

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“Unidad Gráfica para: ‘Médicos del Deporte y Actividad Física’”



Tesis que para obtener el título de:
Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presenta:

Cristopher Edgardo Nava Rangel

Directora de Tesis:

M.A.V. Ma. Elena Martínez Durán

México, D.F., 2002



DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICAS
XOCHIMILCO D.F.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

AGRADECIMIENTOS:

A todos aquellos que me apoyaron de alguna u otra manera para salir adelante, specially thanks to you W. because you were always there for me...

A mis maestros de la ENAP por formar profesionales con bases sólidas para enfrentar los retos de un mercado tan competitivo.

AGRADECIMIENTOS:

A todos aquellos que me apoyaron de alguna u otra manera para salir adelante, specially thanks to you W. because you were always there for me...

A mis maestros de la ENAP por formar profesionales con bases sólidas para enfrentar los retos de un mercado tan competitivo.

ÍNDICE

CAPÍTULO I

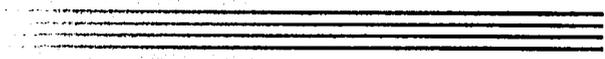
Introducción	1
Medicina del Deporte en México	2
Origen	4
objetivos	4
Filosofía	5
Programas	5
Organizaciones Similares	6
Gráfica Previa	7
Resumen Capitular	8

CAPÍTULO II

Diseño y Comunicación Visual	9
Semiótica	11
Elementos Semióticos	12
Icono	12
Índice	13
Símbolo	14
Niveles Semióticos	15
Nivel Sintáctico	15
Nivel Semántico	16
Nivel Pragmático	17
Identidad Gráfica	18
Tipos de Identidades	19
Elementos que componen una I.G.	20
Metodología para Diseñar	21
Resumen Capitular	22

CAPÍTULO III

Fase de Proyección	23
Propuesta Seleccionada	25
Propuesta Color	26
Color Seleccionado	27
Tratamiento Visual	27
Tratamiento en Negativo	28
Margen Espacial	29
Tipografía Primaria	30
Tipografía Secundaria	31
Tipografía Alternativa	32
Aplicaciones	33
Tarjeta de Presentación	34
Receta	35
Hoja Membretada	36
Sobre	37
Gafete	38
Presupuesto	39
Resumen Capitular	40
Bibliografía	41



CAPITULO



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es el resultado a un planteamiento del quehacer profesional dentro del Diseño y la Comunicación Visual.

Un modelo solutivo que responde a necesidades globales bajo un orden de relaciones y entendimientos con una carga conceptual vehemente dirigida a un público o sector determinado.

El diseño de una Identidad Gráfica está orientada hacia un carácter social, donde sus componentes y códigos empleados generarán mensajes efectivos para iniciar un sistema comunicativo con el fin de obtener un discurso propio que constituirá su imagen.

LA MEDICINA DEL DEPORTE EN MÉXICO

Los griegos en los siglos V y VI a.C. para competir en los juegos olímpicos de esa época, optimizaban las funciones de su cuerpo a través de la gimnasia que combinaban con el ejercicio intelectual. En esta época los atletas establecían y tenían reglas de higiene y alimentación, además de los tratamientos de las lesiones ocasionadas por la práctica de la gimnasia, representada por la reducción de fracturas, control médico del atleta y utilización de masajes.

Los griegos consideraban a la medicina curativa, como un peldaño en la evolución de la "auténtica medicina" que era la preventiva, al establecer que esto se lograba a través de la cultura física. Fue la cultura griega en donde la medicina del deporte adquirió su

verdadera dimensión ya que incorporaron el hábito de la actividad física como parte de su estilo de vida.

Ya en el siglo III a.C. se consideraba que todos los males de los atletas se ocasionaban porque recurrían a medicamentos y a la práctica de una gimnástica mal llevada, refiriéndose a que llevaban a cabo acciones ilegales para incrementar el rendimiento deportivo (doping), fomentando el espíritu de lucro y reconocimiento, lo que vino a deteriorar la filosofía de la competencia que se tenía hasta en ese entonces.

A partir de entonces, la medicina del deporte se consagra a la cura y estudio de las heridas ocasionadas por guerra.

En Francia se encuentra la primera tesis titulada "*L'exercice est il le meilleur moyen*

de conserver la sante" (El ejercicio es el mejor medio para conservar la salud.

En el siglo XIX la educación física y el deporte adquieren una situación de consolidación y de estructura similar a nuestra época, que se consigue cuando se busca la aplicación práctica de la actividad física como mecanismo para mejorar la salud.

La primera vez que se empleó el término de Medicina del Deporte (del inglés "*Sports Medicine*") fue en febrero de 1928 para describir el área de investigación y práctica clínica centrada en el desarrollo de los atletas durante los segundos juegos de invierno en St. Moritz Suiza.

A partir de aquí se estableció un Comité para la realización del "Primer Congreso

Internacional de Medicina del Deporte" en Amsterdam durante los IX Juegos Olímpicos.

En diversos países como Francia y Cuba, dentro del plan curricular para la formación de médicos generales, se incluyeron materias que tienen como objetivo estudiar al ser humano antes, y durante el ejercicio, así como las repercusiones que éste tiene en su morfofisiología.

Como especialidad médica, sus orígenes datan desde la última postguerra en Alemania, Italia y posteriormente se difundió al resto del mundo. En América Latina se inició su desarrollo en México, Brasil y Argentina.

Al igual que en muchas partes del mundo esta disciplina surge a partir de la necesidad generada por la práctica empírica dirigida a brindar un servicio médico, con asistencia

curativa de las lesiones derivadas de la práctica atlética. La parte médica asistencial del deportista se llevó a efecto por médicos, casi siempre traumatólogos y ortopedistas que, en muchas ocasiones por pasatiempo y la más de las veces por afición, apoyaban a equipos deportivos.

A partir de 1968, con la designación de México como sede de los XIX Juegos Olímpicos, surge la necesidad de impulsar esta disciplina científica por medio de la Asociación de Medicina del Deporte que adopta un reconocimiento internacional.

ORIGEN

La unión de médicos especializados en la medicina del deporte generó una asociación de profesionales en la materia dando origen a " Médicos del Deporte y Actividad Física " en el año 1998, desde ese entonces la aceptación que han tenido ha sido excelente y los horizontes de expansión siguen en crecimiento.

OBJETIVOS

En " Médicos del Deporte y Actividad Física" se tienen planteados los siguientes objetivos con el fin de ofrecer un servicio correcto y eficaz para la salud del paciente:

- Aportar soluciones globales a las personas que realizan actividades

físicas, de manera profesional, aficionada, lúdica o terapéutica.

- Proporcionar un buen tratamiento de rehabilitación después de producida una lesión, el éxito del tratamiento rehabilitador consiste en devolver al jugador a su actividad lo más pronto posible y en perfectas condiciones psicofísicas, que le permita retornar a su nivel anterior.
- Prever, mantener y mejorar el rendimiento del atleta ante cualquier problema o desorden físico.

FILOSOFÍA

En " Médicos del Deporte y Actividad Física " el paciente es lo más importante, por tal motivo existe un esfuerzo en ofrecer un servicio de calidad con un lado humanístico por encima de todo.

PROGRAMAS

Los programas son dirigidos a aquellas personas que necesitan de una rehabilitación mediante un programa personalizado en donde se atienden las siguientes patologías:

- Lesiones deportivas en extremidades superiores, inferiores y columna que necesiten programas de rehabilitación.

- Lesiones de Ligamento Cruzado Anterior, LCI, ICM, meniscopatías, tendinitis, síndromes dolorosos patelofemorales. Ruptura miofibrilar.
- Lesiones por Sobre uso.
- Lesiones ocasionadas por danza.
- Esguinces ocasionados por deporte.
- Alteraciones musculoesqueléticas.

ORGANIZACIONES SIMILARES

" Clínica del Doctor Miguel Ángel González "
Tecnología en rehabilitación física en el ámbito mundial, tratamientos efectivos, sin dolor, sin jalar ni tronar.

Clínica de rehabilitación del Dr. Miguel A. González

" Artroscopia "

Artroscopi@

" PRO-FIT"

Organización de profesionales de la medicina
y el deporte.



CENTRO DE MEDICINA PREVENTIVA, S.A. DE C.V.

GRÁFICA PREVIA DE LA INSTITUCIÓN

Existía una carencia total en cuanto a una imagen, el manejo de la nomenclatura se hacía con el empleo de la tipografía *Times New Roman* en altas.

MÉDICOS DEL DEPORTE Y ACTIVIDAD FÍSICA

RESUMEN CAPITULAR

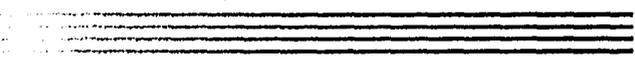
La práctica de cualquier actividad física implica una exigencia a nuestro organismo que desde la esfera física a la psicológica, incide en nuestro cuerpo. Por ello la actividad física debe estar tutelada por profesionales.

La medicina del deporte es una ciencia enfocada a prever, mantener y mejorar las condiciones físicas y psicológicas de los individuos que practican alguna actividad que implique esfuerzo físico y los riesgos a los que se exponen, hoy en día se reconoce la importancia que tiene el ofrecimiento de este tipo de servicio en el campo deportivo y recreativo.

" Médicos del Deporte y Actividad Física " notó la problemática que tenía al carecer de

una imagen gráfica y efectiva, que los representara visualmente y les otorgara un nivel de identificación como asociación destinada a ofrecer un servicio.

El diseño de su Identidad Gráfica pretende otorgarle un posicionamiento en el contexto en que se encuentra, mediante una metodología propia del diseño y la comunicación visual, al cumplir con los parámetros establecidos dentro de una licenciatura a nivel profesional.



CAPÍTULO



DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

La palabra comunicación proviene del latín *comunicare*, "poner en común"; es un sistema mediante el cual se interrelacionan dos partes o más, al manifestar, expresar y dar a conocer algún tipo de información.

Las formas básicas de comunicación son por signos (la vista) y por sonidos (el lenguaje).*

En el proceso comunicativo intervienen ciertos elementos, necesarios para que haya comunicación :

EMISOR- En él se genera la fuente de información.

RECEPTOR- Es quien recibe los mensajes.

MENSAJE- Es el conjunto de datos ordenados de acuerdo con una lógica en los códigos.

*Parra Berta, El Arte de la Comunicación

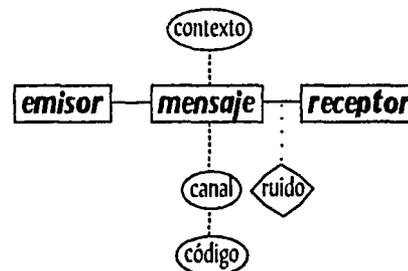
CÓDIGO- Es un sistema de signos o señales formulados de cierta manera y que poseen algún valor.

CANAL- Es el medio por el cual se transmite el mensaje, no tiene que ser tangible.

CONTEXTO- Es el ambiente que rodea y provee de referencias.

RUIDO O INTERFERENCIA- Elementos externos que intervienen en la comunicación y pueden alterarla o anularla completamente.

La comunicación sólo se da si se logra que el emisor y el receptor compartan un conjunto de conocimientos comunes.



La Comunicación Visual es una variante de la comunicación en sí, enfocada en el campo visual, en donde la recepción de los mensajes transmitidos se da a través del sentido de la vista.

“ La Comunicación Visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos, puede ser intencional o casual” *

El objetivo de la Comunicación Visual es generar mensajes significativos con una carga conceptual dirigida y enfocada en necesidades o problemas de tipo visual.

Bruno Munari separa el contenido de la comunicación visual en hechos intencionales y casuales.

La comunicación Visual, objeto de nuestro estudio es en todo momento intencional pues busca solucionar cuestiones y problemáticas

*Munari, Bruno, Diseño y Com Visual.

en el ámbito visual a través de códigos que sean efectivos para el entorno y el contexto socio-económico en que se generan.

La sistematización, configuración y desarrollo de los mensajes serán la base en el proceso comunicativo y estarán dirigidos en todo momento a una proveer una solución viable y factible al problema dado, el resultado obtenido dependerá de la profundidad de análisis y la capacidad teórica al aplicar los fundamentos que generen el sistema comunicacional mas adecuado, para elevar el grado de eficacia, funcionalidad, presencia e identificación, en este caso de una Identidad Gráfica.

SEMIÓTICA

Desde los orígenes de la civilización humana ha existido una dependencia de los signos y de los sistemas de los signos.

El concepto de signo es importante en el desarrollo de las ciencias, puesto que cada una utiliza y expresa sus resultados por medio de éstos.

La Semiótica o Semiología se deriva de dos fuentes, del filósofo norteamericano Charles Sanders Peirce, y del lingüista suizo Ferdinand de Saussure.

La Semiótica como ciencia utiliza su propio lenguaje para establecer y explicar hechos acerca de los signos, es un lenguaje para hablar de signos y sus sistemas.*

*Guirard Pierre, La Semiología.

El objeto de estudio de la semiótica es determinar como las cosas se convierten en portadores de un significado, para conllevar a la determinación de los criterios que pueden ayudar a diferenciar los diversos tipos de signos y otras clases de significaciones.

En un sistema autónomo de signos, en el que cada elemento posee un significado por sí mismo y es significativo sólo por su diferenciación de otros elementos, el papel del signo es evocar una imagen mental generada por otro estímulo para establecer una comunicación.

Peirce separa al signo en una tríada: *el ícono, el índice y el símbolo*. Una explicación parcial de este estado de cosas es que un mismo signo puede jugar varios papeles al mismo tiempo: un signo puede representar

algo, expresar algo, referirse a su propio carácter material, aludir a algo, ser una metáfora o un constituir otro tipo de signo indirecto.

Puesto que la semiótica se interesa en encontrar reglas y regularidades generales, intenta describir estos fenómenos como funciones genéricas en una cierta clase de sistema. Pero se tiene que admitir que estas funciones genéricas son modificadas por los contextos en los cuales aparecen. Por lo tanto, la semiótica no solamente tiene como tarea describir semejanzas y desemejanzas entre diversas maneras de transmitir el significado, pero igualmente investiga las diversas maneras en las cuales varios sistemas del significado colaboran en la transmisión de la significación.

ELEMENTOS SEMIÓTICOS

Existen tres elementos dentro de la semiótica que adquieren relevancia en cuanto a la concepción y uso de signos dentro de cualquier sistema gráfico comunicativo y se presentan a continuación:

ICONO

El término icono es utilizado mayormente en el sentido histórico del ámbito común religioso y de arte, para referirse a una representación pictórica de personas o acontecimientos sacados de la historia sagrada del cristianismo.

EL ICONO DENTRO DE LA SEMIÓTICA.

En el lenguaje semiotical, obtenido de Peirce, un icono es un elemento gráfico con similitudes y propiedades compartidas con

algún objeto por representar o bien el ser representado.

El icono rescata los valores y características más propias del objeto.

Hay una relación que conecta los dos elementos directamente, tal es el caso de las características o cualidades más obvias del objeto, que son rescatadas y aplicadas.

Las cualidades representadas excitan sensaciones análogas en la mente por las semejanzas entre el icono y el objeto representado, con lo cual se obtiene el resultado esperado, y la función de un elemento icónico obtiene un resultado óptimo.

En el icono no debe existir un margen de error muy ancho en la significación del elemento, ya que la comprensión debe ser casi exacta, dadas las características y los

principios en que se basa el origen y la disposición de éste elemento.

ÍNDICE

Junto con los otros dos elementos semióticos, el índice forma parte de las distinciones de Peirce . Su definición, un índice muestra una expresión de ser, en una u otra manera del elemento , de su relación, de su conexión con otro elemento, y el servicio de su contenido.

El término elegido por Peirce sugiere ciertamente que todos los índices, como el dedo del índice el señalar, o una flecha, es un servicio para establecer claramente un objeto determinado, para aislarlo y para traerlo de un ámbito espacial, el contexto en el cual se enreda ordinariamente.

Al llamar a este elemento, indicador , es hacer una clasificación de muestras en base

de sus funciones específicas y la capacidad de representar la realidad por medio de un significante que sea distinto, o distinguido, del significado.

Se pueden conectar los significados por medio de los índices y de las señales, que sirven de referencia básica y que no suponen cualquier diferenciación entre la expresión y el contenido.

Por lo tanto el índice es un elemento que hace referencia de lo que se presenta, es bien un indicio con causas y efectos póstumos, logrados mediante la abducción que genera desde su origen y su motivo de ser.

*Frutiger Adrian, Marcas, símbolos y señales.

SÍMBOLO

El símbolo es la representación sensible de una idea. Es un elemento que está en lugar de otra cosa *. El principio del simbolismo es la existencia de una relación de analogía entre la idea y la imagen que la representa.

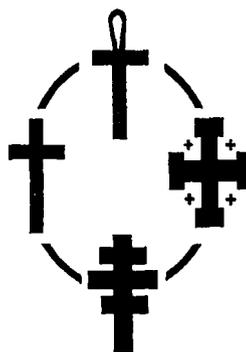
El símbolo es la forma más adecuada para transmitir significados no conceptuales. El símbolo es sintético y no debe ser explicado sino comprendido.

Este tipo de signos son de un nivel avanzado porque el concepto y la significación que conllevan adquirió una etapa de reconocimiento superior y de manera casi generalizada.

NIVELES SEMIÓTICOS

La semiótica cuenta dentro de su estudio de tres ramas subordinadas, divididas en tres niveles:

- 1) Nivel Sintáctico
- 2) Nivel Semántico
- 3) Nivel Pragmático



NIVEL SINTÁCTICO

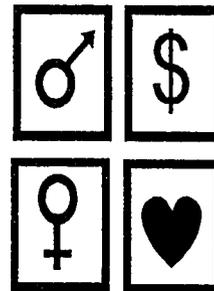
En este nivel se incluyen las esferas de conexiones entre el signo y otros signos.

Para comprender el Nivel Semántico se presenta una comparación entre diferentes tipos de cruces, cada una tiene una significación propia pero comparten una característica en común, son elementos gráficos situados en el mismo contexto; el ámbito religioso, pero al mismo tiempo poseen una individualidad denotativa, lo que eleva y sitúa a cada una con una identidad propia.

NIVEL SEMÁNTICO

En este nivel recae directamente el estudio semiótico, ya que se enfoca en los signos y su significado.

La representación gráfica no es meramente icónica en la mayoría de los casos, su función se basa en una conceptualización significativa como medio de transmisión del contenido y el significado, así que la connotación es directa y específica una vez entendida.



Cuando se ha acordado que un signo significa algo se convierte en un símbolo, y la simbolización se basa en ciertos elementos constitutivos.

NIVEL PRAGMÁTICO

Estudia las conexiones entre los signos y sus creadores, los signos y sus emisores , y los signos con sus receptores.



1

2

3

1) Las reuniones nazi en sus primeros años fueron objeto de violencia y de resistencia en forma de peleas, el rompimiento de los encuentros, etc. y como resultado se formó el Schutz Staffeln, SS, que fue una unidad de

protección contra los grupos políticos, especialmente los enemigos nazi.

2) Uno de los signos que el ku klux kan usa como otras sociedades secretas, el signo tiene su raíz en el catolicismo español.

3) Los símbolos de este tipo son llamados triquetras, que en latín significa " 3 esquinas ", este signo es un símbolo de la Santa Trinidad en el simbolismo cristiano. Este es solo uno de los signos de Jesús después del pescado.

IDENTIDAD GRÁFICA

DEFINICIÓN y OBJETIVOS

Una Identidad Gráfica es un instrumento de la Comunicación Visual y su objetivo es representar gráficamente a algún sector u organismo público, privado o personal que manifieste cualquier problemática de imagen.

Al diseñar y aplicar un sistema de Identidad Gráfica se otorgan valores y efectos comunicativos asociados a la personalidad, ideología y conceptos a transmitir de la entidad.

Mediante el diseño de una Identidad se debe tomar en cuenta diferentes aspectos compositivos para generar un sistema gráfico que sea adecuado y efectivo dentro del orden visual establecido, para situar y mantenerla

en un contexto similar pero con validez propia.

Hay algunas características que al ser tomadas en cuenta en el proceso creativo elevan el contenido y efecto de la Identidad Gráfica en gran medida, algunas de éstas características son:

- Funcionalidad: Utilidad y practicidad como resultado de una necesidad.
- Ambientalidad: Asociación y referencia al contexto que pertenece.
- Contemporaneidad: Vigencia, ubicación en el tiempo en que se encuentra.
- Expresividad: Vinculación y Coherencia del contenido con lo que se representa.
- Constructividad: Realización y reproducción gráfica sin dificultades.

TIPOS DE IDENTIDADES GRÁFICAS

Existen varios tipos de Identidades Gráficas que se establecen y se diferencian unas de otras en relación a sus funciones y el tipo de servicio que ofrecen:

- *Identidad Corporativa*: Representación Gráfica de una entidad de tipo asociativo que se constituye con fines de interés público.
- *Identidad Comercial*: Representación Gráfica para organizaciones de naturaleza económica que realizan operaciones monetarias con fines de lucro.
- *Identidad Institucional*: Representación Gráfica de una organización que ofrece servicios o actividades públicas y que

en la mayoría de los casos no obtiene utilidades económicas.

- *Identidad Profesional*: Representación Gráfica para personas que desarrollan algún servicio o actividad profesional.
- *Identidad Personal*: Representación Gráfica de una persona que quiere darse a conocer mediante características propias.

La Denominación lingüística de cada entidad responde a cinco variantes según Norberto Chavés:

- *Descriptiva*: es una enunciación sintética de los atributos de identidad.
- *Simbólica*: alusión mediante una imagen literaria.

- *Patronímica*: Alusión mediante el nombre propio.
- *Toponímico*: Alusión al lugar de origen o área de influencia.
- *Contracción*: Construcción artificial mediante iniciales, fragmentos de palabras, etc.

ELEMENTOS QUE COMPONEN UNA IDENTIDAD GRÁFICA

Dentro de una Identidad Gráfica existen elementos compositivos que determinan el estilo visual, mediante el uso de códigos y funciones.

Estos elementos son:

- 1) **LOGOTIPO** : Elemento de gran valor ya que la tipografía es la transcripción escrita del nombre o de la marca , con un estilo visual propio y definido que se designa a la entidad correspondiente.

De naturaleza lingüística y escritural, única desde su composición inicial denotativa, es la versión gráfica estable del nombre de la marca.

- 2) **IMAGOTIPO**: El imagotipo es el signo que acompaña a la tipografía, su objetivo es ofrecer una memorabilidad y capacidad de diferenciación de la identidad a representar, la clasificación del imagotipo como signo se estudia en los elementos semióticos explicados al principio de este capítulo, con orientaciones icónicas, simbólicas o indicativas.
- 3) **COLOR**: signo cromático empleado para crear un ambiente de sugestión por las cualidades físicas y de percepción que produce, elemento que complementa y es necesario en la identificación.

METODOLOGÍA PARA DISEÑAR

Ya que el Diseño y la Comunicación Visual no es una ciencia sino una disciplina, no existen leyes o fórmulas que funciones y sean aplicables a cualquier problema en el ámbito de la comunicación gráfica y visual.

Sin embargo existen procesos que a través del tiempo y con diferentes autores se han desarrollado gracias a la experiencia obtenida y el modo personal de trabajo.

Una metodología en el diseño, así como en cualquier otra área de investigación, es un proceso que buscará la solución de problemas bajo ciertos pasos y/o etapas para conseguir los objetivos planteados dentro de ese mismo esquema solutivo.

La metodología de Yves Zimmermann y Norberto Chavés para el desarrollo de una Identidad Corporativa, está dividida en 6 etapas:

- 1) Identificación del Problema
- 2) Investigación o recopilación de datos
- 3) Formulación de Estrategias
- 4) Elaboración de Programas
- 5) Desarrollo del proyecto
- 6) Ejecución del proyecto

La Identidad Gráfica para "Médicos del Deporte y Actividad Física" tomará como referencia este principio metodológico para su configuración.

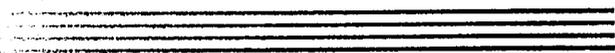
RESUMEN CAPITULAR

Este segundo Capítulo está dirigido a recopilar las bases teóricas que fundamentan el desarrollo y avance de la Identidad Gráfica, bajo un principio metodológico, al retomar los principios constructivos más adecuados al problema.

El papel que juega la semiótica en la sistematización de una Identidad Gráfica, se basa en una praxis de la comunicación visual como segundo paso del conocimiento teórico, al estudiar el signo y los pormenores que giran alrededor de él; con el fin de designar las relaciones de los estímulos producidos y evocados al aplicarse de manera efectiva.

La importancia de una Identidad Gráfica radica en su capacidad de identificación y los efectos que produce de manera análoga a las características propias, de la entidad a representar.

Es necesario hacer un estudio general, y recopilar información para de ahí establecer los criterios más apropiados en la solución que se busca, de manera que del estudio presentado en esta capítulo se retomó los elementos que mejor funcionan y se adecuan al proyecto para llevarlo adelante.



CAPÍTULO



FASE DE PROYECTACIÓN

A esta fase del proyecto le corresponde generar las primeras imágenes, para seleccionar la o las propuestas que funcionen mejor en base a los principios diagnosticados dependientes de las necesidades del proyecto.



≡M+DAF≡

MDAF

mdaf

MDAF



MDAF

MDAF

PROPUESTA SELECCIONADA

La propuesta seleccionada con una alternativa en negativo, que se trabajará de forma paralela a la Identidad para ciertas aplicaciones.

El siguiente paso es determinar el estilo en la tipografía secundaria para la razón social, y así obtener el resultado final.

MDAF

MÉDICOS DEL DEPORTE Y ACTIVIDAD FÍSICA

PROPUESTAS DE COLOR

El color más utilizado en el rubro de la rehabilitación y la curación es el verde, los resultados obtenidos en los tabuladores muestran que gracias a las asociaciones que este color denota, es lo más apropiado para ser empleado.

- 1) pantone 327cv
- 2) pantone 312cv
- 3) pantone 349cv



MÉDICOS DEL DEPORTE Y ACTIVIDAD FÍSICA



MÉDICOS DEL DEPORTE Y ACTIVIDAD FÍSICA



MÉDICOS DEL DEPORTE Y ACTIVIDAD FÍSICA

COLOR SELECCIONADO

Pantone 327cv.

El color seleccionado fue un verde con una saturación y tonalidad brillante, lo que resulta como complemento perfecto a los cogidos manejados.

The logo consists of the letters 'MDAF' in a bold, stylized, sans-serif font. The letters are solid black. The 'M' has a unique shape with a vertical bar on the left and a diagonal bar on the right. The 'D' is a simple block letter. The 'A' has a triangular top and a horizontal base. The 'F' is a simple block letter with a horizontal top bar.

MÉDICOS DEL DEPORTE Y ACTIVIDAD FÍSICA

TRATAMIENTO VISUAL

La Identidad posee un tratamiento visual en la construcción del logotipo, cada letra posee un contorno interno con un degradado de 2 matices de verdes, lo que crea un efecto de profundidad y crea más códigos en este sistema comunicativo, siendo la última parte en el diseño de la Identidad.

El grosor del contorno corresponde a una cuarta parte del ancho total de la letra.

La capa con degradados se sobrepone al fondo inicial.

The logo consists of the letters 'MDAF' in a bold, stylized, sans-serif font. The letters are white with a thick black outline. The outline is composed of two parallel lines, creating a double-line effect. The letters are set against a white background.

El degradado es lineal horizontal y va de pantone 3302cv a pantone 326cv.

TRATAMIENTO EN NEGATIVO

El objetivo de utilizar a la Identidad con negativo, es ampliar los alcances de nuestra imagen en diferentes aplicaciones, como medio externo de uso basado en sistemas de reproducción menos complejos o como simple inductor a la Identidad con una variante.

Para obtener el contorno, una vez se más se toma como referencia el grosor de las letras y está medida "x" se extenderá a lo largo del de la envolvente, aquí se juegan con las variaciones del color para obtener un efecto de profundidad, así que los colores son planos, con la tipografía calada.

Se pretende dar efecto de luz arriba de nuestra Identidad en negativa, de manera que el color más oscuro corresponde a la

parte baja del contorno con un pantone 3302cv , el segmento medio es color pantone 328cv y el segmento superior , pantone 326cv.



MARGEN ESPACIAL

El margen espacial corresponde al área circundante del logotipo, la delimitación de este espacio otorga propiedades visuales en el manejo y posicionamiento de la identidad, ya que por ningún motivo permite el acercamiento de elementos que interfieran con estos parámetros establecidos.

Para obtener el margen espacial de la identidad se necesita tomar como referencia el ancho en el cuerpo de las letras, esa medida "x" al 100% se desplazará en las cuatro posiciones para obtener una envolvente.



A B C D E F G H
I J K L M N Ñ
O P Q R S T U
V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

TIPOGRAFÍA PRIMARIA

Esta tipografía posee la jerarquía más alta en el manejo de alfabetos utilizados para representar la identidad gráfica; debido al carácter y funcionalidad de los códigos empleados, así como los principios conceptuales en los que se basa.

Nuestro logotipo retoma solo 4 palabras del alfabeto, sin embargo aquí se presenta la familia completa, ya que forma parte del sistema general de desarrollo, y lo que se ha venido retomando para el proyecto son las partes idóneas para este problema en particular.

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

El objetivo de la tipografía secundaria dentro del desarrollo de esta Identidad Gráfica es, representar la razón social a través de la subordinación al situarse como otro elemento compositivo dentro de este sistema.

La tipografía secundaria no busca competir con la tipografía primaria, sino todo lo contrario, está planeada para generar un ambiente armónico, y de unificación con los demás elementos gráficos utilizados en el diseño de la Identidad Gráfica.

A B C D E F G H
I J K L M N Ñ
O P Q R S T U
V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

TIPOGRAFÍA ALTERNATIVA

La función de la tipografía alternativa es complementar y apoyar textos extensos o información amplia.

No se recomienda utilizar las tipografías anteriores por el peso visual que producen, ya que causarían efectos contraproducentes.

Esta tipografía alternativa es de fácil lectura y su estilo visual es un complemento dentro del ambiente gráfico diseñado

Aa Bb Cc Dd Ee

Ff Gg Hh Ii Jj Kk

Ll Mm Nn Ññ Oo

Pp Qq Rr Ss Tt

Uu Vv Ww Xx Yy

Zz

@ 0123456789

MDAF

MÉDICOS DEL DEPORTE Y ACTIVIDAD FÍSICA



MÉDICOS DEL DEPORTE Y ACTIVIDAD FÍSICA

APLICACIONES

Las aplicaciones visuales son soportes gráficos que forman parte importante en el desarrollo y constitución de una Identidad Gráfica debido a su definición en el uso y manejo del mensaje, estilo, técnica visual, forma, etc.; ya que a su vez son un complemento efectivo de la imagen en general.

Para "Médicos del Deporte y Actividad Física" los soportes gráficos (papelería básica) necesarios, y en orden de jerarquía son los siguientes:

- 1) Tarjeta de presentación
- 2) Receta
- 3) Hoja membretada
- 4) Sobre
- 5) Gafete para control interno.

PRESUPUESTO

Debido a las características que el proyecto requiere para dar salida a la impresión de soportes físicos, denominados aplicaciones, se deben tomar en cuenta diversos aspectos y referencias para obtener un resultado convincente.

Los principales aspectos son los siguientes:

- 1) *Economía*- recursos financieros con los que cuenta el cliente, son importantes para no verse limitado cuando se espera un producto de excelente calidad e igual a lo que se ideó.
- 2) *Sistema de impresión*- Existen diferentes medios de impresión , algunos responderán a las necesidades básicas del proyecto de una manera más efectiva, esto repercutirá en la apariencia y el resultado que refleje el producto.

Es parte del diseñador y comunicador visual orientar y proponer el medio más efectivo y conveniente para el proyecto desarrollado. Debido a las características de este proyecto y su naturaleza , se pidió obtener un presupuesto de toda la papelería básica:

Cotización de impresiones

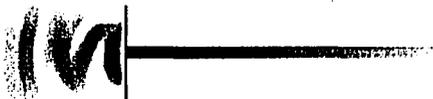
Sistema de impresión offset digital con sistema de negativos directos, los cuales incrementan el costo pero también la calidad en el trabajo y presentación.

1 millar de Hojas Membretadas	\$ 2,300
1 millar de Tarjetas de Presentación	\$ 1,850
1 millar de Recetas Media carta	\$ 1,950
1 millar de Gafetes 10 x 5.5 cms.	\$ 1,850
1 millar de sobres tamaño oficio	\$ 1,750

Estos precios corresponden a un presupuesto elaborado en IMAGEN IMPRESA S.A de C.V.



Tarjeta de Presentación



Dr. David Torres Silva

Ced. Prof. 0000000

MDAF

MÉDICOS DEL DEPORTE Y ACTIVIDAD FÍSICA

Nombre:

Miguel Angel de Quevedo no. 532-2 Coyoacán

5659-5025



Receta



MDAF
MEDIOS DEL DEPORTE Y ACTIVIDAD FISICA

Miguel Angel de Quevedo no. 532-2 Coyacán

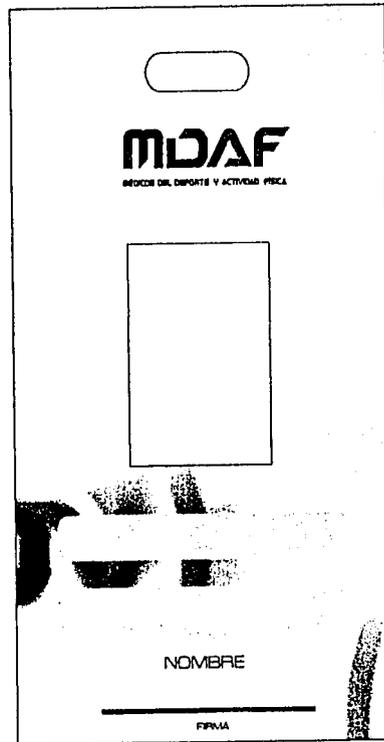


Hoja Membretada



Miguel Angel de Guevedo no. 532-2 Coyoacán

Sobre



Gafete

RESUMEN CAPITULAR

Los objetivos por cumplir al inicio de este proyecto de Identidad Gráfica para " Médicos del Deporte y Actividad Física " han sido logrados, ya que se pretendía desarrollar un sistema gráfico que resolviera la necesidad de imagen visual que no tenía la Entidad, además de proponer una metodología en el diseño de Identidad para este caso en particular.

Y aunque no hay manera de garantizar el éxito de la Identidad Gráfica, existe el hecho de que su diseño fue configurado al tomar en cuenta todos y cada uno de los aspectos compositivos y conceptuales para obtener un resultado fundamentado y respaldado con una teoría comunicativa aplicada.

En el diseño de La Identidad Gráfica se utilizaron los sig. principios compositivos:

- Uso de *CONTRACCIÓN* en la nomenclatura debido a la extensión del nombre.
- Constancia en el grosor de las letras para connotar solidez y presencia.
- Uso de un corte diagonal en cada letra para sugerir movimiento y actividad desde el trazo inicial hasta el punto que llega, lo que provoca dinamismo y memorabilidad.
- El código cromático fue utilizado por las asociaciones que produce: color verde, properidad, frescura, juventud.
- El tratamiento visual aplicado (estilo) para reforzar la presencia y otorgar cualidades de originalidad y contemporaneidad.

BIBLIOGRAFÍA

Archuf, Leonor

Diseño y Comunicación

PIADOS

Barcelona, 1997.

Carter, David

World Corporate Identity

New York, 1990.

Costa, Joan

Identidad Corporativa y Estrategia

Empresarial

Barcelona, 1992

Costa, Joan

Imagen Global

Barcelona

LEAC, 1987.

Chavés, Norberto

Imagen Corporativa

Gustavo Gili

Barcelona, 1998.

Dreyfuss, Henry

Sourcebook to international graphic Symbols

Van Nostrand Reinhold

1998.

Frutiger, Adrian

Signs and Symbols: their design and
meaning

New York, 1995.

Munari, Bruno

Diseño y Comunicación Visual

Gustavo Gili, 1989.

Parra, Bertha

El arte de la Comunicación

IPN, 1999.

Rosell, Eugenie

Manual de Imagen Corporativa

Gustavo Gili, 1993.