEROS DE COMPETIDOR (CARRERA Y CICLISMO)

Es indispensable considerar el puntaje requerido en la tipografía de estos elementos para obtener una óptima legibilidad. El puntaje de los números en este caso se determinará tomando en cuenta el tamaño del soporte y considerando al diseñar privilegiar la claridad sobre la estética



3.8.2 CAMISETA

La camiseta del competidor será de color blanco y llevará impresa la identidad gráfica o una de las aplicaciones de la misma en el área del pecho, en la parte posterior será impresa con el texto atleta y las identidades de los patrocinadores del evento



3.8.2.1 COMITE ORGANIZADOR

La camiseta del comité organizador tendrá dos variantes con respecto a la del competidor:

- A) La camiseta del comité organizador (jueces, voluntarios) será de color gris claro
- B) En la espalda de la camiseta será impresa con el texto juez o voluntario según sea el caso..

3.8.3 FOLLETO

En la portada del folleto deberá imprimirse la identidad gráfica del evento considerando los criterios ya señalados.

3.8.4 SEÑALAMIENTO EN LAS RUTAS DE CARRERA, CICLISMO Y ZONA DE TRANSICION.

Será responsabilidad del departamento de Comunicación y planeación gráfica determinar como aplicar de manera funcional los señalamientos en la zona de ruta y transición de acuerdo a las propias características del recorrido.

INDICE I REGLAMENTO

REGLAS GENERALES PARA LOS COMPETIDORES Y EQUIPO

El competidor debe llevar gorro de baño y gorro, ambos proporcionados por el comité organizador. Durante la prueba ciclista deberá llevarse el de manera que sea totalmente visible, en la carrera deberá llevarse en la parte delantera también totalmente visible. Es recomendable que cada categoría sea perfectamente distinguible de las otras por el color (grupos de números, colores etc.) El comité organizador deberá proveer a los participantes un número de competidor para ser situado visiblemente en el cuadro de la bicicleta. Es recomendable que los números de cada categoría sean fácilmente distinguibles.

RECORRIDO DE NATACIÓN

El recorrido deberá ser marcado cada 100 mts. con una bandera de color brillante. Debe haber un lugar preciso de donde se comenzará a nadar, que estará claramente definido y señalado, así mismo en el área de carrera.

IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES

El competidor debe llevar un gorro de identificación facilitado por el comité organizador con el número en él.

ASISMO

EL RECORRIDO

El recorrido ideal es un recorrido totalmente cerrado al tráfico. Si es abierto los cruces deberán ser perfectamente controlados y marcados con señales que digan: ATENCIÓN CARRETERA (también se pondrá este cartel en la parte trasera de los coches de seguimiento).

Los giros, vueltas etc. que puedan crear confusión en los atletas deberán estar señalados en el piso con pintura CARTELES EN LOS PASADIZOS, y si fuera necesario por jueces auxiliares. Se debe marcar visiblemente cada 5 km.

1.4.6.1 BICICLETAS

La bicicleta debe ir marcada con el número del competidor facilitado por el comité organizador.

Se recomienda a los organizadores fijar un número bajo de competidores en competencias de corta distancia, así como evitar recorridos largos para ciclistas cortos en los que sea necesario dar muchas vueltas.

5 CARRERA A PIÉ

5.1 EL RECORRIDO

El recorrido deberá ser claramente marcado cada 1000 mts. Antes y después de cada cruce debe haber indicaciones.

6 REGLAS GENERALES PARA LOS ORGANIZADORES

Mediante mapas croquis etc. el organizador está obligado a describir las tres pruebas a los atletas, los recorridos deben estar claramente marcados y descritos en las reglas para cada uno de los tres segmentos de la competencia.

Las salidas en grupos están permitidas, debiendo ser fácilmente reconocible cada categoría por gorros y números de diferentes colores para cada categoría.

6.6 AREA DE LLEGADA. META

La línea debe ser clara y perfectamente marcada.

REGLAS PARA ORGANIZAR UN EVENTO DE LA FIMTRI

1.- La superficie del piso entre la salida de natación y el área de transición deberá estar cubierta por un material antideslizante.

2.- El área de transición deberá estar completamente protegida por una valla resistente y controlada por personal de seguridad. Se debe hacer una separación entre las categorías por edad y la categoría profesional.

3.- Los carriles del área de transición deben ser de cuando menos 3mts. de ancho, con las bicicletas colocadas en sus racks. Deberá estar separada el área de hombres y mujeres.

4.- La disposición del área de transición asegurará que los competidores recorran la misma distancia.

racks de las bicicletas se colocarán longitudinalmente al flujo de la competencia o a lo largo del área de transición. El diseño final de la misma deberá ser aprobado por el Delegado Técnico.

La zona de monte se definirá con 2 líneas paralelas a 5mts una de otra en la zona donde los competidores deberán montar sus bicicletas para comenzar la etapa de ciclismo. Las líneas serán claramente marcadas con un tubo de 10cms de espesor con un color brillante y con pintura no soluble. El delegado técnico (DT) deberá dar instrucciones al comité organizador (CO) de la zona de monte basándose en las características físicas del recorrido. La salida del área de transición hacia la zona de monte estará claramente marcada por una estructura o puente de señalización con el consentimiento de los patrocinadores y del evento.

Se instalarán un mínimo de 4 baños públicos con acceso al área de transición (para uso exclusivo de los competidores). Sin embargo, no se colocarán dentro de la misma zona, sino más allá de la vista de las cámaras.

El área de transición contará con la seguridad necesaria para que los competidores puedan ahí su equipo, se permitirá el acceso a esta área solamente a jueces, oficiales y competidores.

La zona de desmonte se definirá con 2 líneas paralelas a 5mts una de otra en donde los competidores deberán desmontar para entrar al área de transición. Las líneas serán de un tubo brillante con un mínimo de 10cms de espesor y pintura no soluble. La entrada al área de transición después de la zona de monte estará claramente marcada por una estructura o puente de señalización con el consentimiento de los patrocinadores y del evento.

El CO proveerá un sistema de alta calidad que se dirigirá al público cuyo sonido deberá ser audible nitidamente por lo menos 100mts a la distancia. El anunciador deberá:

A) Tener acceso a una plataforma elevada de observación.

B) Tener comunicación constante con los jueces de recorrido, asimismo proporcionará 2 ayudantes por anunciante para recabar información.

10.- El CO debe someter a la FMTRI una prueba de calidad del agua junto con la candidatura del evento y una segunda prueba de calidad del agua actualizada 60 días antes de la competencia. La prueba del agua no debe exceder las normas siguientes:
Coliformos fecales (mar) no más de 200 por 100ml.
E. coli (agua reciente) no más de 200 por 100ml.
Enterococci 35 por 100ml.

CICLISMO

1.- Todos los caminos y avenidas utilizadas deberán estar completamente cerradas al tráfico vehicular. Ningún vehículo tendrá acceso al recorrido, solo medios de comunicación autorizados, oficiales de carrera y vehículos de emergencia en caso de un accidente. Todos los conductores de motos deberán usar casco de protección.

2.- No habrá cruces entre competidores en el recorrido de ciclismo.

3.- La superficie del recorrido debe ser dura lisa y sin baches. Debe estar limpia de escombros.

4.- Todos las esquinas con gran concentración de público deberán estar totalmente controladas y protegidas con una valla sólida (con un mínimo de 1 metro de alto) para evitar que los espectadores invadan el recorrido de la competencia.

5.- La parte del recorrido que corresponda a la entrada y salida de la zona de transición estará protegida por una valla de 1 metro de alto para evitar incomodar a los competidores en este punto crítico de la competencia.

Oficiales de policía y tránsito de la carrera bloquearán cualquier acceso a la ruta de ciclismo a los espectadores que invadan el área. Asimismo utilizarán silbatos para notificar que los competidores se están acercando. Se utilizarán los silbatos únicamente para alertar a los espectadores y no para llamar la atención de los competidores.

El líder de la competencia deberá ser precedido por un oficial en motocicleta con una linterna encendida, señalando con esto que el líder se aproxima. La motocicleta deberá mantener todo momento una distancia no menor de 100mts del competidor.

Una camioneta tipo VAN irá a 100mts tras del último competidor en la vuelta final de la etapa de ciclismo para transportar y asistir a los competidores que así lo requieran de regreso al área de transición, y para informar a los oficiales del evento que la etapa de ciclismo ha terminado.

SEGURIDAD

En todos las vías (calles y/o avenidas) utilizadas deberán estar totalmente cerradas al tránsito vehicular. Ningún vehículo tendrá acceso al recorrido, solo medios de comunicación, ambulancias y vehículos de emergencia en caso de accidente.

No habrá cruces entre ciclistas y corredores de reversa.

El líder de la competencia será precedido por un oficial de la FMTRI en bicicleta (utilizando un casco ANSI aprobado y ropa oficial de la FMTRI) con identificación claramente marcada (señalización resistente, fija a los marcos con el texto: LIDER y la identidad de la FMTRI) indicando que el líder se aproxima, la bicicleta mantendrá en todo momento una distancia no menor de 20 mts del competidor. El conductor de la bicicleta utilizará un silbato para indicar que el líder se aproxima. La bicicleta saldrá del recorrido por lo menos 100mts antes de la meta y no podrá volver por esta.

4.-Los oficiales de policía, tránsito o del evento tendrán acceso en todo momento al recorrido, zona de transición etc, y utilizarán el silbato para indicar la proximidad de los competidores y no para llamar la atención de estos últimos.

5.-Todas las esquinas y zonas de alta concentración de público deberán estar controladas y protegidas con una valla sólida (con un mínimo de 1m. de alto) para evitar que los espectadores invadan el recorrido.

6.-Habrá abastecimientos de agua durante el recorrido para que los competidores puedan tomar líquidos por lo menos 4 veces en la carrera sin considerar el número de vueltas.

7.-Si el recorrido lo permite, un vehículo seguirá por atrás a 100mts a último competidor en la vuelta final para asistir a los competidores que así lo requieran, así como para informar que la competencia se ha completado.

ZONA DE META

1.-El CO revisará el área destinada a esta área y de común acuerdo con el DT hará las modificaciones que considere necesarias basadas en las condiciones físicas del terreno.

2.-La zona de meta deberá estar completamente protegida con una valla de 1m de alto y personal de seguridad para garantizar la llegada de los competidores.

3.-El personal de tiempos no puede estar en la zona de meta.

4.-La zona de meta estará claramente marcada con una línea blanca en el suelo la cual tendrá un espesor mínimo de 15cms de ancho. Se puede considerar que un competidor pasó la línea de meta en el momento en que cualquier parte del torso (sin incluir cabeza, cuello hombros brazos cadera o piernas) alcance la línea perpendicular extendida extremo final de la línea de meta

5.-El reloj de meta será colocado a la vista de fotógrafos, camarógrafos y espectadores.

INFORMACION PROPORCIONADA POR LA FMTRI
(Federación Mexicana de triatlón)

NDICE 2 GESTALT

stian Von Ehrenfels en un artículo escrito en 1901, hacía notar que en la experiencia inmediata hecho perceptual se omitía uno de los elementos más importantes de la realidad de originalidad intransportable.

Una melodía o en la percepción de una figura compuesta de líneas y puntos, según la hipótesis asociacionista no deberíamos percibir más que una serie de diversos conjuntos de sonidos y puntos asociados de distintas maneras. Al variar estos sonidos y puntos debería variar también el conjunto en realidad no ocurre así porque se puede transportar por ejemplo la melodía a otro tono haciendo así todos los sonidos sin que pierda nada la melodía.

Esto significa según Ehrenfels que, además de las cualidades sensibles es forzoso admitir también la existencia de las cualidades de la forma -gestalt-eigenschaften- por idéntica razón que la realidad de los elementos.

Una forma es algo más y distinto que la suma de los simples elementos, tiene unas propiedades que difieren del resultado de su simple adición; a saber es autónoma y transportable.

El mérito de Ehrenfels no fue el de captar la existencia de la forma sino de haber destacado la originalidad de la misma como cualidad capaz de poder vivir independientemente de la naturaleza material de los datos sensoriales que la condicionan pero no la formaban.

TEORÍA DE LA FORMA GESTALTTHEORIE

Entre 1911 y 1912 Wertheimer -que en unión de Köhler y Koffka iniciaron en Alemania la gestalttheorie- negó especialmente en lo concerniente al problema de la percepción, la teoría tradicional al afirmar que el concepto tradicional de sensación es insostenible. Toda percepción tiene un carácter de totalidad o sea de forma, que no puede explicarse siguiendo los viejos esquemas aditivo -asociacionistas de la psicología tradicional sino que, por el contrario se rige por unas leyes estructurales internas.

Hay conjuntos estructurados cuyo comportamiento no depende de sus elementos individuales, tomados como partes aisladas sino que dichos procesos parciales son determinados por las leyes estructurales internas del conjunto.

La psicología clásica partía de las sensaciones -o de sus reproducciones- que ella consideraba como los primeros datos elementales aptos para construir, por medio de la asociación, o bien, mediante síntesis intelectuales superiores, objetos más o menos organizados.

La psicología de la forma parte en cambio de formas o estructuras -Gestalten- consideradas como datos primitivos, el auténtico Primum Psychicum de nuestro proceso cognoscitivo.

No existe una agrupación mecánica de varios elementos -como dicen los asociacionistas- ni un proceso superior que cree y superponga una forma a los elementos sensoriales; no hay ninguna dualidad, sino experiencia de forma de totalidad analizar el conjunto sería deformarlo; hay que tomarlo tal y como se presenta en la realidad en que aparece, porque todo objeto más que tener una forma, una estructura, es una forma, una estructura y solo de ella se tiene experiencia inmediata. La sensación -tomada como elemento- tiene solo realidad funcional, separada del conjunto es inconcebible; no tiene ninguna consistencia.

BIBLIOGRAFIA.

"La Psicología de la Gestalt"
Versión Española J. Clavell
Ediciones Don Bosco
Paseo de San Juan Bosco 62
Barcelona, 1975

INDICE 3 PERCEPCIÓN VISUAL

proceso de percepción en el ser humano tiene como objeto la decodificación o asimilación de los estímulos del medio ambiente para, posteriormente emitir una respuesta a ese estímulo.

La percepción es un proceso equiparable a la discriminación a la diferenciación y a la observación. Actualmente el término se usa para referirse a procesos nerviosos y de recepción relativamente complejos que se encuentran en la base de la conciencia que tenemos de nosotros mismos y del mundo. Dicha conciencia se conoce como percepción.

Como el término percepción se restringe a los hechos que se refieren a la experiencia tiene ciertas implicaciones conductuales. La percepción de objetos situaciones y relaciones está frecuentemente correlacionada con reacciones externas particulares. Si estamos conscientes de las diferencias de color que hay en las manzanas muy probablemente seleccionemos la más roja para comerla.

Como vemos que una desviación nos conduce a la derrota es muy probable que la tomemos. Si no la vemos quizá sigamos nuestro camino viéndonos obligados a regresar posteriormente. Si percibimos un paquete es muy pesado usaremos ambas manos para levantarlo, de otro modo utilizaremos una mano. En general, cuando percibimos que existen diferencias entre los objetos nos comportamos de una manera diferente ante cada uno de ellos. En caso de no percibir tal diferenciación, la conducta diferencial, igualmente desaparece.

Debemos recordar que la percepción dirige la adaptación del hombre al medio, por consiguiente en el medio que lo rodea existirá un conjunto de eventos que pongan en movimiento al proceso

Es importante diferenciar el aspecto de la energía física que interesa al psicólogo del aspecto que es de más interés para el físico

Cuando un psicólogo piensa en la energía considera que ciertas propiedades del estímulo afectan la conducta del sistema solo durante el tiempo en que esté presente la energía o durante lapsos cortos después de eso. Esto quiere decir que algunas características de la energía están modificando la conducta en forma directa, estas características se denominan aspectos informativos de la energía y conducen mensajes al organismo. Además los aspectos informativos son limitados, solo las unidades que estén dentro de ciertos límites en la escala de la energía estimulan los sentidos de manera informativa, en el caso de la percepción visual del color el ojo solo es sensible a la porción de radiación electromagnética (energía de luz) que esté entre las longitudes de onda de aproximadamente 400 y 800M (el milimicrón es una medida física de la longitud de onda de la luz) la longitud de onda mas corta es percibida como azul violeta y la longitud de onda mas larga como rojo, estando los otros matices (colores) del espectro visible entre estos valores.

El ojo es insensible a la energía física abajo de 400 o arriba de 800M por tanto no hay mensajes informativos fuera de estos límites. La interpretación de la información física en mensajes informativos que el sistema nervioso puede utilizar es llamada proceso de transducción sensorial. En la vida cotidiana estamos obligados a adaptarnos a una variedad de estructuras de energía, muchas de estas se producen en el medio externo pero algunas otras resultan de cambios en los órganos internos.

Las primeras son generalmente llamadas estímulos del medio, mientras que las últimas son llamadas estímulos del estado (en alusión al estado del organismo)

BIBLIOGRAFÍA

Bartley, Howard, *Principios de percepción*, Editorial Trillas, 1969.

CONCLUSIONES

lamentables sucesos que vivió la Universidad Nacional recientemente, plantean la urgente necesidad de incrementar y diversificar las fuentes de financiamiento en la UNAM, en este sentido la organización anual de la Quincena de Artes y Letras en C.U. podría generar proyectos de trabajo y patrocinio en conjunto con la iniciativa privada además de proyectos de servicio social y/o seminario de tesis que faciliten el ingreso al campo profesional de los alumnos que cursan los últimos semestres de la licenciatura.

Respecto a las dificultades que se presentaron durante el proyecto, los aspectos principales fueron:

1. Falta de soporte de materias como Mercadotecnia y Diseño Gráfico eficiente.

2. Es indispensable que esta materia se incluya desde los semestres intermedios de la carrera para que los alumnos GENEREN PROYECTOS DE TRABAJO CON LA INICIATIVA PRIVADA Y/O ONGS EN LOS QUE INTERVENGA DIRECTAMENTE EL ALUMNO. Asimismo es urgente generar proyectos de investigación que aborden a la Comunicación Gráfica en función de la ergonomía así como valorar la experiencia del proyecto Ciencia y Arte e incluir a la Comunicación Gráfica y el Arte como medio de expresión del ser humano.

3. El laberinto burocrático de la UNAM dificulta enormemente vender a las autoridades académicas proyectos de esta naturaleza.

Es casi imposible conseguir bibliografía especializada para desarrollar proyectos de identificación gráfica, en particular como justificar un gesto, espontáneo, en el espacio.

Desarrollar este proyecto me permitió comparar dos aspectos que son parte de mi vida: el Deporte que me hace una persona físicamente feliz y la Comunicación Gráfica que me permite el inmenso privilegio y honor de formar parte de la UNAM.

Por otro orden de ideas durante el proceso de investigación comprendí que ciertas posturas personales con respecto al Deporte entran en conflicto con los objetivos del proyecto. Asimismo es indispensable que el docente facilite el desarrollo del alumno en función de los intereses del mismo, y su inserción en el campo de trabajo.

Finalmente el aspecto más enriquecedor de este proyecto es comprender como interviene un Comunicador Gráfico para facilitar la orientación de los atletas en competencias deportivas de esta naturaleza.

El deporte como actividad económica política y cultural de primer orden requiere de TODAS las disciplinas afines a la Comunicación Gráfica, la Escuela Nacional de Artes Plásticas debe observar al fenómeno deportivo como un enorme campo de trabajo para la experimentación y el aprendizaje de soluciones creativas que la sociedad demanda.